

diccionarios y las escuelas empiezan a ofrecer cursos para que los padres entiendan la nueva jerga de sus hijos¹, la Asociación de Internautas de España informa mediante un comunicado graves fallos de seguridad en la nueva web del Congreso de los Diputados², el Observatorio de Internet denuncia que alrededor de diez mil imágenes robadas en playas circulan por 500 foros de *voyeurs* de la Red, numerosos grupos de ocupas utilizan Internet para establecer conexiones nacionales e internacionales³, la red de redes se convierte en el medio con la mayor inversión publicitaria⁴...

Sin embargo, el tema relativo a la presencia del “emigrado” en Internet ha quedado relegado a un segundo plano de la agenda noticiosa de los medios, salvo contadas excepciones (ligadas a sucesos concretos o especialmente a proyectos dotados de una idiosincrasia muy particular y concebidos como herramientas para el colectivo de inmigrantes⁵). A pesar de ello, la red de redes se consolida como una plataforma de gran provecho para los “llegados” de otros países. Así, la Red se constituye como vehículo comunicativo de aquellos colectivos de emigrados que residen dentro de una misma ciudad o de un mismo país, y por encima de todo, como un instrumento rápido y económico para entablar relaciones comunicativas con familiares y amigos de sus respectivos países de origen. La Red responde a su papel de canal capaz de superar las barreras ligadas al tiempo y, especialmente, al espacio⁶.

El acceso a Internet y la capacidad de un manejo instrumental y crítico de la misma son, sin duda, unos requisitos fundamentales en el marco de la Sociedad del conocimiento. Tal y como señala, Lorenzo Vilches en su libro *La migración digital*⁷, las tecnologías de la globalización postindustrial cambian el sentido de la nueva migración.

“El mundo no se divide entre ricos y pobres sino entre quienes están informados y quienes han quedado fuera de la edad de las conexiones. En estos momentos hay unos mil millones de pobres que viven en la edad del apagón digital, son los desconectados del mundo. Si es verdad que el formar parte del ciberespacio es condición indispensable para desarrollar la capacidad de vivir en una sociedad democrática, la entrada en las redes globales se convierte en una cuestión que concierne a la nueva roma del imperio digital”⁸.

El colectivo de inmigrantes encuentra en las “sociedades destino” un nuevo espacio donde el acceso, dominio y uso cotidiano de las tecnologías de la información y la comunicación es en cierto punto un requisito de gran importancia en el proceso de adaptación al nuevo entorno y, por ende, de relación con los nuevos “vecinos”.

“La nueva sociedad digital es a la vez un territorio de desarrollo económico y el centro de una gran red integrada por las principales tecnologías de la comunicación. La emigración hacia los países desarrollados es también la entrada al mundo de las redes, y de la nueva cultura de los medios basada en la comercialización de la comunicación. En estos países, la comunicación electrónica se ha hecho indispensable para la creación de nuevas comunidades y espacios sociales. El primer mundo ha sabido desarrollar un entorno ciberespacial que constituye un escenario que trasciende

¹ *La Vanguardia*. Viernes 13 de junio de 2007. P. 33.

² *ADN*. Lunes 18 de junio de 2007. P. 8.

³ *La Vanguardia*. Viernes 15 de junio de 2007. P. 35.

⁴ *EL PAÍS. Ciberpaís*. Jueves 6 de abril de 2006. P.4.

⁵ Véase por ejemplo la iniciativa “Periodista Latino” (www.periodistalatin.com) del portal Periodista Digital (www.periodistadigital.com).

⁶ Nicholas Negroponte advierte ya en su libro *El mundo digital* de la desaparición del espacio como obstáculo en los procesos comunicativos: “La distancia es cada vez menos importante en el mundo digital. De hecho, un usuario de Internet es del todo inconsciente de ella. En Internet, la distancia a menudo parece funcionar a la inversa”. EN: NEGROPONTE, Nicholas. *El mundo digital*. Ediciones B: Barcelona, 1995. P. 212.

