
INFLUENCIA DEL GÉNERO EN EL USO DE REDES SOCIALES VIRTUALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

López de Ramos, Aura

Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología – UNICyT
Centro de Investigación Educativa CIEDU
Ciudad de Panamá, Panamá
<https://orcid.org/0000-0002-8983-9704>

Abstract

The gender gap in the use of virtual social networks (RRSS) is an important issue in the digital world. Some previous studies have pointed out that men tend to use social networks more than women, and that there are also differences in how they use them. This study focused on analyzing these differences in university students in Latin America, focusing on popular social networks such as Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, LinkedIn, TikTok and YouTube. The research involved 102 students from a private university in Panama, with most women (male:female ratio of 1:1.68). The participants were of varied ages, and the majority resided in the Province of Panama. The results showed that women use social networks more frequently than men, but men tend to spend more time on them. Furthermore, there were no notable differences between genders in terms of preference for technological devices or specific social networks. Most students used WhatsApp for instant messaging. Regarding social media activities, it was observed that men tended to use them less to obtain information or stay informed compared to women. However, women showed a slightly lower tendency to use social networks for activities related to their studies.

Keywords: Digital divide, Gender gap, Gender digital inequality, Social Media Addiction, Social networks.

Resumen

La brecha de género en el uso de las redes sociales virtuales (RRSS) es un tema importante en el mundo digital. Algunos estudios previos han señalado que los hombres tienden a usar más las RRSS que las mujeres, y que también hay diferencias en cómo las utilizan. Este estudio se enfocó en analizar estas diferencias en estudiantes universitarios de Latinoamérica, centrándose en RRSS populares como Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, LinkedIn, TikTok y YouTube. La investigación involucró a 102 estudiantes de una universidad particular en Panamá, con una mayoría de mujeres (relación hombre:mujer de 1:1.68). Los participantes tenían edades variadas, y la mayoría residía en la Provincia de

Panamá. Los resultados mostraron que las mujeres utilizan las RRSS con mayor frecuencia que los hombres, pero los hombres tienden a pasar más tiempo en ellas. Además, no hubo diferencias notables entre géneros en términos de preferencia por dispositivos tecnológicos o RRSS específicas. La mayoría de los estudiantes usaban WhatsApp para la mensajería instantánea. En cuanto a las actividades en RRSS, se observó que los hombres tendían a utilizarlas menos para obtener información o mantenerse informados en comparación con las mujeres. Sin embargo, las mujeres mostraron una tendencia ligeramente menor a utilizar las RRSS para actividades relacionadas con sus estudios.

Palabras claves: Brecha digital, Brecha de género, Desigualdad digital de género, Adicción a redes sociales, Redes Sociales.

1. INTRODUCCIÓN

La brecha digital de género es evidente en el mundo laboral y en los proyectos de innovación y/o emprendimiento, esto genera obstáculos adicionales para que las mujeres sean exitosas en el mundo de los negocios. Algunos autores [1], [2], [3], [4] han advertido que la brecha digital de género sigue estando presente y en algunos países ha aumentado perceptiblemente. Las redes sociales (RRSS) virtuales son herramientas de la web 2.0 que tienen impacto en la medida de las brechas digitales. Trabajos previos como el de Valencia-Ortiz y colaboradores [5] han reportado que los hombres usan más las redes sociales que las mujeres y que existe una diferenciación marcada en el tipo de uso que le dan. El presente trabajo de investigación tuvo por objetivo analizar las diferencias por género en la frecuencia y tipos de uso de las RRSS virtuales más comunes en Latinoamérica (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, LinkedIn, TikTok y YouTube) así como también conocer si existe o no adicción al uso de redes sociales por parte de una muestra de estudiantes universitarios.

método

A. Población y Muestra

La población está conformada por estudiantes activos del nivel de Licenciatura y Maestría de una universidad particular panameña (población de 400 estudiantes). La muestra de estudio fue de 110 estudiantes que participaron voluntariamente en el estudio (38 hombres y 64 mujeres).

