

REVISTA PRISMA SOCIAL N° 21

ENVEJECIMIENTO Y GÉNERO: INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROGRAMAS

2º TRIMESTRE, JUNIO 2018 | SECCIÓN TEMÁTICA | PP. 263-281

RECIBIDO: 1/4/2018 – ACEPTADO: 31/5/2018

INCIDENCIA DE LAS POLÍTICAS DE INCLUSIÓN DIGITAL EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES DE MUJERES DE ENTORNO RURAL

IMPACT OF DIGITAL INCLUSION POLICIES
IN THE USE OF SOCIAL NETWORKS
OF RURAL WOMEN

ALBA VICO BOSCH / avico@us.es

CONTRATADA PRE-DOCTORAL FPU DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA, ESPAÑA

ÁNGELES REBOLLO CATALÁN / rebollo@us.es

PROFESORA TITULAR DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA, ESPAÑA

ESTE TRABAJO SE HA PODIDO REALIZAR GRACIAS A LA CONCESIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN I+D «LAS MUJERES COMO TEJEDORAS DE LAS REDES SOCIALES: ESTRATEGIAS RELACIONALES E INCLUSIÓN DIGITAL» (EDU2013-45134-P), FINANCIADO POR EL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD.

ESTE TRABAJO PRESENTA RESULTADOS PARCIALES DE LA TESIS DOCTORAL DE ALBA VICO BOSCH, FINANCIADA POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE DE ESPAÑA (FPU13/03826) Y DESARROLLADA EN EL MARCO DE ESTE PROYECTO.



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

Este trabajo se propone valorar el impacto del Plan de Acción para la Igualdad entre Mujeres y Hombres en la Sociedad de la Información en el acceso y uso de las redes sociales de mujeres rurales andaluzas. Para ello se realiza un estudio descriptivo basado en encuestas a 361 mujeres de 26 a 65 años y de entornos rurales de Andalucía. Se diseñan y aplican escalas para medir el acceso y uso que hacen las mujeres de las redes sociales, y se estudia en función de la formación recibida en tecnologías. Para profundizar en algunos aspectos se realiza un estudio de casos múltiples a 8 mujeres mayores de 45 años mediante entrevistas autobiográficas. Los resultados sugieren que las actuaciones planteadas en el Plan han tenido un efecto positivo en el acceso y usos básicos pero no tanto en la rutinización y autonomía. Estos resultados sirven para orientar las políticas de inclusión digital encaminadas a aumentar la participación de una ciudadanía plena de las mujeres en la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Se concluye la necesidad de diversificar las acciones formativas contempladas como medida de actuación para responder a la variedad de perfiles y motivaciones que muestran las mujeres.

PALABRAS CLAVE

Redes sociales; mujer rural; inclusión digital; brecha digital; estudios de las mujeres; tecnologías de la Web 2.0; alfabetización digital.

ABSTRACT

This paper aims to assess the impact of the Action Plan for Equality between Women and Men in the Information Society in the access and use of social networks of rural Andalusian women. We conducted a descriptive study based on surveys of 361 women between the ages of 26 and 65 and of rural areas of Andalusia. Scales are designed and applied to measure the access and use that women make of social networks, and it is studied according to the training received in technologies. To deepen in some aspects a study of multiple cases to 8 women older than 45 years through autobiographical interviews. The results suggest that the actions proposed in the Plan have had a positive effect on access and basic uses, but not so much on routinization and autonomy. These results serve to guide digital inclusion policies aimed at increasing the participation and exercise of full citizenship of women in the Information and Knowledge Society. We conclude the need to diversify the training actions contemplated as a measure of action to respond to the variety of profiles and motivations that women show.

KEYWORDS

Social networks; rural women; digital inclusion; digital divide; womens studies; Web 2.0 technologies; digital literacy.

1. INTRODUCCIÓN

El propósito de este trabajo es analizar el impacto del Plan de Acción para la Igualdad entre Mujeres y Hombres en la Sociedad de la Información a través de los ejes 1 y 2 y de los objetivos específicos orientados al uso de tecnologías digitales y, especialmente, del uso de las redes sociales virtuales por parte de las mujeres rurales en edad adulta.

Sancho y Correa (2010) plantean la necesidad de evaluar las políticas educativas en relación con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (en adelante, TIC) con el fin de promover mejoras en los contextos educativos. Sin embargo, el seguimiento y evaluación de las políticas TIC ha sido poco abordado desde un punto de vista científico. En este sentido, De Pablos, Colás y González-Ramírez (2010) destacan la importancia de las políticas educativas en TIC como un factor clave en la innovación y mejora educativa, señalando la necesidad de realizar estudios para reorientar las mismas.

Astelarra (2005) y Bustelo y Lombardo (2007) han analizado el papel que juegan las políticas para lograr la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, eliminando desigualdades de género. A partir de su informe sobre la e-inclusión y el bienestar social desde una perspectiva de género, Castaño, Martín-Fernández y Vázquez-Cupeiro (2008) concluyen la necesidad de implementar políticas eficaces para reducir las desigualdades en el acceso y uso a las tecnologías, considerando importante la incorporación de las mujeres a las TIC y a la Sociedad de la Información no solo por razones de equidad sino por motivos de bienestar económico y social. Así lo indican Sánchez-Oro y Fernández-Sánchez (2017) en su estudio, destacando la oportunidad que suponen las tecnologías digitales para acceder al mercado laboral más allá de las relaciones sociales, búsqueda de información o tiempo de ocio. Jiménez-Cortés (2016) añade como uno de los retos políticos la inclusión digital y participación activa de las mujeres rurales en entornos virtuales para su bienestar emocional.

De este modo, la creación de planes o programas relativos a la inclusión digital impulsados por gobiernos e instituciones surge de la necesidad de adaptarse a los cambios que experimenta la sociedad de responder a necesidades y demandas sociales. La inclusión digital de grupos y colectivos en riesgo de exclusión en estos nuevos entornos virtuales se ha convertido en un objetivo de las políticas públicas en Andalucía. En coordinación con la política estatal, el Plan de Acción para la Igualdad entre Mujeres y Hombres en la Sociedad de la Información se plantea aumentar el acceso de las mujeres a la Sociedad de la Información, mejorando y ampliando los usos que hacen de las tecnologías. Especialmente, se indica que se dará prioridad a las mujeres mayores de 45 o 55 años y que vivan en el medio rural, entre otras. Para ello, se invierte en programas y ayudas para facilitar el acceso a equipos y conexiones a Red así como en la formación de las mujeres para su aprovechamiento.

Este Plan de Acción se articula en torno a siete ejes, cuyos objetivos se encaminan a garantizar la igualdad de género en la Sociedad de la Información con respecto al acceso, usos y habilidades, utilizando como medio las TIC. Estos ejes de intervención se centran en las mujeres para aumentar el acceso, mejorar y ampliar los usos de las tecnologías, aumentar el protagonismo de las mismas en entornos TIC, así como en el desarrollo de acciones que permitan garantizar la igualdad de género. Centrándonos en el eje 1 y 2, sobre acceso y uso de las tecnologías, se

han contemplado como acciones proveer de infraestructuras y el acceso a las mismas (puntos de acceso público a Internet, equipamiento, etc.) y también un aumento de la formación en TIC de colectivos de mujeres en situación de vulnerabilidad. Es desde este enfoque de la inclusión digital y de las experiencias de las mujeres en el uso de las TIC desde donde parte este trabajo.