⁷ VILCHES, Lorenzo. *La migración digital*. Gedisa: Barcelona, 2001. Colección Estudios de Televisión.

⁸ VILCHES, Lorenzo. *La migración digital*. Gedisa: Barcelona, 2001. Colección Estudios de Televisión. P. 31.

*los límites geográficos del territorio. El ciberespacio se constituye en el nuevo campo de la economía, la cultura, y del diálogo humano*⁹.

En el escenario de la Sociedad digital, el inmigrante dispone de una serie de herramientas que posibilitan ampliamente la comunicación siempre y cuando se posea un “alfabetización” que permita el manejo de las nuevas herramientas comunicativas¹⁰. La posibilidad de participar en espacios dialógicos, como chats o foros, o de interactuar mediante el correo electrónico concede al emigrado (y a cualquier usuario de la Red) la capacidad de ser participe de un nuevo tipo de relaciones y, por ende, pasar a integrar una nueva comunidad o colectivo social.

“Internet desempeña un papel muy especial para las personas que necesitan el apoyo y el consuelo de otras por padecer una aflicción o tener una identidad estigmatizada o denostada por la sociedad. El relativo anonimato de la red ofrece a estas personas la oportunidad de hablar de sus problemas con otras personas que los comparten, sin las complicaciones propias de las relaciones frente a frente. Si tenemos un problema o una preocupación que no nos atrevemos a confesar ni a nuestros amigos o familiares más cercanos, es mucho más fácil –y puede que más seguro- hablar de él con otros participantes de un grupo de apoyo de Internet. La investigación indica que las personas que pertenecen a grupos estigmatizados reciben una ayuda especialmente valiosa de sus camaradas virtuales”¹¹.

La denominadas redes de apoyo de Internet se han consolidado como espacio dónde hallar soluciones a todo tipo de problemas. Los internautas se organizan en pseudocomunidades con el objetivo de buscar soluciones (a todo tipo de problemas: afectivos, económicos, legales, etc.) y obteniendo respuesta en la mayoría de casos de usuarios anónimos cuya identidad nunca podrán conocer con certeza. Como señala Patricia Wallace: “Basta con visitar uno solo de los muchos grupos de apoyo de Usenet para ver que muchas personas buscan afecto y consuelo compartiendo sus problemas, algunos muy serios y dolorosos con desconocidos”¹². A todo ello, se unen las novedades que desde el punto de vista de la participación y el intercambio introduce la denominada web 2.0.

La mujer en Internet: la “llegada” a la Red

Según un estudio llevado a cabo por María Cruz Rubio Liniers, responsable del área de Historia del CINDOC - Centro de Información y Documentación Científica, titulado “La imagen de la mujer en Internet”¹³, donde se analizaran imágenes y contenidos de mensajes dirigidos a mujeres como ilustrativos de la opinión social, se concluye que:

Se mantienen los mismos estereotipos. La pornografía femenina está presente en otros medios de comunicación, pero adquiere en Internet una dimensión mucho más grande. Se encuentran infinitas imágenes que usan el cuerpo de la mujer como objeto sexual y como elemento de placer. Estas imágenes pueden ser incluso manipuladas, lo que contribuye para potenciar más aún el poder del hombre, que gracias a la Red consigue de la mujer cualquier deseo. Por supuesto que esa mujer que se presenta no es real. En la Red se pueden suprimir los valores morales y éticos, lo que aumenta la insensibilidad y potencia la violencia. Lo peor de todo no es mantener vivo el

⁹ VILCHES, Lorenzo. *La migración digital*. Gedisa: Barcelona, 2001. Colección Estudios de Televisión. P. 31-32.