B. Instrumento de recolección de datos

Se seleccionó la escala “Social Media Addiction Scale Student Form” (SMAS-SF) desarrollada por Sahin en 2018 [6], que luego fue traducida, adaptada y fiabilizada por Valencia & Castaño en 2019 [7]. Las dimensiones se muestran en la Tabla 1. Se adicionaron preguntas relacionadas con el tipo, frecuencia y tiempo dedicado a los estudios.

Tabla 1. Dimensiones escala “Social Media Addiction Scale Student Form (SMAS-SF)

Dimensión	Descripción
Satisfacción por estar conectado a las redes sociales	La satisfacción proviene de la situación de placer que sientes cuando te encuentras conectado a las redes sociales.
Problemas	Los problemas se refieren a las consecuencias que se producen en tu mundo social, laboral, académico, familiar y personal en relación al excesivo tiempo de uso de las redes sociales.
Obsesión por estar informado	Se refiere al malestar que tienes cuando al no estar conectado sientes que te estás perdiendo lo que está ocurriendo en las redes sociales.
Necesidad/Obsesión de estar conectado	Se refiere al malestar que te produce no estar conectado a las redes sociales.

3. RESULTADOS

En las tablas de 2 a 6 se presentan los resultados más importantes en cuanto a la frecuencia y horas de conexión que manifestaron tener los estudiantes encuestados. Así como también los resultados para cada una de las dimensiones de la escala “Social Media Addiction Scale Student Form (SMAS-SF).

Tabla 2. Frecuencia y horas conectado a las redes sociales

Estudiantes	Género	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación
¿Con qué frecuencia participas en las redes sociales?	Mujer	64	1	5	4.00	1.28
	Hombre	38	1	5	3.87	1.40
¿Cuántas horas utilizas las redes sociales cada semana?	Mujer	64	1	5	3.48	1.01
	Hombre	38	1	5	3.55	1.08

Tabla 3. Satisfacción por estar conectado a las RRSS

Ítem	Género	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación
Veo las redes sociales como escape del mundo real	Mujer	64	1	5	2.69	0.96
	Hombre	38	1	5	2.79	1.09
Una vida sin redes sociales no tiene sentido para mí	Mujer	64	1	5	2.36	0.88
	Hombre	38	1	5	2.05	0.98
Prefiero usar las redes sociales a pesar de estar acompañado	Mujer	64	1	5	2.20	0.82
	Hombre	38	1	5	2.26	0.98
Prefiero las amistades de las redes sociales que las presenciales	Mujer	64	1	5	1.80	0.84
	Hombre	38	1	5	2.08	1.08

Tabla 4. Problemas

Ítem	Género	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación
Omito mis tareas porque paso mucho tiempo en las redes sociales	Mujer	64	1	5	1.66	0.67
	Hombre	38	1	5	1.92	0.91
Me siento mal si estoy obligado a disminuir el tiempo que paso en las redes sociales	Mujer	64	1	5	1.81	0.79
	Hombre	38	1	5	1.74	0.83
Me siento infeliz cuando no estoy en las redes sociales	Mujer	64	1	5	2.06	1.01
	Hombre	38	1	5	2.37	1.08

Tabla 5. Obsesión por estar informado

Estudiantes	Género	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación
El mundo misterioso de las redes sociales siempre me cautiva	Mujer	64	1	5	2.48	0.99
	Hombre	38	1	5	2.74	0.95
Me gusta usar las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que sucede	Mujer	64	1	5	3.69	0.96
	Hombre	38	1	5	3.58	1.03
Navego en las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que comparten los grupos de medios sociales	Mujer	64	1	5	3.42	0.94
	Hombre	38	1	5	3.34	0.99
Paso más tiempo en las redes sociales para ver algunos eventos/ acontecimientos especiales (por ejemplo, cumpleaños)	Mujer	64	1	5	2.69	1.02
	Hombre	38	1	5	2.79	0.87