1.1. DE LA BRECHA DIGITAL¹ A LA INCLUSIÓN DIGITAL²

Como han señalado diversos/as autores/as (Ambrosi, Peugeot y Pimienta, 2005; Colás, Pantoja, Orellana, Muñoz-Cantero y Espiñeira, 2012) el concepto de brecha digital ha ido cambiando a lo largo del tiempo, estando en un principio referido a los problemas de conectividad para posteriormente incorporarse la preocupación por el desarrollo de capacidades y habilidades para el uso de las TIC. Es por ello que, según Ambrosi et al. (2005), sea posible identificar tres enfoques que fundamentan las políticas y prácticas educativas: a) *Enfoque orientado a la infraestructura*, es decir, a la posibilidad o dificultad de disponer y acceder a los recursos tecnológicos, lo que se traduce en las políticas orientadas a la dotación de infraestructuras informáticas a centros educativos y familias; b) *Enfoque centrado en la capacitación*, es decir, orientado a aumentar la capacidad de uso de estas tecnologías. Según este enfoque, el uso de la tecnología no depende solo y exclusivamente de la disponibilidad de recursos, sino de las habilidades y capacidades de uso. De ahí, que la alfabetización digital se convierta en un elemento estratégico en las políticas que se fundamentan en este enfoque. Estudios recientes se articulan en torno a las nuevas alfabetizaciones que implican una ciudadanía digital (Area y Pessoa, 2012; Greenhow y Gleason, 2012; Meyers, Erikson y Small, 2013; Simsek y Simsek, 2013) y, c) *Enfoque basado en los usos tecnológicos de Internet*, es decir, centrado en potenciar la capacidad para aprovechar las nuevas oportunidades que ofrecen las tecnologías para transformar las prácticas sociales tradicionales en nuevas actividades digitales, incluidas el entretenimiento y ocio. Esta distinción de Ambrosi et al. (2005) parece útil para comprender y evaluar la eficacia e impacto de las políticas encaminadas a fomentar el uso de las tecnologías y la inclusión digital.

Las investigaciones sobre la adopción de las tecnologías digitales por parte de la ciudadanía muestran esta evolución y han ido aportando evidencias de los factores de exclusión digital (DiMaggio, Hargittai, Celeste y Shafer, 2004; Van Dijk, 2005; Warschauer, 2004) de grupos vulnerables como son personas mayores y de ámbito rural (Braun, 2013; Dias, 2012; Díez-Gutiérrez y Díaz-Nafría, 2018; Novo-Corti, Varela-Candamio y García-Alvarez, 2014; Rebollo-Catalán y Vico-Bosch, 2014) con el fin de corregir y reducir desigualdades y favorecer prácticas de inclusión. Estos informes documentan la existencia de múltiples brechas digitales por edad, clase social, género, nivel educativo, localización geográfica, etc., ocupando la brecha digital de género un lugar relevante en la literatura científica debido a la existencia documentada de diferencias entre mujeres y hombres en el acceso, intensidad y tipos de uso de las tecnologías digitales (Hilbert, 2011; Mazman y Uzluel, 2011; Wasserman y Richmond-Abbot, 2005). Sin

¹ «Distinción entre quienes tienen acceso a Internet y pueden hacer uso de los nuevos servicios ofrecidos en la World Wide Web, y aquellos que están excluidos de estos servicios» http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Digital_divide

² «'5 C' de la inclusión digital: conectividad (acceso), capacidad (habilidad), contenido, confianza (autoeficacia) y continuidad (Internet y otras TIC como parte de la infraestructura de la vida cotidiana)» Bradbrook y Fisher (2004) en Helsper (2008).

embargo, diversos estudios (Castaño et al., 2008; Clipson, Wilson y DuFrene, 2012; Goudreau, 2010) indican que la brecha digital de género se reduce e iguala en el uso de las redes sociales, siendo las mujeres las más activas. No obstante, algunos de estos trabajos (Hargittai, 2010; Hargittai y Shafer, 2006) advierten que las desigualdades de género en el uso de las tecnologías pueden perpetuarse más allá del acceso pudiendo observarse en otras dimensiones como la autonomía, experiencia, habilidad y tipos de uso o el apoyo social, señalando la importancia de orientar las políticas en esta vertiente.

2. OBJETIVOS

Este estudio se plantea como objetivo general valorar el impacto del Plan de Acción para la Igualdad entre Mujeres y Hombres en la Sociedad de la Información en mujeres de zonas rurales de Andalucía, a partir del objetivo 5.1, referido a la necesidad de realizar investigaciones que arrojen luz sobre la situación actual de las mujeres en la Sociedad de la Información.

En particular, se propone como objetivo específico valorar la incidencia de las acciones contempladas en el eje 1 y eje 2 del plan, las cuales se orientan al acceso y uso que las mujeres hacen de las TIC y, más concretamente de las redes sociales virtuales. Para ello, este estudio se centra en analizar las diferencias en el acceso y uso de las redes sociales virtuales por mujeres según edad, nivel educativo y formación recibida en tecnologías.

3. METODOLOGÍA

3.1. PARTICIPANTES

El estudio se compone de dos muestras. En el estudio cuantitativo, realizado mediante encuestas, participan 361 mujeres de zonas rurales andaluzas con edades comprendidas entre 26 y 65 años. La selección se realiza mediante un muestreo por cuotas considerando edad y nivel educativo. Los criterios de selección fueron: a) tener su residencia y actividad habitual vinculada a una zona rural para lo que consideramos como espacios rurales los municipios con población inferior a 30.000 habitantes y densidad inferior a 100 habitantes por kilómetro cuadrado (ley 45/2007 de 13 de diciembre para el desarrollo sostenible del medio rural), b) disponer una experiencia mínima de un año en el uso de tecnologías digitales y, en especial, de alguna red social virtual. De forma complementaria, el estudio contempla la inclusión de una gran diversidad de mujeres en función de la edad, nivel educativo, situación familiar, etc.

La mayoría de mujeres de la muestra vive en familia (79,3%) y tiene hijos (71,2%). Respecto al nivel de estudios, la muestra se reparte entre estudios universitarios (38,3%), estudios medios de secundaria o formación profesional (27,6%) y estudios primarios (21,2%), siendo solo un 12,9% las mujeres que no tienen estudios. En cuanto a su situación laboral, la mitad de ellas tiene empleo remunerado (56,7%), siendo amas de casa el 14,9% y estando desempleadas el 19,8%. La muestra incluye pocas mujeres jubiladas (6,3%) y estudiantes (2,3%). La tabla 1 resume los datos sociodemográficos de las mujeres participantes en el estudio cuantitativo.