¹⁰ El catedrático de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), España, José Manuel Pérez Tornero define la “alfabetización digital” como el proceso de utilizar herramientas de tecnología y comunicación digital y redes para acceder, manejar, integrar, crear, evaluar información para poder funcionar en una Sociedad del Conocimiento. EN: PÉREZ TORNERO, José Manuel. *Promoting Digital Literacy*. E learning Action Plan 2004-2006. European Commission eLearning Programme, 2004.

¹¹ WALLACE, Patricia. *La Psicología de Internet*. Barcelona: Paidós, 2001. Col. Transiciones. P. 261.

¹² WALLACE, Patricia. *La Psicología de Internet*. Barcelona: Paidós, 2001. Col. Transiciones. P. 259.

¹³ http://www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/cruz_rubio.html

estereotipo del cuerpo de la mujer, sino lo más preocupante es la dependencia de la figura física que este estereotipo está provocando.

En los últimos años, hubo un *boom* de portales temáticos femeninos debido a la capacidad adquisitiva que la mujer ha adquirido con el tiempo. En 60 portales de habla hispana, María Cruz Rubio Liniers ha realizado un análisis de sus contenidos y de la imagen física que presentan de la mujer, donde constata que:

"El 90% de los portales consultados contienen como prioritarios los apartados de belleza, salud, cocina, familia, hogar y pareja. Relativamente a la imagen física, en todos ellos se verifican patrones de belleza semejantes a las que nos presentan las pasarelas de moda. Son mujeres bellas, jóvenes y muy delgadas a las que se incita a gastar en productos de belleza, cuidar su salud, su dieta y su apariencia"¹⁴.

Este estereotipo provoca estragos psicológicos a las mujeres creando dependencia de la figura física, principalmente entre las más jóvenes. Casos de anorexia y la bulimia siguen aumentando causados por esa dependencia.

Según el mismo estudio, el tema del cuidado de los niños y el hogar, está también omnipresente en estos portales.

Con respecto a la actualidad o las noticias, casi ningún portal analizado recoge temas de política nacional o internacional. Únicamente se refieren al inevitable mundo "rosa" o a asuntos protagonizados por ellas. Son muy pocos los portales que contienen páginas culturales y los pocos que lo hacen insisten en literatura escrita por mujeres¹⁵.

La mujer aparece representada en Internet, como una mujer físicamente perfecta preocupada principalmente con su dieta y gran consumidora de productos de belleza. Una mujer que debe conciliar la mujer tradicional esposa y madre con una formación cultural y profesional competitiva e igualitaria con el hombre. En suma, una *superwoman*¹⁶.

La otra cara de la misma moneda

La red es también un medio que permite a las mujeres denunciar la manipulación de su imagen. Existen muchos *web sites* creados por mujeres mayoritariamente anglosajonas, que luchan contra estos estereotipos reivindicando una imagen más real y revalorizando la "gordura" en las mujeres. En España existen algunas asociaciones. Ejemplos vivos son AMECO - Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación) o la Asociación de Mujeres Periodistas.

Las nuevas tecnologías aumentan sus posibilidades de difusión y su bajo costo ha permitido la proliferación de redes y asociaciones feministas, que con pocos medios y grandes conocimientos, han creado portales y *webs* donde promocionarse y asesorar a otras mujeres en el ámbito personal y profesional. Existe un gran número de direcciones muy interesantes que demuestran las posibilidades de Internet en el campo de la información laboral, formación para el empleo, creación de empresas

¹⁴ Ejemplos: *Cadamujer.com* (apartado llamado *enforma.com* con contenidos de cómo cuidar la celulitis, prácticas de aeróbic), *De mujer.com* o *Mujer.com* ofrecen dietas.

¹⁵ Los apartados de cultura en *solonotras.com* son: mitos y leyendas, poesías femeninas y grandes mujeres.

