

LAS MUJERES Y LAS JÓVENES LIDERAN LAS REDES SOCIALES

A. Bertomeu

El crecimiento del fenómeno de redes sociales como Facebook o Twitter en España es algo evidente en los últimos años, un estudio del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones (ONTSI) ha situado a España en 3º lugar únicamente superada por Brasil e Italia.

Pero no podemos olvidar que las mujeres son casi el 51% de la población, por tanto correspondería a la mitad de los clientes, consumidores, emprendedores, público asociado, etc... aunque sabemos que la desigualdad de oportunidades y de acceso establece brechas de género en todos los ámbitos de la vida económica, social y política también en la Sociedad de la Información y el acceso y uso de las Tics.

Segmentación por sexo

Según el “Estudio sobre Redes Sociales” de IAB13, un 86% de las mujeres se relacionan en su gran mayoría con amigos actuales y en menor medida con personas del pasado.

Muy pocas, tan solo un 8%, hacen nuevos amigos en las redes sociales. El 14% de los hombres, usuarios de redes sociales, son algo más proclives a hacer nuevos contactos aunque, al igual que las mujeres, no es su principal interés.

¿Con quién te sueles relacionar cuando utilizas las redes sociales?



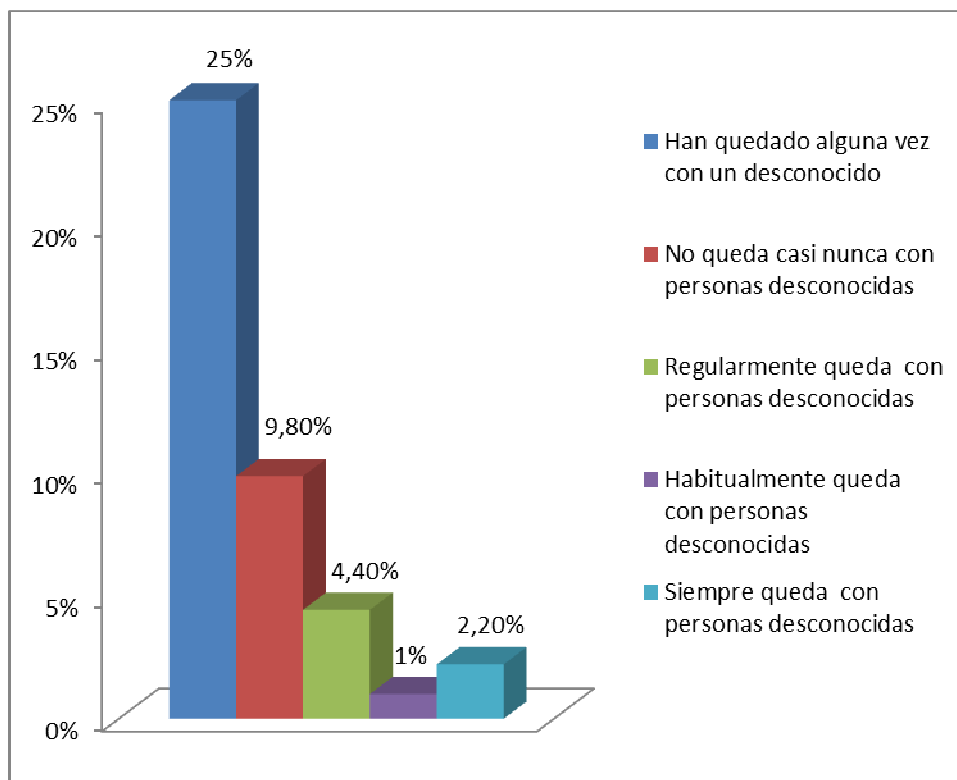
Fuente: Elaboración propia ONTSI a partir del “Estudio sobre Redes Sociales en Internet”. IAB, 2009

Adolescentes y jóvenes en la red: Quedadas con riesgo

Conocer gente, tener nuevas relaciones y acercarse a mundos ajenos al propio, son los factores más valorados entre adolescentes y jóvenes. Estos escenarios ofrecen realmente nuevas oportunidades, pero como siempre que se abren espacios nuevos conllevan nuevos riesgos, en los que se debe trabajar para prevenirlos.

