

SEGONS EL BARÒMETRE D'AQUEST ANY del sector tecnològic a Catalunya "el paper de la dona és residual en l'àmbit tecnològic, amb presència encara baixa a les facultats i rellevància minoritària en els càrrecs de responsabilitat de les empreses". Amb un panorama com aquest, quina és la situació de les dones en el bressol de les tecnologies de la informació, és a dir, en les *start-ups*? Les dones emprenedores d'aquest sector a casa nostra, ¿tenen un plus de dificultat per qüestions de gènere o bé és el tòpic que parla massa vegades per boca de les emprenedores *tech*?

Segons els experts, els models socials que comencen amb l'educació no estan construïts per afavorir la normalització de la presència femenina en el món de les tecnologies. Això acaba repercutint en la mínima presència femenina a les empreses viver del món de les noves tecnologies. Milagros Sáinz, directora del grup de gènere i TIC de la UOC, pensa que "la presència de la dona en l'àmbit tecnològic és inferior a la d'altres sectors econòmics". En això coincideix amb el diagnòstic del baròmetre i també en el fet que una de les primeres causes d'això és l'educació. "Per exemple, el percentatge de dones en estudis universitaris tecnològics es del 27,41%. Per contra, el percentatge de dones en estudis de ciències és del 58,75%, del 64,95% en arts i humanitats i del 74,29% en estudis vinculats a la salut". És a dir, que des de l'àmbit acadèmic tampoc no es fa prou per aconseguir que les dones es posin al capdavant en la creació de companyies tecnològiques capdavanteres.

Tot i aquest panorama en el món acadèmic, les dones que han aconseguit obrir-se camí creant projectes *tech* de rellevància al sector, encara que siguin minoritàries, no senten que ho hagin tingut més difícil que els homes en les mateixes circumstàncies. Fins i tot hi ha casos que pensen tot el contrari, com Karen Prats, CEO i cofundadora de la *start-up* PopPlaces: "Si hagués de valorar si el fet de ser dona m'ha facilitat les coses diria que per descomptat". PopPlaces és una companyia que es dedica a posar en connexió a través d'internet persones que necessiten un lloc temporal per exercir una activitat determinada i altres que tenen un espai per fer-ho. "Precisament perquè en el sector tecnològic hi ha poques dones comparat amb el nombre d'homes, m'ha sigut més fàcil destacar", afegeix Karen Prats, que ha sigut finalista a Millor Emprenedora Web a l'Europeer 2015.

#### MASCLISME TECNOLÒGIC

Carmen Jané, periodista especialitzada en tecnologia des de fa disset anys, reflexiona sobre el motiu pel qual hi ha menys dones en les àrees tecnològiques i conclou que "potser les dones no ho veuen interessant o se senten rebutjades". El fet de menystenir la capacitat tecnològica de les dones és un factor que cal tenir en compte. Jané es lamenta que "hi ha molt masclisme perquè és una mica com el futbol: molts homes han fet de la tecnologia el seu territori tancat i no els agrada que les dones hi entrin".

Una prova, explica aquesta periodista, és el Gamergate, una polèmica nascuda fa poc més d'un any arran d'una campanya entre jugadors de videojocs per marginar dones feministes d'aquest univers. Aquest tipus d'actituds també contribueixen a fer disminuir l'interès de moltes dones per començar en el difícil camí de l'emprenedoria TIC.

Com que és un món de naturalesa canviant, resulta difícil elaborar un perfil estadístic del sector a Catalunya en termes de gènere i no hi ha dades actualitzades. Ara bé, segons dades de la Comissió Europea, només el 19% de les dones empresàries treballen en el món digital de les TIC, i la situació a Catalunya

# EMPRENEDORES DIGITALS, ENTRE LA LLUITA I L'ENTUSIASME

Per què hi ha menys dones a les empreses de l'àmbit tecnològic? Diverses dones del sector analitzen el fenomen i avancen algunes possibles solucions

TEXT\_\_GINA TOST / XAVIER VIDAL

no és gaire diferent. Si a més a més hi afegim la diferència salarial entre homes i dones en el sector, que, segons les últimes dades disponibles, és de set mil euros anuals a favor dels homes, els atractius per dedicar-s'hi que tenen les dones encara són més escassos. Tot això, i tot i ser poques en xifres absolutes, també és veritat que les que s'han obert camí han marcat diferències per la qualitat de la seva feina.