¹⁶ *Mhmujer.com* : " *Mhmujer* representa con plena fidelidad el espíritu de la mujer del siglo que comienza. Es una mujer abierta y plural, que ha asumido las nuevas funciones personales, sociales y profesionales que en otro tiempo le fueron negadas sin haber renunciado por ello a ninguno de sus ideales familiares ni de autoestima personal".

por y para las mujeres¹⁷. Un buen número de mujeres asociadas ofrecen sus empresas e informan sobre asesorías, servicios a empresas, comercio electrónico o bolsa de trabajo¹⁸.

Nuevas identidades: el ciborg y la cibermujer.

Existen varios movimientos feministas que asocian las mujeres con las nuevas tecnologías bajo un punto de vista histórico funcional. Sandie Plant, fundadora del colectivo feminista VNS Matrix en 1991, piensa que históricamente la tecnología está vinculada con la mujer, recordando la telefonía y la máquina de escribir como ejemplos que soportan su teoría. Hace un paralelismo no sólo histórico, sino funcionalista, ya que sostiene que la tecnología trabaja horizontalmente y no, como en el sistema patriarcal, de forma vertical y jerárquica.

Con las nuevas tecnologías, en particular en Internet, se construyen nuevas formas de feminismo. El ciberfeminismo¹⁹, según Sandie Plan, es un movimiento que utiliza las nuevas tecnologías para la liberación de la mujer y propone una nueva imagen de ella, libre del vínculo estrecho con su cuerpo.

Dentro de este movimiento hay diversas posturas: unas reivindican las características femeninas como idóneas para controlar Internet, no solo por sus posibilidades de comunicación y expresión, sino también porque los atributos físicos no adquieren importancia en el ciberespacio; por otro lado, hay otras que rechazan cualquier imagen prototípica y propugnan para la humanidad un tercer sexo virtual – “Ciborg: la perfecta unión entre tecnología e individuo, brillante, asexuado y enteramente funcional”²⁰.

En los últimos años ha surgido también el fenómeno *Grrl*²¹ que se traduce por una serie de capacidades que las chicas tienen en navegar por la red, trabajar *online* con otras jóvenes y expandir su presencia en las nuevas tecnologías. Normalmente son foros de diálogo, de debate e intercambio de experiencias sobre empresas e informática. Estas páginas presentan una nueva imagen de mujer que tiene necesidad de conquistar y dominar la red para conectarse a nivel internacional.

Esta nueva representación de la mujer no deja de ser también un estereotipo. Ser chica *grrl* significa ser atrevida, con gran confianza en si misma y que soluciona problemas. Este fenómeno es una forma de *empowerment*, a pesar de no ser representativo de la pluralidad real de las mujeres.

Kristine Blair y Pamela Takayoshi en una interesante introducción a su libro *Feminist Cyberscapes: Essays on Gender in Electronic Spaces* (1999), defienden que estas imágenes continúan disociando "la experiencia real del mito". Son "metáforas de empoderamiento" y sus metáforas de fuerza, autoestima e inteligencia están asociadas a la imagen física de la superheroína delgada, blanca y políticamente correcta. Muchos de estos sitios son círculos cerrados de poder, coaliciones y redes de "clubs" que excluyen a muchas mujeres, por su desconocimiento de las nuevas tecnologías, por su menor nivel económico o por pertenecer a otras culturas no occidentales.

El movimiento "grrl" parece considerar que dominando las tecnologías de la información se conseguirá el poder para las mujeres. Este nuevo modelo femenino que ha producido la red, tiene su parte positiva en cuanto significa una mayor capacidad de autoestima, seguridad e independencia; y aunque en ocasiones sigue siendo una imagen absolutamente idealizada, virtual e incluso con

¹⁷ Es el caso de *Emprendedoras.com*, comunidad virtual gestionada y llevada por mujeres para su incorporación en el mundo de las nuevas tecnologías para compartir experiencias y proyectos.

¹⁸ Otros portales son Mujeres de Empresa, Mujer y Negocios, La Asociación Española de Mujeres Empresarias o Red de Mujeres Ejecutivas.