Tabla 1. Datos sociodemográficos de la muestra³

Variables	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
Edad	26 a 39 años	153	43%
	40 a 54 años	152	42,7%
	> 55 años	51	14,3%
Estado civil	Soltera	92	25,5%
	Casada	224	62%
	Divorciada	32	8,9%
	Viuda	13	3,6%
Hijas y/o hijos	Si	250	71,2%
	No	101	28,8%
Convivencia¹	Solas o en pareja	7	1,9%
	Familia Nuclear	162	44,9%
	Familia Extendida	124	34,4%
	NS/NC (casos perdidos)	68	18,8%
Nivel de Estudios	Sin estudios	46	12,9%
	Primaria	76	21,2%
	Secundaria	38	10,6%
	Formación Profesional	61	17%
	Universidad	137	38,3%
Situación laboral	Con empleo remunerado	198	56,7%
	Jubilada/pensionista	22	6,3%
	Desempleada	69	19,8%
	Estudiante	8	2,3%
	Ama de casa	52	14,9%
Formación en TIC	Si	115	31,9%
	No	230	63,7%
	NS/NC (casos perdidos)	16	4,4%

Fuente: elaboración propia

En el estudio cualitativo mediante entrevistas autobiográficas participan 8 mujeres seleccionadas mediante un muestreo teórico de casos típicos centrándonos en mujeres mayores de 45 años con diferente experiencia en el uso de redes sociales con y sin formación en TIC. Su elección viene motivada por ser un colectivo diana del Plan vulnerable a la exclusión digital no solo por localización geográfica sino también por edad. La tabla 2 muestra los datos sociodemográficos de las mujeres participantes en esta vertiente cualitativa del estudio.

³ En todas las variables se ha utilizado el porcentaje válido, que excluye los casos perdidos (en torno al 1% de la muestra), excepto en la variable *tipo de convivencia familiar* y en la variable *formación en TIC* donde los casos perdidos llegan al 18,8% y 4,4% respectivamente, de la muestra estudiada (tal como se recoge en la tabla).

Tabla 2. Datos sociodemográficos de la muestra

Nº	Edad	Nivel educativo	Situación familiar		Situación laboral	Form. TIC	Uso redes
			Estado Civil	Hijos /as			
1	45	Graduado escolar	Viuda	2	Desempleada	Si	6 meses
2	45	Formación Profesional	Casada	2	Empleada	No	1 año
3	49	Estudios Universitarios	Casada	2	Empleada	No	2 años
4	50	Graduado Escolar	Casada	2	Empleada	Si	1 año y medio
5	50	Graduado escolar	Casada	2	Desempleada	No	2 años
6	53	Formación profesional	Casada	2	Ama de casa	Si	3 años
7	58	Formación profesional	Casada	2	Empleada	Si	6 – 7 años
8	74	Estudios Universitarios	Viuda	6	Jubilada	Si	5 – 6 años

Fuente: elaboración propia

3.2. INSTRUMENTO

La encuesta empleada incluye las siguientes secciones:

- 1) Características sociodemográficas y de estudios: que incluye preguntas sobre su edad, nivel educativo, situación familiar y laboral. Este mismo apartado contiene una pregunta sobre la formación recibida en TIC en el marco del Plan de Acción para la Igualdad entre mujeres y hombres (Guadalinfo, Aula Mentor, etc.).
- 2) Frecuencia de uso: consta de 5 ítems que miden la frecuencia de uso de las redes Facebook, YouTube, Instagram, Twitter y LinkedIn con un rango de respuesta que oscila entre 0 (nunca) y 3 (a diario). Para la medida de esta variable se han revisado estudios previos (Ellison, Steinfield y Lampe, 2007; Steinfield, Ellison y Lampe, 2008; Valenzuela, Park y Kee, 2009) en los que la frecuencia de uso se toma como principal indicador.
- 3) Motivos de uso: incluye 14 ítems de respuesta nominal en el que las participantes podrían señalar todas las opciones con las que se identificasen. Para asegurar la validez de contenido, se elaboró una lista de control de los motivos de uso aparecidos en investigaciones previas (Hew y Cheung, 2012; Yang y Brown, 2013; Arteaga, Cortijo y Javed, 2014), completando la lista con otros extraídos de investigaciones centradas en usos de las TIC en personas adultas (Lin, Tang y Kuo, 2012; Braun, 2013).
- 4) Habilidad de uso: escala elaborada ad hoc a partir de estudios previos (Hargittai, 2010; Livignstone y Helsper, 2010) está compuesta por 8 ítems de respuesta tipo Likert de 5 puntos (desde 0 –nada– hasta 4 –totalmente–).
- 5) Autonomía de uso: escala elaborada ad hoc a partir de investigaciones previas (Hargittai y Walejko, 2008), está compuesta por 4 ítems de respuesta tipo Likert de 5 puntos (desde 0 –nada– hasta 4 –totalmente–).

De forma complementaria, se realiza un estudio cualitativo mediante entrevistas semiestructuradas de corte biográfico que permite profundizar en las experiencias y formas de uso de las redes sociales a nivel personal, con especial atención a los obstáculos, recursos, apoyos y beneficios percibidos en su vida.

3.3. PROCEDIMIENTO

Para el trabajo de campo se contó con la colaboración de las Agentes de Igualdad de los Puntos de Información a la Mujer (PIM) de los municipios que ayudaron en la selección y contacto inicial con las mujeres. Tanto la encuesta como las entrevistas se realizaron en las dependencias municipales dedicadas a la formación en tecnologías digitales con una duración aproximada de 30 minutos respectivamente. Las mujeres participantes fueron debidamente informadas del carácter voluntario y anónimo de su participación en el estudio y de los objetivos del mismo.

Los datos recogidos mediante encuesta fueron analizados con el programa estadístico SPSS, realizando análisis descriptivos de cada variable (frecuencias, porcentajes, medidas de tendencia central y dispersión), así como un análisis bivalente a través de tablas de contingencia para observar la relación entre variables y la prueba de chi-cuadrado para estudiar la incidencia de las variables edad y nivel educativo.