Como se puede ver en el gráfico, ante la pregunta de si queda con personas extrañas a través de la red, declara haberlo hecho en diferente medida casi un 40% de las personas encuestadas, aunque en distinto grado de frecuencia.

Los datos pertenecen a la muestra de 1111 encuestas realizadas entre 15 y 25 años de edad, en 2009 a mil chicos y chicas de distintos rangos socioeconómicos. Estudio del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Ontsi)



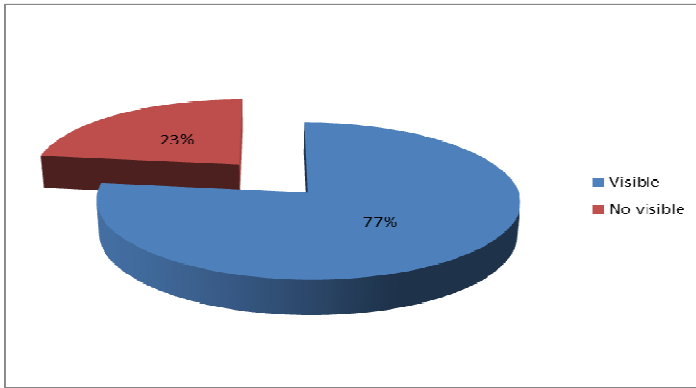
Estudio del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Ontsi)

María José Mayorgas¹, psicóloga infantil de la Fundación Gaudium, ofrece datos escalofriantes de un estudio del 2008 de la Oficina del Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid: un 37 por ciento de los menores reconoce sentir necesidad de conectarse con frecuencia (25 por ciento en primaria y 50 por ciento en bachillerato), un 30 por ciento ha facilitado su teléfono en la red, un 15 por ciento se ha reunido con desconocidos, un 7 por ciento no avisó a nadie, y en un 9 por ciento de los casos la persona con la que el menor quedó no era la que esperaba.

Opciones de privacidad. Perfiles visibles

En general no se usan las opciones de privacidad, emplean las redes para comunicarse y les resulta incongruente ocultar sus datos. Se relacionan compartiendo todo su mundo.

¹ Psiquiatría.com. Diario Médico dic. 2008. Las redes sociales, la nueva adicción a internet.



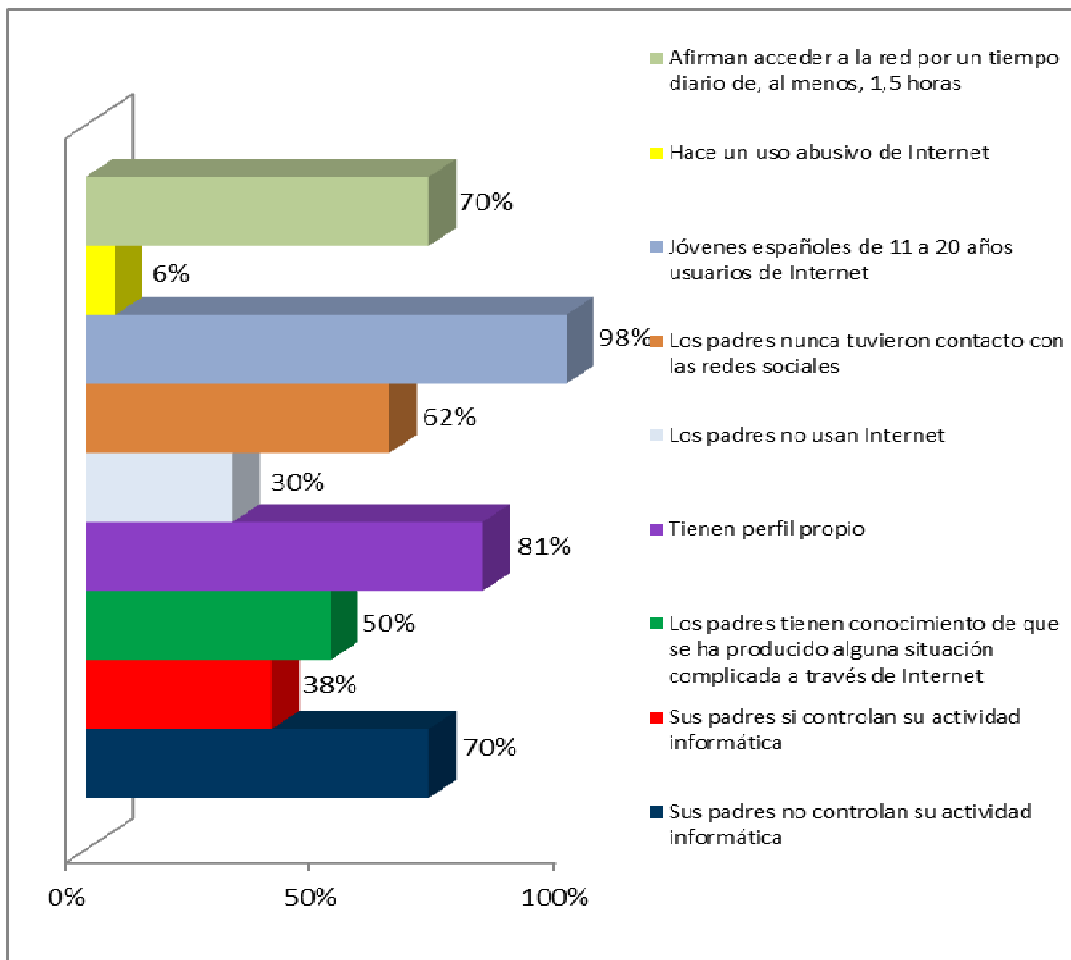
Libro Blanco de los Contenidos Digitales elaborado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI)