¹⁹ <http://www.creatividadfeminista.org>

²⁰ <http://www.creatividadfeminista.org>

²¹ <http://www.grrl.com>, portales como Webgrrl o Cybergrrl

aparición deshumanizada, parece interesante un movimiento que deconstruyendo la feminidad icónica tradicional, crea nuevos imaginarios alternativos.

La web social

La denominada web social²² o web 2.0 constituye, según muchos autores, la consecución de un hito que, por el momento, había sido únicamente un planteamiento teórico: La Red se convierte en un espacio social con presencia de todos los actores sociales. Tal y como apunta Antonio Miguel Fumero, se trata de “una comunidad de usuarios, de internautas, que se rigen mayoritariamente bajo los principios y valores éticos, dentro de lo que se definió como ética hacker”²³.

En definitiva, asistimos al paso de unos servicios on-line “estáticos” en su planteamiento de utilización a unas web donde los usuarios son al mismo tiempo destinatarios y emisores activos de las mismas. Los mismos usuarios, que adquieren los roles de editores e incluso generadores contenidos²⁴. La web 2.0 concibe, por tanto, como una plataforma²⁵ cuyas principales con la 1.0 se sintetizan en los siguientes puntos:

Web 1.0		Web 2.0
DoubleClick	-->	Google AdSense
Ofoto	-->	Flickr
Akamai	-->	BitTorrent
mp3.com	-->	Napster
Britannica Online	-->	Wikipedia
personal websites	-->	blogging
evite	-->	upcoming.org and EVDB
domain name speculation	-->	search engine optimization
page views	-->	cost per click
screen scraping	-->	web services
publishing	-->	participation
content management systems	-->	wikis
directories (taxonomy)	-->	tagging ("folksonomy")
stickiness	-->	syndication

(Fuente: O'Reilly, 2005)

La revolución de la web 2.0 posee un alcance que llega a la sociedad en su conjunto. En el caso particular de los inmigrantes y las mujeres cabe destacar con mayor énfasis como estos pueden adquirir un rol activo en los procesos comunicativos ligados al acceso a la información y también a la difusión de ésta. Estos colectivos encuentran una serie de herramientas, de acceso libre, gratuito y en cierto modo sencillo, dotadas de un gran alcance en el entramado comunicativo de Internet. En este

²² José Luis Orihuela, profesor de la Universidad de Navarra, reflexiona, en una entrevista concedida al diario periodista João Pedro Pereira (y publicada en el sitio www.ecuaderno.com) sobre la Web 2.0. Orihuela afirma al respecto: El actual boom de la llamada Web 2.0 está ligado al desarrollo de una serie de herramientas de software social que han facilitado que la gente corriente se comunique, coopere y publique de forma totalmente transparente. La Web social no es más que “la Web de la gente”, que es lo que siempre debió haber sido la Web. Un espacio para la generación compartida de conocimientos, para el trabajo cooperativo a distancia y para la publicación a escala universal de todo tipo de contenidos (textos, imágenes, sonidos y vídeos). Estamos redescubriendo una verdad elemental de nuestra especie: la gente quiere comunicarse y cooperar con otra gente. Hoy finalmente disponemos de herramientas muy accesibles para hacerlo a escala planetaria.

²³ FUMERO, Antonio; ROCA, Genís. *Web 2.0*. Fundación Orange, s.l. 2007. P.10.

²⁴ “Los propulsores de la aproximación a la web 2.0 creen que el uso de la web está orientado a la interacción y Redes sociales, que pueden servir contenido que explota los ‘efectos red’ con o sin crear *web* interactivas y visuales. Los sitios *Web 2.0* actúan más como puntos de encuentro, o *web* dependientes de usuarios, que como *web* tradicionales”. Ver: CEREZO, José M. (dir.) (2006). *La blogosfera hispana. Pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom.