#### LA MATEIXA DIFICULTAT, O UNA MICA MÉS

Un d'aquests casos d'èxit en el sector és el de Gloria Molins, fundadora i CEO de Trip4real.com, una empresa que ofereix la contractació *online* d'experiències turístiques a Barcelona i altres ciutats del món. "Sempre m'he trobat més homes que dones en aquest sector -reconeix Molins-. Però no he tingut gaires més dificultats pel fet de ser dona que les que tenim tots els emprenedors".

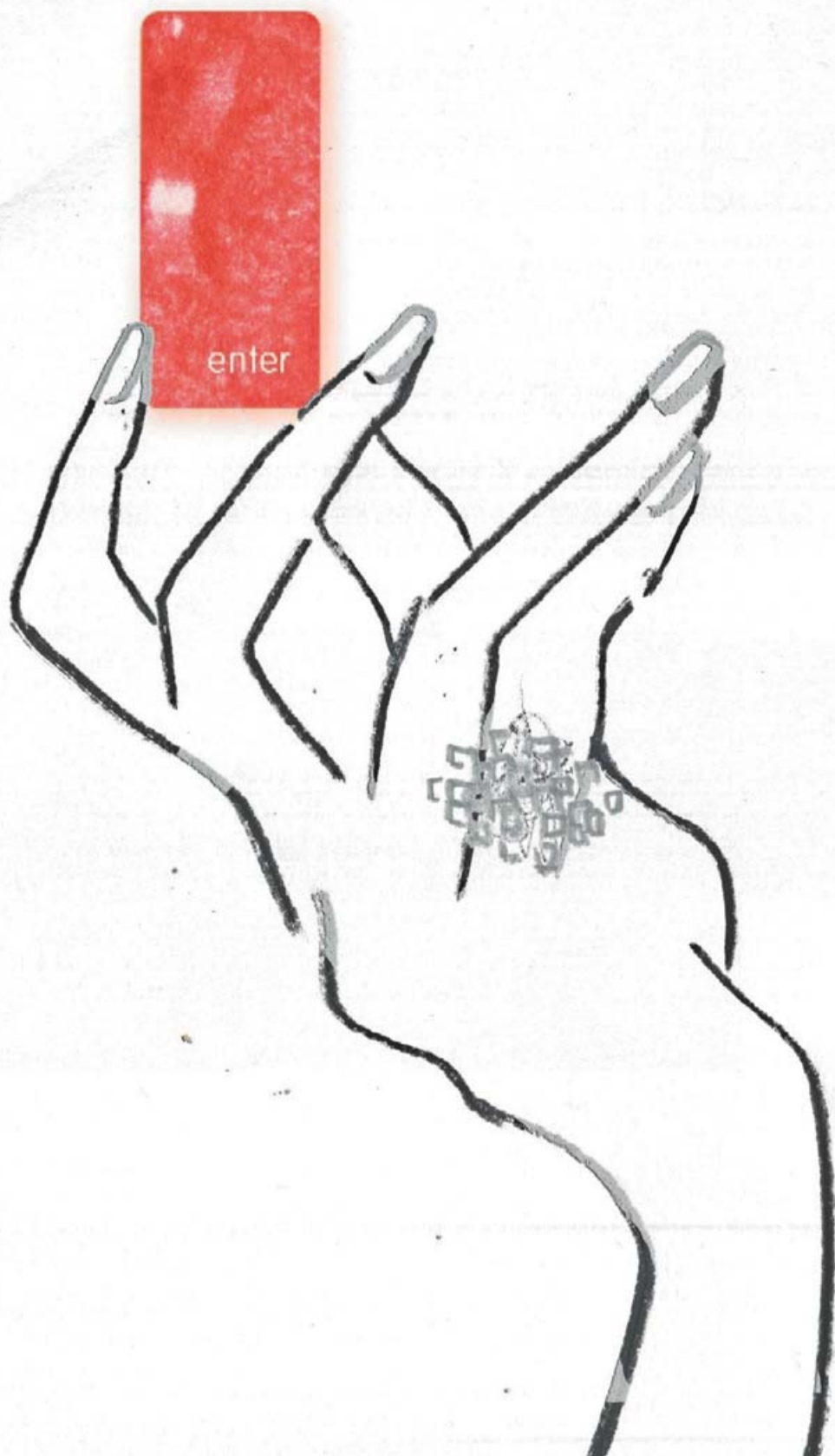
La majoria de dones emprenedores, de fet, relativitzen la condició femenina com a entrebanc afegit per tirar endavant els seus projectes digitals. I això porta a preguntar-se: si les dificultats en el món empresarial són equiparables i independents del gènere, ¿com s'explica que hi hagi menys dones que homes en aquest univers? Gloria Molins creu que "és per la falta d'educació, de formació i de models a seguir en el sector tecnològic, de les *start-ups* i l'emprenedoria".

