

Influencia del género en el uso de redes sociales por el alumnado y profesorado

The influence of gender in the use of social media by students and teachers

Rubicelia Valencia-Ortiz¹, Julio Cabero Almenara², Urtza Garay Ruiz¹

¹ Universidad del País Vasco, España

² Universidad de Sevilla, España

rubivalencia@gmail.com , cabero@us.es , urtza.garay@ehu.eus

RESUMEN. Las redes sociales presentan el peligro de la ampliación de lo que actualmente se conoce como brecha digital de género. A pesar de que el acceso de las mujeres a esta tecnología es equilibrado, las diferencias se encuentran en el tipo de uso que realizan de las redes sociales hombres y mujeres. El objetivo de este estudio es analizar las diferencias por género en relación a la frecuencia de uso y tipos de utilización de las redes sociales del profesorado y alumnado. La muestra la conforman 19008 personas, 1408 docentes y 17600 estudiantes de México. Para la recogida de información se optó por la escala Social Media Addiction Scale Student Form (SMAS-SF) de Sahin (2018) adaptada a y validada por Valencia y Castaño (2018). Entre los resultados destaca que los estudiantes hombre utilizan de forma más frecuente las redes sociales que las mujeres. Además de que existen diferencias entre el tipo de utilización de las mismas. Mientras que las mujeres las utilizan más para comunicarse, los hombres lo hacen para el consumo y el ocio.

ABSTRACT. Social media can show the wide danger that exists in what we now know as the digital gap of gender. Despite women have equitable access to technology, the differences are focused on the type of use that men and women have of social media. It is the purpose of this study to analyze the differences by gender considering the frequency and types of usage of social media, in students and teachers. The sample compiles 19008 people; 1408 teachers and 17600 students located in Mexico. The Social Media Addiction Scale Student Form (SMAS-SF) from Sahin (2018) was adapted and validated by Valencia and Castaño (2018) to collect the information. Some of the results emphasize the differences that exist in the use of the social media. While women use the media to communicate, men use it for consumption and leisure.

PALABRAS CLAVE: Redes sociales, Educación, Género, Internet, Profesorado, Alumnado.

KEYWORDS: Social networks, Education, Gender, Internet, Teachers, Students.

1. Introducción

Los estudios de género centrados en las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) están adquiriendo un fuerte significado (Castaño, 2014), entre otros motivos porque una de las brechas digitales a la que se refieren diferentes autores es la de género (Cabero & Ruiz-Palmero, 2018; Yeganehfar, MZarei, Isfandyari-Mogghadam & Famil-Rouhani, 2018). De manera más específica podemos decir que la investigación referida al uso de las TIC desde la perspectiva de género desde los niveles inferiores de enseñanza ha ido ganando terreno progresivamente (Mancilla, Barros & Mora, 2019).

Una de las tecnologías que está adquiriendo bastante importancia, en los momentos actuales, son las redes sociales, que se han convertido en uno de los medios de comunicación preferido por los jóvenes y adolescentes para comunicarse (Flores, Jiménez, González, Aragón & Gazpar, 2016; Gétrudix, Borges & García, 2017). De forma específica en México, que es el contexto en el cual se desarrolla el trabajo, el 82% de los usuarios de Internet indican que lo hacen para conectarse a las redes sociales on-line (Asociación Internet Mx, 2019).

Respecto a las redes sociales se debe comenzar diciendo que son más que una moda, son un fenómeno que está revolucionando nuestra forma de comunicarnos y de interpretar el mundo (Barico, 2019). Es más, la inclusión de las redes sociales ha supuesto una revolución de carácter social y tecnológica, brindando nuevas formas de aprendizaje, fomentando el crecimiento intelectual, social y emocional de la sociedad (Holcomb & Beal, 2010). Por lo que su análisis e influencia en la población supone un reto de análisis desafiante y complicado ya que nos enfrentamos a un fenómeno en constante crecimiento y cambio. Las redes constituyen un lugar de encuentro y de pozo de información que está continuamente actualizándose, pero también presentan sus peligros desde el punto de vista de las adicciones (Oppenheimer, 2018; García-Umaña & Tirado-Murueta, 2018; Valencia & Castaño, 2019; García-Umaña & Córdoba, 2020) o de la ampliación de lo que hoy día se conoce como brecha digital de género (Navarro, 2009; Arenas, 2011).

Podemos considerar que en la relación de las mujeres con la tecnología se presentan tres tipos de brechas digitales de género: la primera va unida al acceso de la tecnología; la segunda relacionada con el tipo de usos que se hace de la tecnología y la tercera al acceso a servicios más o menos avanzados (Espinar & González, 2009; Rubio, 2009; European Comisión, 2018).