El perfil del 77% de los menores que utilizan redes sociales es visible al resto de los internautas según datos extraídos del Libro Blanco de los Contenidos Digitales elaborado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI)

Usos de adolescentes en redes sociales.

El estudio de la Fundación Pfizer 2011 muestra los tiempos de acceso y la relación con los conocimientos de los padres. *Según los datos ofrecidos, sólo un 6% hace un uso abusivo, otros estudios marcan una horquilla entre el 3 y el 6%.*

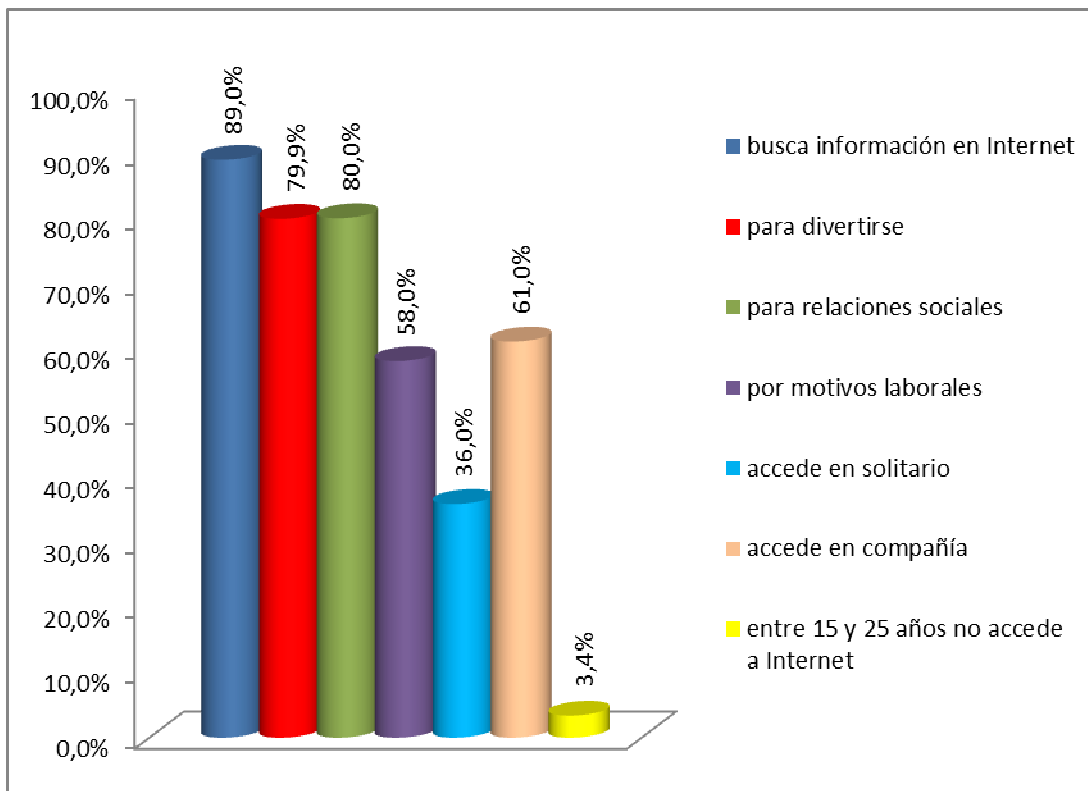
Todos los estudios hablan de la importancia del espacio compartido, evitando los ordenadores en las habitaciones, para facilitar la intervención de los padres, que en un 62% no tienen contacto con las redes sociales, ni controlan su actividad informática y por tanto, ignoran sus mecanismos de relación y posibilidades o riesgos.