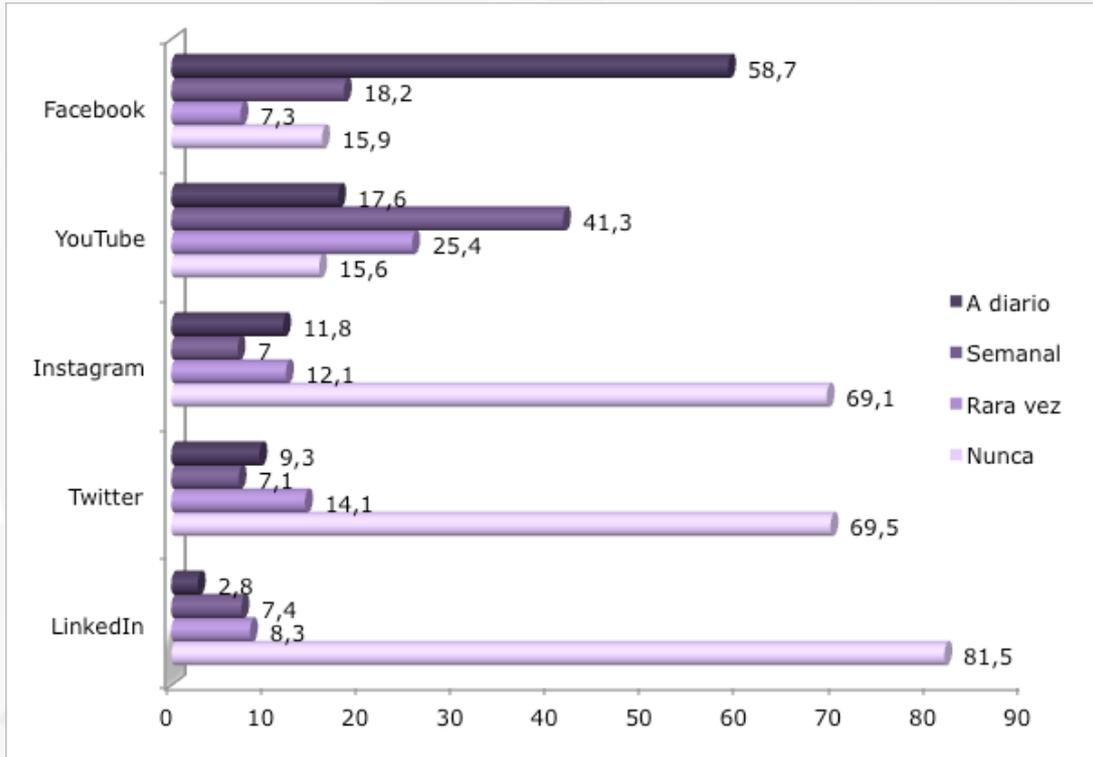
Las entrevistas fueron analizadas con ayuda del software Atlas.ti, realizando un análisis de contenido en el que la elaboración de categorías ha seguido un proceso abductivo. Por un lado, de forma deductiva la revisión de estudios previos sirve para establecer los principales núcleos temáticos. Y, paralelamente, la lectura de las entrevistas realizadas ha permitido definir de forma inductiva las categorías que surgen de los discursos de las mujeres relativas a sus experiencias y prácticas de uso. Se han utilizado como categorías de análisis el tipo de red social y la frecuencia de uso, los dispositivos de conexión, los lugares de acceso a Internet, los momentos de conexión y las motivaciones, habilidades y autonomía de uso de las redes sociales.

4. RESULTADOS

4.1. ACCESIBILIDAD DE LAS MUJERES RURALES A LAS REDES SOCIALES VIRTUALES

Los datos indican que el 67,2% de mujeres de zonas rurales se conectan de forma frecuente a las redes sociales. La red social más usada por estas mujeres es Facebook ($M=2,20$; $DT=1,123$) seguido de YouTube ($M=1,61$; $DT=0,952$), siendo un porcentaje considerable de mujeres (76,9% y un 58,9% respectivamente) las que señalan una frecuencia de uso diario o semanal de estas redes. Sin embargo, los datos también indican que otras redes sociales no son tan frecuentadas por las mujeres, mostrando porcentajes elevados que indican no ser usuarias de estas redes como es el caso de LinkedIn (81,5%), Twitter (69,5%) y Instagram (69,1%).

Figura 1. Distribución de frecuencia de uso de las redes sociales



Fuente: elaboración propia

Los dispositivos que las mujeres usan para acceder a las redes sociales son fundamentalmente el portátil (60,6%), seguido del 38,8% de mujeres que lo hacen desde el ordenador de sobremesa. Casi un tercio de mujeres acceden a las redes desde dispositivos móviles (25,6%). Esto puede verse ilustrado en los discursos de las mujeres:

Me suelo conectar desde el portátil, en casa. (PA, 49 años)

Ahora es que tengo el portátil que se le rompió la pantalla, y me ponía en el sofá y me conectaba más porque lo tenía muy cómodo encima de la mesa... pero como ahora lo tengo en el ordenador fijo pues muchas veces por pereza no... (RE, 45 años)

Son las mujeres de 26 a 39 años ($X(2)=37.236$; $p=.000$; C.C.=.315) y las mujeres con estudios universitarios ($X(2)=18.161$; $p=.003$; C.C.=.224) quienes usan en mayor medida dispositivos móviles.

Con respecto a los lugares de uso de las redes por parte de estas mujeres, los datos reflejan que un porcentaje alto (81,3%) suele acceder desde su hogar, siendo muy pocas las que lo hacen desde otros espacios como el trabajo (12,8%), lugares públicos (11,6%) o en casa de familiares o amigos/as (9,6%). Además, los resultados muestran diferencias en función de la edad, siendo las mujeres de 26 a 39 años las que acceden desde una mayor variedad de espacios, lugares públicos ($X(2)=7.287$; $p=.026$; C.C.=.145) o el hogar de familiares y/o amigos/as ($X(2)=11.376$; $p=.003$; C.C.=.180).

De manera general, el momento elegido por las mujeres para conectarse a las redes sociales es en horario de tarde-noche, indicando el 68,5% de las mujeres acceder siempre o con frecuencia por la noche y el 63,7% por la tarde.

Los discursos recogidos mediante entrevistas confirman que las mujeres acceden a las redes desde su hogar, explicando las características del entorno en que lo hacen. Los siguientes extractos reflejan el lugar así como los momentos que las mujeres usan para conectarse a las redes.

Según cuando veo que ya es la hora, digo «¡uy, la cena!» Vamos yo dejo la cena preparada, ¿eh?, porque yo me conozco... Mis obligaciones están cumplidas y ahora ya,... (...) Por la tarde noche, hora en la que yo por fin puedo... y algunas veces me obligo. (T, 53 años).

Yo por la noche cuando ya termino de hacer las cosas, termino de fregar y entonces me conecto un rato, a lo mejor de doce a una de la noche. De día coso... hoy por ejemplo no he entrado porque tengo otras cosas que hacer... (A, 50 años).

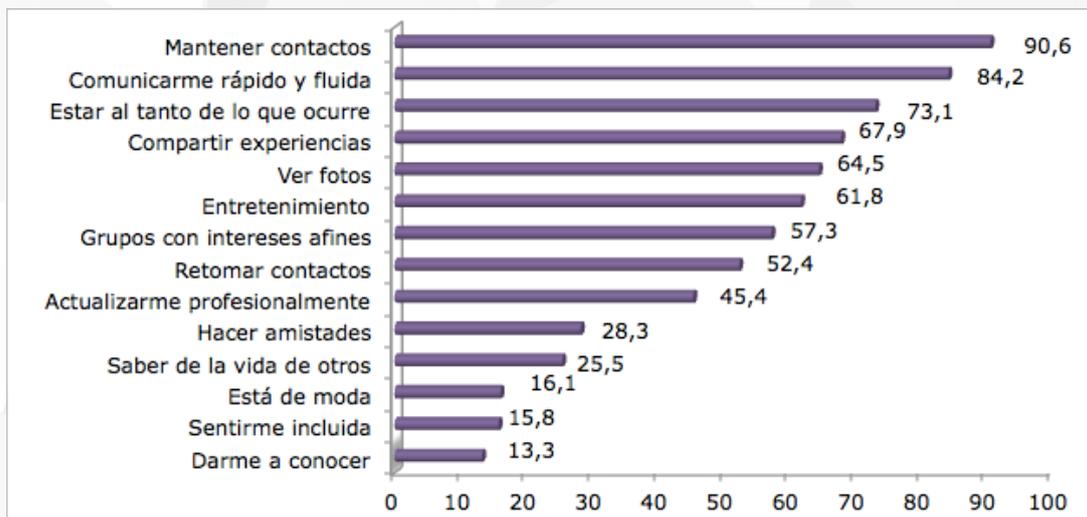
Como podemos observar, esto último es una estrategia de adaptación que emplean las mujeres al hacer uso de las redes sociales, pues intentan ajustarse al rol «normalmente establecido» por la sociedad a la identidad de género femenina como es el cuidado ajeno o la realización de tareas domésticas.