Per a aquesta empresària, el tòpic que les nenes no se senten atretes per la tecnologia és fals: "No crec que les dones tinguin menys interès per ser emprenedores o treballar en *start-ups* digitals". Però el fet és que la presència minoritària de les noies als itineraris tecnològics educatius té un impacte directe en el món de l'emprenedoria.

Mònica Calvet, fundadora de Living the City i Manifesto Chic, té clar que "la capacitat

d'emprenedor" la tenen igual "els homes i les dones i l'única diferència és que és força difícil trobar perfils programadors dones" i, per tant, això es tradueix en el fet que es veuen "menys dones emprenedores en aquest sector". El cas de Calvet és interessant perquè una companyia completament *online* com Living the City, que es dedicava a buscar oci digital i entreteniment per a dones, va acabar tancant com a projecte però del seu fracàs en va néixer Manifesto Chic, una empresa amb un perfil del tot *offline*.

Per això Mònica Calvet introdueix un element del debat que va més enllà del gènere: "No es tracta només d'una qüestió de gènere: per l'experiència que tinc és molt més fàcil emprendre en el món *offline*". Després d'aprendre del fracàs de Living the City, Calvet explica que "es necessiten molts menys recursos per créixer i és més ràpid provar el model de negoci en una *start-up* amb un ne-



LAMARTARILE

gocí majoritàriament *offline*". Però fins i tot també en el cas del finançament de les empreses emergents és important el fet que la majoria dels inversors són homes. "Una part molt important del temps del CEO d'una empresa tecnològica es dedica a la negociació amb *business angels* o grups de capital risc i l'entrada de nous socis i capital", explica Calvet, que creu "sincerament" que és "una tasca que desgasta molt mentalment".

#### ELS REFERENTS MEDIÀTICS

L'escassetat de models femenins en el món de les TIC sembla un punt clau per explicar que les dones siguin minoritàries en l'emprenedoria digital. La falta de noms femenins socialment rellevants en relació a la presència masculina pesa molt. Són molt populars i coneguts noms com els de Steve Jobs (Apple), Bill Gates (Microsoft), Mark Zuckerberg (Facebook), Serguei Brin i Larry Page (Google) o Jeff Bezos

(Amazon). Ara bé, no ho són tant Carol Shaw (primera creadora de videojocs) o Marissa Mayer (Yahoo), i costa trobar-ne més d'aquest nivell. Tot i que semblaria natural que una nena pogués seguir un model masculí o a l'inrevés, encara ara no és un fet habitual.

Karen Prats explica que "les situacions es naturalitzen quan hi ha referents a seguir" amb casos d'èxit com el de la mateixa Marissa Mayer. Carmen Jané explica que "als congressos o fires internacionals la majoria dels periodistes tecnològics són homes, igual que ho eren fa anys", quan ella va començar. No només això, afegeix, sinó que "les webs estan enfocades als homes: fins i tot hi ha una revista que ensenya gadgets amb noies mig despullades a la portada".

Amb un panorama com aquest és més difícil que una nena o una adolescent se senti atreta a entrar al món empresarial tecnològic per construir noves vies o aixecar no-

ves iniciatives. Milagros Sáinz també fixa com a fet rellevant l'absència exagerada de models femenins a seguir en l'àmbit *tech*. "Pocs nens i nenes coneixen les aportacions tecnològiques de dones com ara Ada Lovelace [reconeguda com una de les matemàtiques que va establir les bases de la programació actual] o Heidi Lamarr [precursora del sistema wifi]", explica.