Fundación Pfizer 2011

Hábitos internautas de adolescentes y jóvenes.

La mayoría accede en grupo y lo hace para divertirse, relacionarse o buscar información. Las redes más instaladas entre la juventud (Messenger, Facebook y Tuenti) son espacios que oscilan entre el intercambio de bromas con exclamaciones reiteradas, asuntos escolares de exámenes, notas, tutorías, etc., y románticas declaraciones adolescentes de amor, generalmente son conversaciones “blandas” entre la pandilla, con alguna subida de tono de vez en cuando, con comentarios machistas y groseros que ellas parece no rechazar, y en las que eventualmente se producen casos de acoso digital sobre las niñas, por sus ex novios o amigos de este. En los grupos que he consultado sólo han referido dos casos, de una niña de 13 años que ha tenido que pedir ayuda a sus padres y plantear una denuncia sobre su ex novio de 14, pues le acosaba constantemente chateando con la BlackBerry. Y otro caso de una niña de 15 años que “un amigo” no dejaba de mandarle mensajes noche y día.

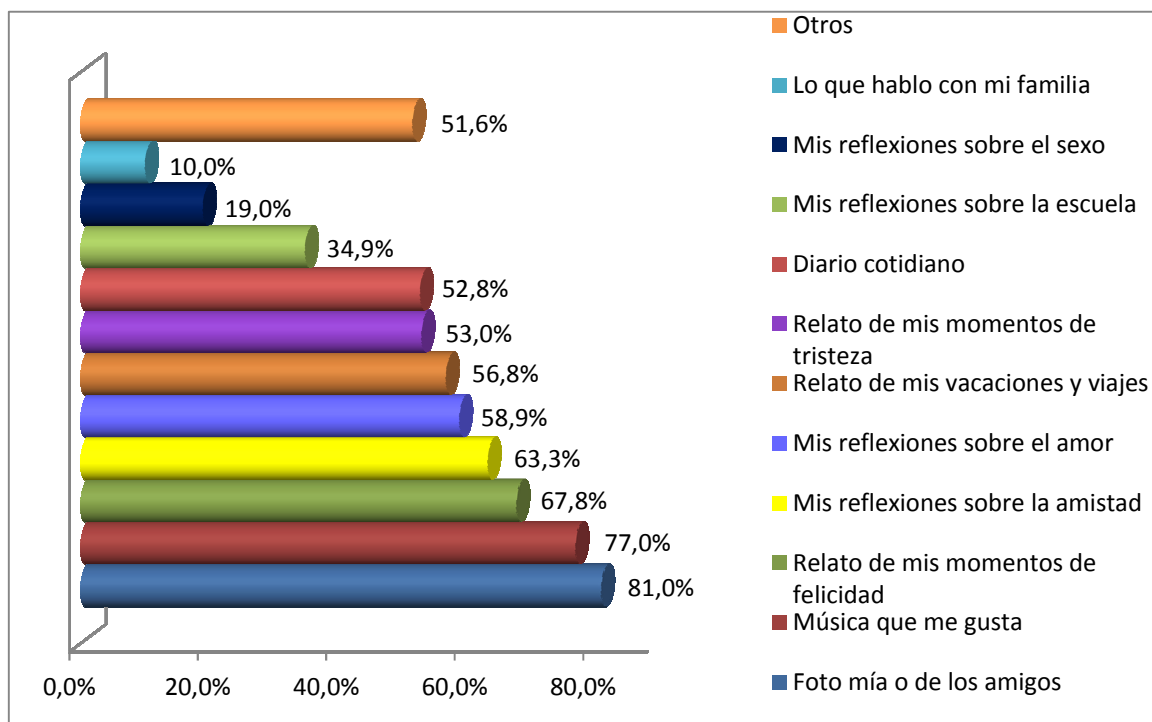


Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI)