4.2. PRÁCTICAS DE USO DE LAS REDES SOCIALES POR PARTE DE LAS MUJERES RURALES

Los datos obtenidos indican que el 74,9% de las encuestadas señalan de 5 a 10 motivos diferentes para usarlas, mientras que solo el 14,7% señalan menos de 5 motivos y el 10,4% señalan más de 10 motivos distintos. Estos datos sugieren una gran heterogeneidad de motivos en el uso de las redes sociales por parte de las mujeres rurales.

La figura 2 muestra que los motivos de uso más frecuentes son mantener contacto con familiares y amigos/as, comunicarse de forma rápida y fluida, estar al tanto de lo que ocurre en el entorno, compartir experiencias, ver fotos y vídeos que le interesan, por entretenimiento y ocio y para contactar con grupos con intereses afines.

Figura 2. Distribución de motivos de uso de las redes sociales



Fuente: elaboración propia

Los discursos recogidos mediante entrevistas reflejan esta variedad de motivaciones, revelando que el motivo principal de uso es relacional, para recuperar el contacto de amistades perdidas y mantener las ya existentes, pero también para el entretenimiento, así como con un sentido de participación en la vida de la comunidad.

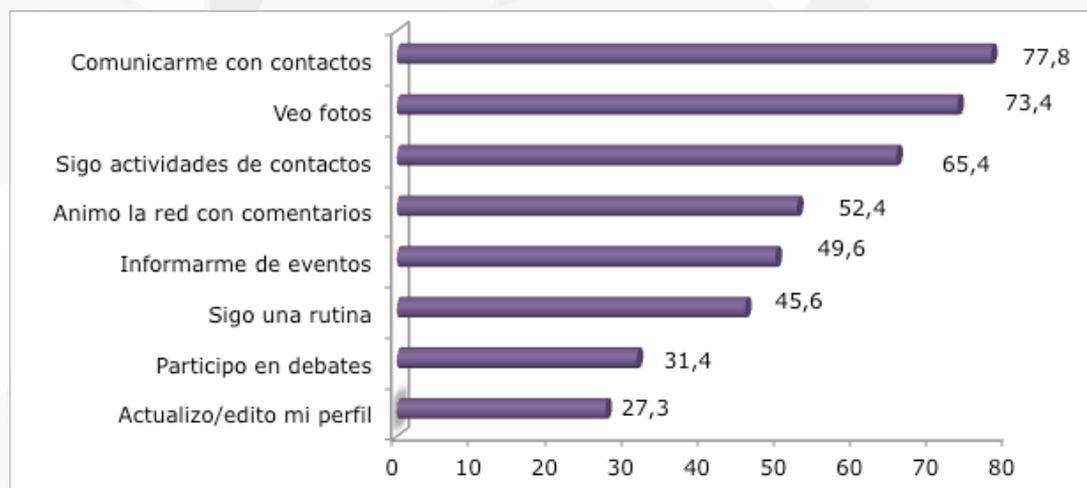
Para comunicarme con los hijos, para viejos amigos, que gracias a Internet he recuperado muchísima gente tanto de mi primer matrimonio como del segundo y entonces... es muy bonito porque vuelves a ver gente que había desaparecido de tu vida. (D, 74 años)

Me aporta que puedo relacionarme con mucha gente, he podido relacionarme con mi entorno porque yo no soy de aquí, soy de un pueblo de Huelva y Facebook me permite vivir todo lo de allí a través de mi gente. (A, 50 años)

En cuanto a los motivos, los resultados muestran diferencias en función de la edad y del nivel educativo. Son las mujeres menores de 40 años las que utilizan más las redes con el motivo de buscar grupos con intereses afines ($X(2)=11.607$; $p=.003$; C.C.=.178) y por la forma rápida y fluida con la que pueden comunicarse ($X(2)=9.948$; $p=.007$; C.C.=.165). De igual forma, las mujeres que usan las redes con la intención de actualizarse profesionalmente ($X(2)=15.863$; $p=.000$; C.C.=.207) son las menores de 55 años. En contraste, se observa que las mujeres mayores de 55 años utilizan las redes sociales para sentirse socialmente incluidas ($X(2)=21.587$; $p=.000$; C.C.=.239). Con respecto al nivel educativo los resultados muestran que son las mujeres que no tienen estudios las que más la usan para el ocio y entretenimiento ($X(2)=15.541$; $p=.008$; C.C.=.203), para hacer amistades ($X(2)=17.639$; $p=.003$; C.C.=.216), porque está de moda ($X(2)=16.317$; $p=.006$; C.C.=.208) o porque necesitan sentirse socialmente incluidas ($X(2)=20.527$; $p=.001$; C.C.=.232). Sin embargo, estos resultados muestran que es menos frecuente entre las mujeres universitarias usarlas con estos intereses.

En relación a las habilidades de uso de las redes por parte de estas mujeres, la figura 3 indica que las mujeres muestran mayor habilidad para comunicarse con sus contactos, ver fotos y seguir la actividad de sus amistades.

Figura 3. Distribución de habilidad de uso de las redes sociales



Fuente: elaboración propia

Los discursos recogidos mediante entrevistas reflejan las habilidades de las mujeres en el uso de las redes sociales, es decir, lo que han aprendido con el uso de las mismas, desarrollando competencias tecnológicas básicas y comunicativas y usando herramientas o aplicaciones específicas según sus intereses (hacer fotografías y subirlas, chat, mensajes privados, etc.).

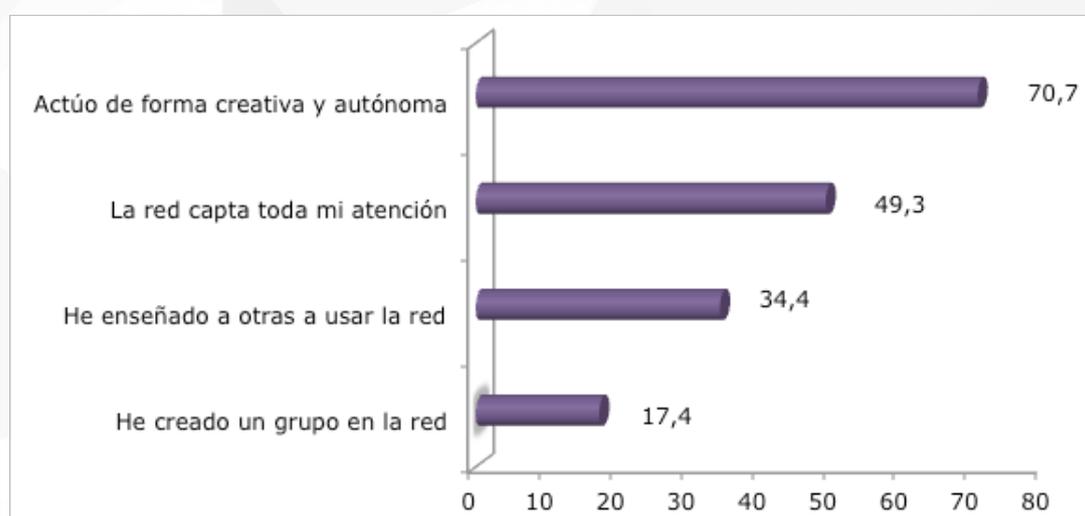
He aprendido quizás a ser más sociable de lo que era y a abrirme más a gente que no conozco bien pero que después con los privados, porque todo no es lo que ve todo el mundo, después compartes una serie de cosas que eso es lo que más te puede enriquecer porque ya tú escoges. (D, 74 años)