Este temor por el desarrollo y la consolidación de la brecha digital de género parece no ser una amenaza real cuando hablamos de redes sociales. Hay estudios señalan que, a nivel mundial, el 60% de los usuarios de redes sociales son mujeres (Fundación Orange, 2009). Por lo que el acceso de las mujeres a este tipo de tecnología puede considerarse equilibrada (Gil-Juárez, Vitores, Feliu & Vall-llovera, 2011) y sin diferencias a su adicción respecto a los hombres (Syahputra, Prayitno, Syahniar & Hariyani, 2019), aunque debemos reconocer que hay estudios que indican lo contrario mostrando los chicos mayor grados de adicción que chicas (Durán & Guerra, 2015). Es más, nos encontramos con diferentes estudios que señalan que son las mujeres las que utilizan más las redes sociales que los hombres (Instituto Nacional de Estadística, 2018; Fundación Telefónica, 2019).

En cambio, si nos centramos en el tipo de uso que realizan hombres y mujeres, podemos encontrar que la mayoría de los estudios (Escofet & Rubio, 2007) señalan diferencias de género en relación con los nuevos medios tecnológicos de nuestro entorno.

De este modo, las diferencias de género se relacionan con el tipo de objetivo con el que se utilizan las redes en relación al juego, el empleo de herramientas de comunicación, las páginas visitadas o los servicios utilizados (Espinar & Gonzalez, 2009: 93). En esta misma línea, el estudio de la Fundación Orange (2009) destaca que a pesar de que la presencia de las mujeres en las redes sociales es ligeramente superior al de los hombres, existen excepciones en algunas redes sociales específicas enfocadas a las relaciones profesionales donde la mayoría de los usuarios son hombres.



Así, tal y como ocurre con otros aspectos en el caso de las redes sociales los centros de enseñanza se convierte en el reflejo de la sociedad. Desde que empezaron a popularizarse las redes sociales su uso se ha ido incorporando en las diferentes áreas educativas (Cabero & Marín, 2013, 2014). En esta línea expertos como Rosli et al. (2016) o Tejada, Castaño y Romero (2019) señalan que su inclusión en la educación formal conlleva multitud de beneficio, entre los que destaca que se fomenta una forma de tender puentes en la continuidad de la comunicación entre el profesorado y el estudiante y entre estos y los demás alumnos y alumnas.

Pero ante esta realidad diversos estudios (Romera, 2011) advierten sobre las diferencias de género en el uso de las tecnologías en educación, lo que según Barragán y Ruiz (2013) se refleja también en el uso de las redes sociales en ámbitos educativos. Las redes sociales se convierten en un contexto sujeto a la distinción de género en relación con sus diversos y diferentes usos, reproduciendo de esta forma desigualdades entre mujeres y hombres preexistentes en la sociedad. De forma concreta diferentes autores (Ferreiro, Gómez, Harris & Rial, 2017; Tejada, Castaño & Romero, 2019), las chicas utilizan más las redes sociales para la realización de trabajos académicos y para buscar información que los chicos. Por otra parte, los hombres utilizan más la red Facebook para hacer contactos que las mujeres, así como que las mujeres la utilizan para contactar con sus amistades, mientras que los hombres la utilizan para ampliar sus contactos (Mazman & Usluel, 2011).

Ante esta dificultad y riesgo para la inclusión efectiva, eficaz y sana de las redes sociales en los contextos educativos nace la investigación que presentamos a continuación, cuyo fin último es conocer las diferencias de género en relación con la utilización y a la frecuencia de uso de las redes sociales de los dos principales agentes en educación, el alumnado y el profesorado, para poder diseñar maneras efectivas de romper las barreras de género en el uso educativo de las redes sociales.

2. Objetivo

El objetivo de esta investigación es analizar las diferencias por razón de género de la frecuencia de uso y los tipos de utilización que se realizan de las redes sociales. Para ello se han formulado las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Existe diferencia de género en la frecuencia de uso de redes sociales por el alumnado?
2. ¿Hay diferencias significativas en función del género de los docentes respecto a la percepción de la frecuencia de utilización y número de horas que sus estudiantes pasan en las redes sociales?
3. ¿Qué diferencias de género encontramos en relación con el uso de Internet por los estudiantes?
4. ¿Hay diferencias significativas en función del género de los docentes respecto a la percepción que tienen de los usos que de internet hacen sus estudiantes?

Por tanto, se han tenido en cuenta dos variables dependientes que son la utilización y la frecuencia de uso de las redes sociales por profesorado y alumnado de diferentes niveles educativos.

Indicar que respecto a estas preguntas formularemos dos hipótesis: la hipótesis nula (H0) que hará referencia a la no existencia de diferencias significativas a un nivel de significación de .05 o inferior y la hipótesis alternativa (H1) que se referirá a la existencia de diferencias significativas al citado nivel de significación.

3. Metodología

3.1. Muestra

La muestra del estudio está conformada por estudiantes y docentes en activo del nivel de Preparatoria de México. La muestra no es probabilística, intencional o de conveniencia (Sabariego, 2012). Por lo que es establecida según las necesidades requeridas por la investigación y fueron considerados sujetos voluntarios que forman parte de la población objeto de estudio.