Elementos que inserta la juventud en sus blog

El estudio Tucci 2009, ha investigado entre jóvenes italianos que hacen en sus perfiles o blogs personales, los resultados coinciden con los usos de la juventud española. Todos los perfiles se centran en sus entornos afectivos, las reflexiones sobre la amistad, los primeros amores, lo que hacen con su grupo, los viajes familiares de vacaciones, sus fotos y la música que les une. Son en definitiva, las preocupaciones de la adolescencia reflejadas en el nuevo entorno. En el que las chicas tienen un uso igual o más intensivo que los chicos, pues las redes se basan en la comunicación y la relación y es dónde ellas se sienten más cómodas y proactivas.

A las relaciones sociales habituales generadas por los jóvenes en los espacios educativos, deportivos o sociales ahora se suman estas relaciones online, aumentando la socialización y la interacción con el grupo. Estos usos no sustituyen los anteriores, no conllevan aislamiento, al contrario aumentan el tiempo y la intensidad de conexión entre el grupo.



Encuesta realizada en Italia en 1200 adolescentes.

Tanto, chicos como chicas, suben las fotos de las vacaciones y fines de semana, es un fenómeno nuevo pues ellos y ellas quedan en grupo para hacerse fotos y subirlas, las cámaras digitales les permiten retocarlas con programas de edición gráfica y subir una selección. Las chicas especialmente suben primeros planos suyos y fotos del grupo de amigas posando, los chicos también lo hacen pero sus “posados” resultan más inocentes en esta edad.

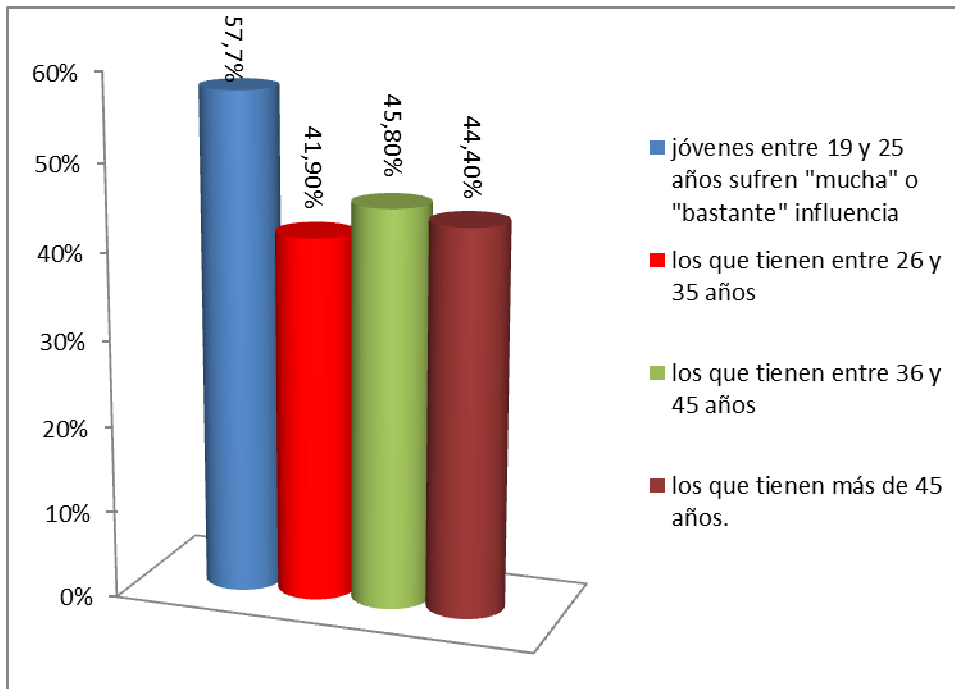
Son entornos de comunicación en los que las chicas se sienten cómodas, suelen asumir el liderazgo en la producción de contenidos, los han incorporado como un espacio de identidad y relación con su grupo.

Esta circunstancia, aunque ralentizada por la crisis económica, permitirá que el uso de las redes se incorpore plenamente al sistema de relación entre los jóvenes, hay que recordar que las chicas son más activas en la relación y la comunicación, usan el móvil como medio de contacto social y expresión de emociones.