Ahora estoy haciendo fotografías con el móvil para pasarlas a mi Facebook y le pregunto a una amiga mía que antes hacía las fotografías de mis manualidades y las subía ella a su Facebook y de ahí las cogía yo, pero eso era un lío. Total, que ella me ha explicado cómo hacerlo. (A, 50 años)

Los resultados señalan diferencias en esta variable en función de la edad, siendo las mujeres menores de 40 años las que expresan mayor habilidad para comunicarse con sus contactos ($X(2)=12.208$; $p=.002$; C.C.=.183) y actualizar o editar su perfil ($X(2)=13.922$; $p=.001$; C.C.=.197). Al contrario de lo que sucede en el grupo de mujeres mayores de 55 años quienes muestran menos habilidad de uso para tal fin.

En cuanto a la autonomía de uso, los datos recogidos en la figura 4 muestran que el 70,7% de las mujeres encuestadas consideran que actúan de forma creativa y autónoma en la red, y que para el 49,3% de las mujeres la red consigue captar toda su atención.

Figura 4. Distribución de autonomía de uso de las redes sociales



Fuente: elaboración propia

Los discursos recogidos mediante entrevistas permiten comprender que la autonomía de uso de las mujeres en las redes surge por su curiosidad y las ganas de aprender sobre otros temas que son de su interés y que encuentran dentro de la red social.

Conecto mucho con una asociación por una enfermedad que tiene mi hija y me viene muy bien porque se ponen en contacto muchos enfermos. Y luego pues, con mucha gente a lo mejor por ejemplo también que, yo pinto, nos mandamos los cuadros de una de otra... (I, 50 años)

Porque yo aprendí aquí con el «Aula Mentor» (iniciativa formativa), que fue el primer pueblo de la provincia de Sevilla que tuvo el Aula. Entonces yo tenía mucha curiosidad por el tema de la informática. La sigo teniendo. Y digo, bueno pues cuando los ordenadores hablen, pues ya sabré yo. Pero aún así no me quedaba tranquila. (T, 53 años)

Los resultados indican que existen diferencias en esta variable en función de la edad, siendo las mujeres de menos de 40 años las más autónomas enseñando a otras personas a usar la red ($X(2)=14.712$; $p=.001$; C.C.=.202). En contraste, son las mujeres mayores de 55 años quienes muestran menos autonomía en esta acción.

Los datos mostrados hasta el momento permiten resaltar el papel que juegan las redes sociales como fuente para el aumento del capital social de las mujeres, que les permite ampliar su red de contactos más allá de su círculo más íntimo y cercano para satisfacer sus intereses o necesidades:

Como soy presentadora de Tupperware y Starhome, me llama mucha gente. El otro día me puso un «me gusta» una pre-sentadora de Caracas...imagínate. (...) Facebook me ha servido para darme a conocer con mi trabajo y es muy útil. Antes trabajaba con Sevilla y ahora trabajo con Badajoz y en mi perfil de Facebook sobre Tupperware yo puedo subir fotografías de los productos que vendo, que a través de Internet busco de otras presentadoras en otros países y la gente por ahí hace cosas increíbles para vender, suben unas fotos preciosas de los productos adornados por Navidad según la temporada o las promociones. (A, 50 años)

Yo creo que amplía tus relaciones y el contacto con la gente vamos, y a mí eso es una cosa que me ha gustado mucho. (PA, 49 años)

Hombre lo de la asociación (...) tengo alguna duda de la enfermedad o le van a cambiar el tratamiento o algo y entonces pues siempre «mira no te preocupes, yo sé de una que se ha puesto este tratamiento y le ha ido bien». La verdad es que eso sí, está muy bien, a parte que son gente de más países, o sea, no de aquí solamente, sino de muchos países. (I, 50 años)

4.3. INCIDENCIA DE LA FORMACIÓN EN TIC EN EL GRADO DE INCLUSIÓN DIGITAL

En cuanto a la incidencia de la formación recibida por estas mujeres en TIC en función del acceso a las redes sociales, los resultados muestran diferencias estadísticamente significativas cuando acceden desde el lugar de trabajo ($X(2)=7.248$; $p=.007$; C.C.=.146). Estas diferencias se producen en grupos de mujeres de entre 40 y 54 años ($X(2)=6.084$; $p=.014$; C.C.=.205) y en mujeres que tienen estudios de Secundaria ($X(2)=5.690$; $p=.017$; C.C.=.369) y Formación Profesional ($X(2)=6.747$; $p=.009$; C.C.=.323).

Con respecto a la incidencia de la formación recibida en TIC en función del uso que dan a las redes, los datos indican diferencias en las motivaciones de uso de las redes sociales por parte de las mujeres en lo que se refiere a sentirse socialmente incluidas ($X(2)=10.243$; $p=.001$;

C.C.=.170). Sin embargo no se pueden constatar diferencias significativas en función a grupos de edad ni tampoco por nivel educativo.

Los resultados también indican que hay diferencias observables en las habilidades que las mujeres muestran al participar en debates en función de la formación recibida en TIC ($X(2)=4.994$; $p=.025$; C.C.=.120). Estas diferencias se producen en grupos de mujeres de más de 55 años ($X(2)=4.366$; $p=.037$; C.C.=.281) y en mujeres que no tienen estudios ($X(2)=4.400$; $p=.036$; C.C.=.302) o que tienen estudios de Formación Profesional ($X(2)=5.422$; $p=.020$; C.C.=.290).

Asimismo, los datos muestran que hay diferencias en la autonomía de las mujeres en cuanto a crear un grupo dentro de las redes en función de la formación recibida en TIC ($X(2)=5.277$; $p=.022$; C.C.=.123). Estas diferencias se producen en grupos de mujeres de 26 a 39 años ($X(2)=4.303$; $p=.038$; C.C.=.168) y en mujeres con estudios de Formación Profesional ($X(2)=8.839$; $p=.003$; C.C.=.364).

5. CONCLUSIONES

La investigación muestra el acceso y uso de las mujeres a las redes sociales, así como las diferencias producidas en función al perfil y la formación recibida en tecnologías. Los resultados indican que en el plano de acceso las mujeres en general disponen de infraestructuras suficientes que le permiten hacer un uso continuado de las redes sociales.

La frecuencia con la que las mujeres usan las redes sociales es a diario, destacando redes como Facebook y Youtube, siendo el dispositivo más usado el ordenador portátil y/o sobremesa. Fundamentalmente se conectan desde el propio hogar y en horario de tarde-noche, siendo las más jóvenes las que lo hacen en una variedad de espacios, momentos y fines. Algunos estudios (Hargittai, 2010; Warschauer y Matuchniak, 2010) han demostrado que el tiempo de conexión, así como disponer de dispositivos para uso individual o el lugar desde el que se accede a Internet está asociado a usos más complejos y variados y también a una mayor autonomía de uso de las TIC.