Tabla 6. Necesidad/Obsesión de estar conectado

Estudiantes	Género	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación
Estoy ansioso por ir a las redes sociales	Mujer	64	1	5	2.05	0.88
	Hombre	38	1	5	2.00	0.87
Busco conectarme a Internet en todas partes para acceder a las redes sociales	Mujer	64	1	5	2.14	0.92
	Hombre	38	1	5	2.16	0.86
Lo primero que hago cuando me despierto es conectarme a las redes sociales	Mujer	64	1	5	2.58	1.14
	Hombre	38	1	5	2.47	1.20
Quiero pasar el tiempo en las redes sociales cuando estoy solo	Mujer	64	1	5	2.67	1.16
	Hombre	38	1	5	2.92	1.00

4. CONCLUSIONES

Todos los estudiantes encuestados usan WhatsApp como mensajería instantánea. En el estudio no se encontraron diferencias significativas por género en la preferencia de uso de RRSS: El primer lugar para YouTube, empatadas Facebook e Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok y Snapchat. Tampoco se encontraron diferencias significativas por género en la preferencia de uso de equipos tecnológicos: Celular, Laptop, Desktop y, por último, Tablet. Existen diferencias moderadas en la frecuencia y horas de uso de las redes sociales por los estudiantes que participaron en el estudio (coincidencia con los resultados de Valencia-Ortiz y colaboradores [5]: Los hombres tienden a usar más horas las RRSS que las mujeres y las mujeres usan las RRSS con más frecuencia que los hombres.

Referente a las dimensiones (Satisfacción, Necesidad, Problema y Obsesión), no se encontraron diferencias apreciables en los promedios simples de los ítems de las cuatro dimensiones estudiadas. Sin embargo, se detectó una ligera tendencia a que los hombres usen menos las RRSS para obtener información y mantenerse informados que las mujeres; así como también, una ligera tendencia a que las mujeres usen menos las RRSS que los hombres para actividades relacionadas con cursos (estudios). Estos hallazgos coinciden con lo reportado en la literatura (colocar referencia).

Los resultados preliminares no muestran ninguna tendencia a la adicción a las RRSS en la muestra de estudiantes estudiada.

REFERENCIAS

- [1] A.L. Peña Honores. Brecha de género en la pobreza multidimensional en Ecuador (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Carrera de Economía), 2023.
- [2] B. Haro; M. Beranuy; M. A. Vega; F. Calvo; X. Carbonell. Uso problemático del móvil y diferencias de género en formación profesional Educación XX1, vol. 25, núm. 2, Julio-Diciembre, pp. 271-290 Universidad Nacional de Educación a Distancia Madrid, España, 2022.
- [3] L. Fajardo; M. Jiménez y A. G. Suárez López. "Estudio comparativo de género sobre adicción a redes sociales en jóvenes universitarios." Revista Arbitrada Interdisciplinaria de Ciencias de la Salud. Salud y Vida Vol. 6, Núm 3, pp. 105-115, 2022.
- [4] C. Cáceres Rodríguez; E. M. Ceballos Vacas y E. T. Martín-Palomino. "Usos y competencias digitales del alumnado universitario con perspectiva de género." Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado Vol. 26, Núm. 2: pp. 103-124, 2022.
- [5] R. Valencia-Ortiz; J. Cabero Almenara; U. Garay Ruiz. Influencia del género en el uso de redes sociales por el alumnado y profesorado. Campos Virtuales, Vol 9, Núm 1: pp. 29-39, 2020.
- [6] C. Sahin, Social Media addiction Scale-Student Form: The Reliability and Validity Study. TOJECT: The Turkish Online Journal of Educational Technology, Vol 17, Núm 1: pp. 169-182, 2018.
- [7] R. Valencia y C. Castaño. Use and abuse of social media by adolescent: A study in México. Pixel-Bit: Revista de Medios y Educación, Vol 53: pp. 7-28, 2019.

AUTORIZACIÓN Y LICENCIA CC

Los autores autorizan a APANAC XIX a publicar el artículo en las actas de la conferencia en Acceso Abierto (Open Access) en diversos formatos digitales (PDF, HTML, EPUB) e integrarlos en diversas plataformas online como repositorios y bases de datos bajo la licencia CC:

Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

Ni APANAC XIX ni los editores son responsables ni del contenido ni de las implicaciones de lo expresado en el artículo.