La influencia de las redes es mayor entre la juventud

Estudio del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Onsi) 2011 nos muestra la influencia sobre las personas que tiene la publicidad de productos y servicios a través de las redes sociales.

Los datos revelan que los jóvenes sufren más influencia que las personas adultas en la recepción de los mensajes publicitarios o de la información comercial directa o indirecta. Lo que está desplazando las campañas publicitarias de su franja de consumo a estos nuevos entornos. Todos los anuncios de telefonía actuales se basan en este fenómeno y en los movimientos assemblearios del 15 M también vinculados a la juventud.



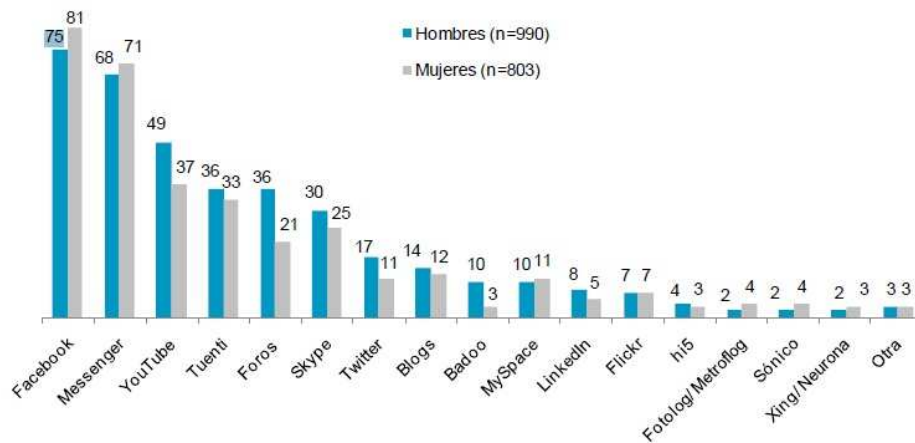
Estudio del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Ontsi) 2011

Presencia de mujeres en las redes sociales 2010

Las niñas y jóvenes se han incorporado al uso de las redes sociales con facilidad, los datos muestran que en las redes comerciales las mujeres son mayoría. Son las principales usuarias de la gran mayoría de las redes sociales y de otras webs 2.0 como blogs, foros, o chats.

Un dato interesante es que las chicas empiezan más pronto a usar las redes sociales que los chicos, pues en los rangos de edad de los 14 a los 34 años mantienen ventaja sobre los hombres (las más acentuadas en los rangos 14-17 y 18-24); después de los 34 el sexo masculino lidera en número de usuarios pero sin despegarse mucho. En el siguiente gráfico elaborado por Cocktail Analysis se muestra la distribución por sexo de personas usuarias de redes sociales que tienen cuenta y la utilizan. Se observa que el 81% de las mujeres tienen cuenta y utilizan la red social directa de perfil personal más conocida a nivel mundial frente a un 75% de hombres. A pesar de ello se observa que las redes sociales directas de perfiles mantienen un equilibrio entre ambos sexos.

En los foros sí se aprecia una diferencia significativa en la distribución por género. Un 31% de hombres tienen cuenta y la utilizan frente a un 21% de mujeres. Algunos datos de participación de mujeres y hombres en las aplicaciones más habituales de redes 2.0



Fuente: Elaboración propia ONTSI a partir del "Informe de resultados Observatorio de Redes Sociales". The Cocktail Analysis. Tercera oleada, febrero de 2011