Los resultados indican que se ha de incidir en mayor medida en el plano de uso, fundamentalmente en usos intencionados y rutinizados de las tecnologías. Además, se deben promover medidas que fomenten el uso de las redes sociales en mujeres mayores adultas y mujeres sin estudios, ya que estas se sienten más incluidas a nivel social cuando la usan. Estos resultados concuerdan con el estudio de Friemel (2016) en el que se hace alusión a la 'grey divide' referida a la brecha digital en personas mayores de 65 años, siendo el nivel educativo una de las variables que correlaciona fuertemente con el acceso y uso a Internet. Nuestro estudio muestra que a estas edades las mujeres se conectan a la red social en función de la utilidad que le ven a la misma. Mantener contactos con amigos/as o familiares y comunicarse de forma rápida y fluida se posicionan como motivos fundamentales por los que las mujeres acceden a la red. Esto coincide con estudios previos (Arteaga et al., 2014; Huber y Watson, 2014; Jiménez-Cortés, Rebollo-Catalán, García-Pérez y Buzón-García, 2015; Rebollo-Catalán y Vico-Bosch, 2014; Vega, Vico-Bosch y Rebollo-Catalán, 2015) que indican que los motivos de uso de las redes sociales de las mujeres tienen un carácter relacional y de entretenimiento.

Diversos estudios (Hargittai, 2010; Livingstone y Helsper, 2010) indican que la motivación de uso se muestra como un factor importante para explicar las habilidades de uso de las TIC. Las mujeres participantes en este trabajo muestran competencias tecnológicas básicas, en un nivel suficiente que le permite poder comunicarse con sus contactos. Es por esto que las mujeres comienzan a usar las redes sociales virtuales por la curiosidad que le produce conocer las mismas, produciéndose un cambio en su actitud mostrando iniciativa y autonomía para el aprendizaje de herramientas tecnológicas que le permiten hacer uso de las redes. Así, se puede considerar que las mujeres de zonas rurales pasan de la tecnofobia, referido al miedo o rechazo exagerado con el que se acercan a las redes debido a la falta de habilidades para usar las tecnologías en general (Castaño, Martín-Fernández, Vázquez-Cupeiro y Martínez-Cantos, 2009) al tecnointerés.

A raíz de los últimos resultados mostrados en este trabajo, cabe destacar que la formación recibida por las mujeres de zonas rurales se ha mostrado como una variable con efecto positivo en lo que corresponde al fomento en la habilidad de uso de las redes sociales, uso de dispositivos de conexión y lugares desde donde acceder a Internet. Aún así es necesario incidir en algunos aspectos desarrollados en el apartado anterior, pues no se ha logrado una formación suficiente para hacer usos variados de las redes y una mayor rutinización y autonomía, especialmente en mujeres mayores de 45 años. La formación recibida por estas mujeres ha tenido un impacto en sus vidas, pero podría caracterizarse por ser una formación básica, siendo necesario potenciar competencias tecnológicas más avanzadas. En su estudio, Fernández-Campomanes y Fueyo (2014) añaden la necesidad de activar programas de formación en tecnologías para mujeres mayores desde una perspectiva de género, no centrándose únicamente en aspectos instrumentales sino también fomentando el empoderamiento de las mismas. Por su parte, González-Oñate, Fanjul-Peyró y Cabezuelo-Lorenzo (2015) hacen un estudio comparado sobre el uso, consumo y conocimiento de las nuevas tecnologías de personas mayores en distintos países. En él señalan la forma en que cada región percibe a este colectivo, siendo Francia y Reino Unido las que conciben a este grupo como capital humano de interés por el conocimiento y experiencia que pueden aportar, algo que no sucede en la misma medida en España, siendo excluidos en muchas ocasiones en lo que a tecnologías se refiere.

En definitiva, los resultados sugieren que las actuaciones incluidas en el Plan han tenido un efecto positivo en el acceso y uso básico, siendo necesario aún superar algunas barreras en el plano de usos rutinizados y creativos. Con el fin de aumentar la participación de las mujeres en estos espacios se hace necesario diversificar las acciones formativas contempladas como medida de actuación para responder a la variedad de perfiles y motivaciones que muestran las mujeres, ya que según lo expuesto han sido las mujeres de 26 a 40 años las más beneficiadas por estas acciones formativas.

6. REFERENCIAS

- Ambrosi, A., Peugeot, V., y Pimienta, D. (2005). *Palabras en juego: Enfoques multiculturales sobre las sociedades de la información*. Caen: C&F Editions.
- Area, M., y Pessoa, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. *Comunicar*, 38(19), 13-20. doi: 10.3916/C38-2012-02-01
- Arteaga, R., Cortijo, V., y Javed, U. (2014). Students' perceptions of Facebook for academic purposes. *Computers & Education*, 70, 138-149. doi: 10.1016/j.compedu.2013.08.012
- Astelarra, J. (2005). *Veinte años de políticas de igualdad. Colección Feminismos*. Madrid: Cátedra.
- Braun, M. T. (2013). Obstacles to social networking website use among older adults. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 673-680. doi: 10.1016/j.chb.2012.12.004
- Bustelo, M., y Lombardo, E. (2007). *Políticas de igualdad en España y Europa. Colección Feminismos*. Madrid: Cátedra.
- Castaño, C., Martín-Fernández, J., y Vázquez-Cupeiro, S. (2008). La e-inclusión y el bienestar social: una perspectiva de género. *Economía Industrial*, 367, 139-152. Recuperado de <http://www.minetad.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/367/139.pdf>
- Castaño, C., Martín-Fernández, J., Vázquez-Cupeiro, S., y Martínez-Cantos, J. L. (2009). *La brecha digital de género. Amantes y distantes*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Clipson, T. W., Wilson, S.A., y DuFrene, D.D. (2012). The Social Networking Arena: Battle of the Sexes. *Business Communication Quarterly*, 75(1), 64-67. doi: 10.1177/1080569911423961
- Colás, P., Pantoja, A., Orellana, N., Muñoz-Cantero, J. M., y Espiñeira, E. M. (2012). Brecha digital e inclusión educativa y social. En C. Jiménez-Fernández, J. L. García-Llamas, B. Álvarez-González y J. Quintanal (Eds.). *Investigación y educación en un mundo en red* (pp. 121-150). Madrid: McGrawHill.
- De Pablos, J., Colás, P., y González-Ramírez, T. (2010). Factores facilitadores de la innovación con Tic en los centros escolares. Un análisis comparativo entre diferentes políticas educativas autonómicas. *Revista de Educación*, 352, 23-51.
- Dias, I. (2012). O uso das tecnologias digitais entre os seniores. Motivações e interesses. *Sociologia, problemas e práticas*, 68, 51-77. doi: 10.7458/SPP201268693
- Díez-Gutiérrez, E., y Díaz-Nafría, J. M. (2018). Ecologías de aprendizaje ubicuo para la ciber-ciudadanía crítica. *Comunicar*, 54, 49-58. doi: 10.3916/C54-2018-05
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C., y Shafer, S. (2004). Digital Inequality: From Unequal Access to Differentiated Use. En K. Neckerman (Ed.). *Social Inequality*, (pp. 355-400). New York: Russell Sage Foundation.