²⁵ “Like many important concepts, Web 2.0 doesn't have a hard boundary, but rather, a gravitational core. You can visualize Web 2.0 as a set of principles and practices that tie together a veritable solar system of sites that demonstrate some or all of those principles, at a varying distance from that core”. EN: O'REILLY, Tim (2005). *GAT Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. (09-30-2005) <http://www.oreillynet.com>

sentido, asistimos al incremento de los espacios colaborativos donde se producen un intercambio constante e intenso entre inmigrantes con relación al acceso de información sobre procesos administrativos, acceso a vivienda, ofertas laborales, etc. No obstante, la consecución efectiva de estos hitos no es factible sin una adecuada “alfabetización digital” concebida no como la adquisición de habilidades y destrezas de naturaleza instrumental, sino como un proceso formativo que introduzca además conocimientos relativos al uso crítico y selectivo de las nuevas herramientas comunicativas.

Posibilidades e interrogantes

Internet abre una serie de posibilidades y, al mismo tiempo una serie de interrogantes en la relación entre el emigrado y las herramientas de la Sociedad del conocimiento:

Hacia una nueva definición del concepto de “comunidad”²⁶.

El desarrollo de Internet y su extensión entre el conjunto de la sociedad actual contribuye a la gestación de nuevos tipos de relaciones comunicativas, afectivas, etc. La experiencia concreta de “SecondLife” puede considerarse como un ejemplo que aglutina varios de estos cambios en un único proyecto. En este contexto, asistimos a una redefinición del término “comunidad” que supera la acepción tradicional para incorporar elementos derivados del escenario on-line. El ciberespacio da pie a nuevos tipos de comunidades: virtuales, anónimas, multiespaciales y en constante crecimiento. La inmigración se ve afectada por estos cambios. El emigrado abandona físicamente su lugar de origen, pero el ciberespacio le permite mantener una serie de lazos con sus familiares (ubicados a miles de kilómetros) que difumina la separación espacial que hasta el momento había sido condición intrínseca en el modo de vida de estos “desplazados”.

El nuevo “emigrado”.

El nuevo concepto de comunidad, especialmente, al hablar de la inmigración, viene acompañada de un nuevo “emigrado”. En este caso, el perfil del inmigrante puede verse ampliado con una serie de condicionantes derivados del uso y de los efectos de las tecnologías de la información y la comunicación. Lorenzo Vilches apunta además otra acepción relativa a un nuevo tipo de “inmigrante” en el marco de la llamada Sociedad digital: “En la era de la comunicación global nace pues una nueva raza de trashumante comunicativo. No es ni el espectador pasivo de los medios tradicionales, ni el usuario de los medios interactivos. Se trata de un emigrante de la red, en parte un viajero por el ciberespacio y también un nuevo contingente de habitantes de la red”²⁷.

La importante y urgente necesidad de una adecuada “alfabetización digital”.

²⁶ Como señala Manuel Castells: “Las sociedades no evolucionan hacia un modelo uniforme de relaciones sociales. De hecho, la creciente diversidad de los modelos de sociabilidad es la que determina la especificidad de la evolución social en nuestras sociedades. Las comunidades de inmigrantes, tanto en Norteamérica como en Europa, siguen basándose en gran medida en la interacción social basada en el lugar. Pero es el estatus de inmigrantes y la concentración espacial de las personas que comparten dicho estatus lo que determina el modelo de sociabilidad, más que la mera contigüidad espacial en un lugar. Así, lo fundamental, es la traslación de la delimitación espacial como fuente de sociabilidad a la comunidad espacial como expresión de la organización social. Quizá el paso analítico necesario para comprender las nuevas formas de interacción social en la era de Internet consiste en construir una redefinición de la comunidad, quitando trascendencia a su componente cultural y haciendo énfasis en la función de apoyo que cumple para los individuos y familias para no delimitar su existencia social a una sola modalidad de acción material”. EN: CASTELLS, Manuel. *La Galaxia Gutenberg: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Debolsillo, Barcelona, 2001. P.167-168.