¿Com s'hauria, doncs, de normalitzar la situació per fomentar l'emprenedoria femenina en les TIC? Gloria Molins té clar que la recepta passa per "cultivar més l'actitud emprenedora, digital i empresarial de la dona a través de models a seguir, més educació i compartir casos d'èxit i fracàs". Aquest últim element té un pes específic important perquè de la recuperació després d'un fracàs també en pot sortir un model d'èxit, com li va passar a la mateixa Mònica Calvet amb la *start-up* Living the City. Els punts dèbils d'aquest projecte es van

convertir en la gènesi de l'èxit de Manifesto Chic. Millorar la situació, però, no és només responsabilitat dels factors privats de l'equació. També les institucions poden fer més per ajudar les dones a emprendre en el món TIC.

El mateix baròmetre del sector tecnològic a Catalunya afirma que "les empreses del sector no tenen establertes de manera generalitzada polítiques actives que contribueixin a la conciliació i/o a augmentar la presència de la dona als llocs de responsabilitat". En molts casos la dificultat que comporta l'emprenedoria fa ajornar la maternitat i les obligacions familiars. I tot i que aquest fenomen no és més acusat en les TIC que en altres sectors econòmics, sí que afecta més les dones que els homes.

Milagros Sáinz reflexiona sobre el paper important que tenen les administracions per afavorir l'entrada de dones en aquest món empresarial digital. Segons Sáinz, "les institucions haurien de fomentar que homes i dones conciliïn la seva jornada laboral amb la seva vida personal i proporcionar facilitats (guarderies, flexibilitat d'horaris i de llocs des dels quals desenvolupar la feina) per conciliar millor la vida personal i la vida laboral de dones i homes". Per a Karen Prats, una possible solució seria "anar generant casos d'èxit liderats per dones". A poc a poc, afirma, "si ets dona i líder, els teus fills o filles començaran l'inici de la seva vida amb aquests patrons interioritzats". Mònica Calvet afegeix: "Si ens fixem en la visió que es té d'un enginyer, que és la d'un noi que des de petit li ha agradat muntar i desmuntar màquines, no hi ha dubte que és molt difícil veure aquesta imatge en una noia".

#### EL TALENT NO TÉ GÈNERE

Una altra circumstància que no beneficia l'afluència de dones en l'emprenedoria TIC és el fet que hi hagi menys dones als equips d'aquest tipus d'empreses. Les dades ho confirmen, perquè només el 26,1% dels estudiants universitaris d'enginyeria i arquitectura són dones, mentre que la seva penetració en el conjunt dels estudis universitaris és del 54,3%.

I sembla evident que no és una qüestió de capacitats perquè, com diu la periodista Carmen Jané, "el talent no té sexe", però sovint és difícil que a una dona la valorin com a professional. Segons Jané, però, encara que de vegades sigui més difícil el reconeixement sent dona, "no t'has de rendir ni pensar mai que tens la batalla perduda".

De fet, ironitza Jané, ser dona en un món tan masculí també té avantatges: "Per exemple a les fires de videojocs, ja que els lavabos sempre estaven lliures". Milagros Sáinz es lamenta que "s'ha atribuït tradicionalment menys talent a les dones per a les matemàtiques i altres assignatures vinculades a la tecnologia, com ara la informàtica".

D'altra banda, hi ha un altre fet a tenir en compte, i és que sovint hi ha una certa confusió sobre el perfil dels emprenedors i emprenedores TIC. Hi ha la tendència a pensar que són principalment perfils tècnics, i moltes vegades no és així. Karen Prats ho aclareix quan afirma que "una de les parts importants del sector tecnològic és vendre, comunicar, crear equip o empatitzar, habilitats intrínseques i ancestrals al comportament de la dona". Mònica Calvet, a més, pensa que "les dones en general tenen un nivell de detall i empatia que no té l'home, però també, a la vegada, són pragmàtiques i analítiques", que són característiques que són molt apropiades per liderar projectes al món TIC.

Potser, al capdavant, sí que hi ha problema de comunicació i visibilitat social de tot el que les dones poden aportar a l'univers de les tecnologies digitals. ■