Ellison, N. B., Steinfield, C., y Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook «Friends» Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1143-1168. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x

Fernandez-Campomanes, M., y Fueyo-Gutiérrez, A. (2014). Redes sociales y mujeres mayores: estudio sobre la influencia de las redes sociales en la calidad de vida. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 5(1), 157-177. doi: 10.14198/MEDCOM2014.5.1.11

Friemel, T. (2016). The digital divide has grown old: Determinants of a digital divide among seniors. *New, Media & Society*, 18(2), 313-331. doi: 10.1177/1461444814538648

Gobierno de España. (2009). *Plan de Acción para la Igualdad entre Mujeres y Hombres en la Sociedad de la Información*. Recuperado de <http://institutoasturianodelamujer.com/iam/wp-content/uploads/2010/02/plan-igualdad-sociedad-informacion-17-diciembre-2009.pdf>

González-Oñate, C., Fanjul-Peyró, C., y Cabezuelo-Lorenzo, F. (2015). Uso, consumo y conocimiento de las nuevas tecnologías en personas mayores en Francia, Reino Unido y España. *Comunicar*, 45, 19-28. doi: 10.3916/C45-2015-02

Goudreau, J. (2010). *What men and women are doing on Facebook*. Forbes.com. Recuperado de <http://www.forbes.com/2010/04/26/popular-social-networking-sites-forbes-woman-time-facebook-twitter.html>

Greenhow, C., y Gleason, B. (2012). Twitteracy: Tweeting as a New Literacy Practice. *The Educational Forum*, 76(4), 464-478. doi: 10.1080/00131725.2012.709032

Hargittai, E. (2010). Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the «Net Generation». *Sociological Inquiry*, 80(1), 92-113. doi: 10.1111/j.1475-682X.2009.00317.x

Hargittai, E., y Shafer, S. (2006). Differences in actual and perceived online skills: The role of gender. *Social Science Quarterly*, 87(2), 432-448.

Hargittai, E., y Walejko, G. (2008). The Participation Divide: Content Creation and Sharing in the Digital Age. *Information, Communication and Society*, 11(2), 239-256. doi: 10.1080/13691180801946150

Helsper, E.J. (2008). *Digital inclusion: an analysis of social disadvantage and the information society*. Department for Communities and Local Government, London, UK. Recuperado de http://eprints.lse.ac.uk/26938/1/__libfile_REPOSITORY_Content_Helsper,%20E_Digital%20inclusion_Helsper_Digital%20inclusion_2013.pdf

Hew, K.F., y Cheung, W.S. (2012). Students' use of asynchronous voice discussion in a blended-learning environment: A study of two undergraduate classes. *The Electronic Journal of e-Learning*, 10(4), 360-367.

Hilbert, M. (2011). Digital gender divide or technologically empowered women in developing countries? A typical case of lies, damned lies, and statistics. *Women's Studies International Forum*, 34(6), 479-489. doi: 10.1016/j.wsif.2011.07.001

Huber, L., y Watson, C. (2014). Technology: Education and Training Needs of Older Adults. *Educational Gerontology*, 40(1), 16-25. doi: 10.1080/03601277.2013.768064

Jiménez-Cortés, R. (2016). Ciudadanía digital y bienestar de las mujeres rurales en las redes sociales. *RELATEC*, 15(2), 81-94 doi: 10.17398/1695288X.15.2.81

Jiménez-Cortés, R., Rebollo-Catalán, A., García-Pérez, R., y Buzón-García, O. (2015). Motivos de uso de las redes sociales virtuales: Análisis de perfiles de mujeres rurales. *RELIEVE*, 21(1), 1-17. doi: 10.7203/relieve.21.1.5153

Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural, BOE, 299 (2007). Recuperado de <http://goo.gl/8Dih3A>

Lin, C., Tang, W., y Kuo, F. (2012). Mommy Wants to Learn the Computer: How Middle-Aged and Elderly Women in Taiwan Learn ICT Through Social Support. *Adult Education Quarterly*, 62(1), 73-90. doi: 10.1177/0741713610392760

Livingstone, S., y Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: the role of online skills and internet self-efficacy. *New media & society*, 12(2), 309-329. doi: 10.1177/1461444809342697

Mazman, S.G., y Usluel, Y.K. (2011). Gender differences in using social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 10(2), 133-139.

Meyers, E., Erikson, I., y Small, R. (2013). Digital literacy and informal learning environments: an introduction. *Learning, Media and Technology*, 38(4), 355-367. doi: 10.1080/17439884.2013.783597

Novo-Corti, I., Varela-Candamio, L., y García-Álvarez, T. (2014). Breaking the walls of social exclusion of women rural by means of ICTs: The case of «digital divides» in Galician. *Computers in Human Behavior*, 30, 497-507. doi: 10.1016/j.chb.2013.06.017

Rebollo-Catalán, A., y Vico-Bosch, A. (2014). El apoyo social percibido como factor de inclusión digital de las mujeres de entorno rural en las redes sociales virtuales. *Comunicar*, 43(22), 173-180. doi: 10.3916/C43-2014-17

Sánchez-Oro, M., y Fernández-Sánchez, M. R. (2017). Digital technologies and rural women's entrepreneurship. *Prisma Social*, 18, 259-277. Recuperado de <http://revistaprismasocial.es/article/view/1402/1664>

Sancho, J. M., y Correa, J. M. (2010). Cambio y continuidad en sistemas educativos en transformación. *Revista de Educación*, 352, 17-21.

Simsek, E., y Simsek, A. (2013). New Literacies for Digital Citizenship. *Contemporary Educational Technology*, 4(2), 126-137.

Steinfeld, C., Ellison, N. B., y Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434-445. doi: 10.1016/j.appdev.2008.07.002

Valenzuela, S., Park, N., y Kee, K. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 875–901. doi: 10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x

van Dijk, J. (2005). *The deepening divide: inequality in the information society*. Thousand Oaks, CA: Sage Pub.

Vega-Caro, L., Vico-Bosch, A., y Rebollo-Catalán, A. (2015). Motivaciones de uso de las redes sociales para el desarrollo del capital social de las mujeres de entorno rural. *Icono* 14, 13(2), 76-104. doi: 10.7195/ri14.v13i2.839

Warschauer, M. (2004). *Technology and social inclusion: rethinking the digital divide*. Cambridge, MA: MIT Press.

Warschauer, M., y Matuchniak, T. (2010). New Technology and Digital Worlds: Analyzing Evidence of Equity in Access, Use and Outcomes. *Review of Research in Education*, 34(1), 179-225. doi: 10.3102/0091732X09349791

Wasserman, I. M., y Richmond-Abbot, M. (2005). Gender and the Internet: Causes of Variation in Access, Level, and Scope of Use. *Social Science Quarterly*, 86(1), 252-270.

Yang, C., y Brown, B. (2013). Motives for Using Facebook, Patterns of Facebook Activities, and Late Adolescents' Social Adjustment to College. *J Youth Adolescence*, 42, 403-416. doi: 10.1007/s10964-012-9836-x