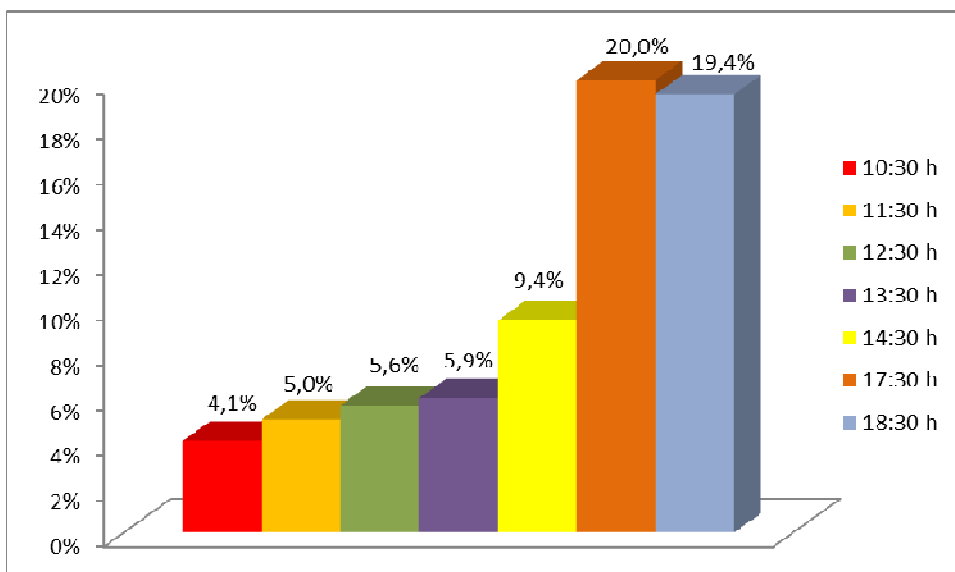
Sólo en las redes profesionales como LinkedIn con un 62% de hombres, las mujeres son minoría, lo que tiene que ver con su peor implantación en los ámbitos profesionales y laborales.

En horario escolar

El gráfico cuenta la actividad de un grupo de 16 años durante los días 1, 2 y 5 de diciembre de 2011. Se ha obtenido de un perfil de Tuenti de un joven de 16 años que usa este perfil para relacionarse con la pandilla de verano y su entorno amistoso, al empezar el curso han vuelto a sus ciudades de origen Zaragoza, Valencia y Alicante. Todos van a colegios religiosos concertados de las tres ciudades, están en 1º de Bachiller ocupados con los estudios, sus amoríos y hobbies adolescentes. En total tiene 320 amigos, que representa el número habitual de contactos en sus perfiles.

Hemos hecho un seguimiento aleatorio de las entradas a lo largo del mes de diciembre y sistematizado sus tiempos en los tres días señalados durante el horario escolar, midiendo cada hora el número de personas conectadas en el chat de su perfil.

A las 10.30 h están conectados en el chat 13 personas (el 4.1%) y va subiendo hasta las 18.30 h que llegan a estar 62 personas conectadas (el 19.4%). Estas conexiones no coinciden necesariamente con los recreos, son centros diferentes con estructuras horarias diferentes.



Fuente Artefinal Studio 2011

Hay centros escolares que desactivan la señal de las redes en horario escolar, otros retiran los dispositivos en las aulas y se devuelven a la salida, pero hay otros que aún no han tomado estas decisiones y nos comentan el exceso del uso de los smartphones² en las aulas, que acaban representando una fuente de conflictos, pues es muy frecuente que los usen en clase a escondidas y cuando el profesorado los pilla, se los retira, y llaman a los padres que deben ir personalmente a recogerlos a la dirección del centro. Pero acto seguido, se los vuelven a dar a sus hijos y empieza el ciclo de nuevo.

El seguimiento de estos perfiles nos muestra que participan a menudo (el 82%) y no hay diferencias de género significativas en el grupo de 16 a 24 años, quienes suelen conectarse con mayor intensidad disponen de ordenador y teléfono móvil propio.

Participación en redes sociales (Tuenti, Facebook, etc.) (según frecuencia de conexión)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Se conectan diariamente (al menos 5 días a la semana)	92%	96%	94%	4,1
Varios días por semana	78%	79%	79%	1,2
Un día a la semana	46%	67%	56%	30,8
Menos de un día a la semana	40%	38%	39%	-6,3

Fuente Observatorio E-Igualdad. Estudio cuantitativo sobre la brecha digital de género en la juventud española. Instituto de la Mujer. Diciembre de 2010

Las TIC, como ya hemos dicho, no son neutrales respecto al género, evidencian situaciones de desigualdad que avanzan con la variable de la edad, tipo de estudios y situación laboral, a partir de los 24 años se abre una brecha digital de género que avanza.

² El teléfono inteligente (smartphone en inglés) es un término comercial para denominar a un teléfono móvil con funciones de internet. Casi todos los teléfonos inteligentes son móviles que soportan un cliente de correo electrónico con la funcionalidad completa de un organizador personal, casi todos los teléfonos inteligentes permiten la instalación de programas para incrementar el procesamiento de datos y la conectividad.