²⁷ VILCHES, Lorenzo. *La migración digital*. Gedisa: Barcelona, 2001. Colección Estudios de Televisión. P. 35.

La importancia e influencia que la red de redes y, por ende, el conjunto de tecnologías de la información y la comunicación pueden tener sobre el colectivo de inmigrantes de un país, obliga a un urgente y profundo replanteamiento de las estrategias de inclusión de éstos. En esta línea, se plantean como decisivas las iniciativas que, desde un escenario educativo, persigan la formación de los recién llegados en materia de “alfabetización digital”. Aunque este tipo de necesidades formativas pueden ser vistas por muchos como secundarios o menos prioritarios son, en el medio o largo plazo, la garantía para la construcción de unos escenarios dotados de una mayor integración y de una mayor equidad. El concepto “brecha digital” ya no representa apenas la división entre los que están en la red y los que no. Ese concepto hoy en día ultrapasado y reduccionista tendrá de ser más amplio y contemplar la división entre los que son capaces de filtrar la información, los que tienen capacidad crítica y de reflexión frente a la diferencia de tratamiento de información.

Internet ha supuesto un cambio en el concepto de fronteras y movilidad.

La construcción de este nuevo campo y el esfuerzo para que no herede los mismos roles depende en gran medida de que todas las personas puedan superar las barreras tecnológicas y sociales, y que consigan espacios propios de expresión. Redes de unión y de afinidad, para compartir ideas y experiencias. Redes de solidaridad que permitan conseguir entre todas el acceso a la igualdad en el trabajo, la educación y la cultura. Es sin duda, en los países en vías de desarrollo dónde más positiva ha sido la utilización de Internet como medio para denunciar y solucionar la pobreza, la desigualdad política, la violencia de género, y otros problemas que afectan nuestra sociedad, consiguiendo crear grupos de trabajo en red y permitiendo hacer llegar su voz a todo el mundo.

Internet es esencial en una estrategia de democracia participativa, posibilita incrementar la acción entre las personas, sectores sociales, países y regiones a escala planetaria, favorece la comunicación horizontal y la democratización de las comunicaciones. Sin embargo, no basta contentarnos con las inmensas posibilidades que Internet nos ofrece. Hay que denunciar el control y la manipulación por parte de quienes saben manejar sus códigos, y proponer contradiscursos.

Bibliografía

Castells, Manuel (2001). *La Galaxia Gutenberg: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Debolsillo, Barcelona. P.167-168.

Cerezo, José M. (dir.) (2006). *La blogosfera hispana. Pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom.

Fumero, Antonio; Roca, Genís (2007). *Web 2.0*. Fundación Orange, s.l. P.10.

Negroponte, Nicholas (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B. P. 212.

O'Reilly, Tim (2005). *GAT Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. (09-30-2005) <http://www.oreillynet.com>

Pérez Tornero, José Manuel (2004). *Promoting Digital Literacy*. E learning Action Plan 2004-2006. European Commission eLearning Programme.¹

Vielhes, Lorenzo (2001). *La migración digital*. Barcelona: Gedisa. Colección Estudios de Televisión.

Wallace, Patricia (2001). *La Psicología de Internet*. Barcelona: Paidós. Col. Transiciones. P. 261.

Diarios

La Vanguardia. Viernes 13 de junio de 2007. P. 33.

ADN. Lunes 18 de junio de 2007. P. 8.

La Vanguardia. Viernes 15 de junio de 2007. P. 35.

EL PAÍS. Ciberpaís. Jueves 6 de abril de 2006. P.4.

Webs

www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/cruz_rubio.html

www.creatividadfeminista.org

www.creatividadfeminista.org

www.grrl.com

www.periodistadigital.com

www.periodistalatino.com

www.ecuaderno.com