

# Más hombres conectados a Internet que mujeres, en América Latina

En varios países de **América Latina y el Caribe** el uso de Internet es inferior entre las mujeres que entre los hombres lo que limita, de acuerdo con la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), “tanto el desarrollo personal y laboral de la población femenina como el crecimiento con igualdad de los países de la región en el marco del nuevo paradigma tecnológico”.



De acuerdo con el estudio de la organización, la tasa de uso de internet de las mujeres es **en promedio 8,5% menor a la de los hombres en 10 países con información disponible** incluidos en el documento ‘**Mujeres en la economía digital: superar el umbral de la desigualdad**’, cuyas conclusiones nutrirán el trabajo de la XII Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe, que se inauguró ayer en Santo Domingo, República Dominicana, y concluye el viernes 18 de octubre.

Por otro lado, destaca que en la mayoría de los países estudiados, aumentó durante los últimos años la proporción de hombres y mujeres que se conectan a Internet. Por su parte, en **Brasil, México y Uruguay, esta brecha de género disminuyó**. Concretamente, la diferencia entre mujeres y hombres es de casi 5% en Chile (39,3% contra 44%), país que cuenta con una de las mayores tasas de uso de esta tecnología.

Otro dato [relevante ofrecido por CEPAL](#) es que “la **prevalencia de uso de Internet aumenta a medida que asciende el nivel de ingresos** de los hogares, pero la brecha de género es menor en aquellos grupos donde la tecnología es menos accesible”.

## Alta desigualdad laboral

Por su parte, casi la mitad de las mujeres de la región (que representan 50,9% de la población, más de 300 millones de personas) no tienen **ningún vínculo con el mercado laboral**: la tasa de actividad económica femenina asciende a 49,8% (la masculina llega a 78,7%) y una de cada 10 mujeres está empleada al servicio doméstico, una de las labores peor remuneradas y con menor protección social.

La Comisión destaca, además, la falta de participación de las mujeres en la producción de contenidos digitales, lo que genera un alto grado de sexismo. En la industria de los videojuegos, por ejemplo, es recurrente la representación de mujeres como objetivos pasivos y sexuales y de

hombres como sujetos activos y violentos.

Un estudio publicado ayer por [SiliconWeek](#), tan **sólo un 8% cuenta con mujeres ocupando altos cargos de las compañías.**