La muestra de la investigación estuvo conformada por 19.008 personas, 6047 hombres y 13051 mujeres. El grupo de profesorado lo conformaban 1408 docentes, entre ellos 902 mujeres y 596 hombres. Mientras que el de los estudiantes se conformaba de 12149 mujeres y 5451 hombres, 17600 participantes en total.

Respecto a la frecuencia de utilización de redes sociales destaca que la mayoría ($f=8241$, 46,82%) señalan utilizar las redes varias veces al día, seguido de los que las usan por lo menos una vez ($f=4132$, 23,48%), una o dos veces por semana ($F=1847$, 10,49%) y varias veces a la semana ($f=1847$, 10,49%). Finalmente se encuentran los que la utilizan menos de una vez a la semana ($f=1138$, 7,84%).

Traducida la frecuencia en horas semanales de utilización de las redes sociales el mayor porcentaje lo ocupan los que lo señalar utilizarlas entre 1 y 5 horas (32,05%), seguidos de los que las usan entre 5 y 10 horas (22,64%), menos de 1 hora (15,61%) y entre 15 y 20 horas (7,27%) respectivamente. Destaca que nadie indicó que las utilizaba más de 24 horas a la semana.

3.2. Instrumentos de recogida de información y análisis

Para la recogida de la información se optó por la escala “Social Media Addiction Scale Student Form” (SMAS-SF) (Sahin, 2018), traducida, adaptada y fiabilizada al contexto mexicano por Valencia y Castaño (2019). La versión final de la escala en su adaptación al contexto mexicano estuvo compuesta 28 ítems con opción de respuesta tipo Likert de cinco niveles (desde 1=fuertemente en desacuerdo a 5=fuertemente de acuerdo).

La escala está compuesta por cuatro factores de acción:

- a. Problemas, referido a las consecuencias que se producen en el mundo social, laboral, académico, familiar y personal del sujeto en relación al excesivo tiempo de uso de las redes sociales por el individuo.
- b. Satisfacción, que proviene de la situación de placer que siente el sujeto cuando se encuentra conectado a las redes sociales.
- c. Obsesión por estar continuamente informado, se refiere al malestar que siente la persona cuando siente que se está perdiendo lo que está ocurriendo en ese instante en las redes. De ahí que sienta la necesidad compulsiva de estar siempre conectado a las redes sociales.
- d. Necesidad obsesiva de estar siempre conectado a las redes, se refiere al malestar que se produce en el individuo cuando no está conectado, llegando incluso a sentir síndrome de abstinencia en relación con las redes sociales.

Además, la escala se complementa con varios ítems relacionados con el uso que realiza el encuestado de las redes sociales y la frecuencia y las horas de utilización de estas.

El índice de fiabilidad del instrumento se obtuvo por medio del alfa de Cronbach, y fue de 0.926 para el total de la escala, y 0.836 para el factor “satisfacción”, 0.827 para “problemas”, 0.826 para “Obsesión por estar continuamente informado” y 0.797 para “Necesidad obsesiva de estar siempre conectado”.

El instrumento se administró a través de “Google Forms” y se administró vía Internet durante el curso académico 2018-19. Finalmente, la información extraída se analizó mediante el programa SPSS24.

Finalmente señalar que el estudio se puede considerar de tipo exploratorio.

4. Resultados

A continuación, se presentan los resultados extraídos respecto a las preguntas de investigación planteadas. De este modo en relación con la primera (“¿Existe diferencia de género en la frecuencia de uso de redes sociales por el alumnado?”), en la tabla 1, se presentan los valores medios y desviaciones típicas alcanzadas para ambos colectivos.



Para una correcta interpretación debe entenderse que en el primer caso la opción 1=equivalía a menos de una vez a la semana y 5=varías veces al día. Y en el segundo, 1=menos de una hora y 5=más de 25 horas.

Alumnos	Género	N	Media	Desviación tp.
¿Con qué frecuencia participas en redes sociales?	Mujer	12149	3,90	1,318
	Hombre	5451	3,90	1,302
¿Cuántas horas utilizas las redes sociales cada semana?	Mujer	12149	1,89	1,456
	Hombre	5451	1,96	1,499

Tabla 1. Medias y desviaciones típicas de las puntuaciones de los estudiantes en relación con el género. Fuente: Elaboración propia.

Como puede observarse la puntuación media son similares en la referido a la frecuencia de participación de ambos colectivos en las redes sociales, si bien son diferentes en lo que se refiere a las horas que las utilizan a la semana, donde las medias de los alumnos supera a la de las alumnas.

Para comprobar si había diferencias significativas entre ambos colectivos formulamos la Hipótesis nula (H_0), que hará referencia a la no existencia de tales diferencias con un riesgo alfa de equivocarnos de .05, mientras la Hipótesis alternativa (H_1) se referirá a la existencia de éstas. Y para ello aplicaremos, en primer lugar el estadístico de Levene para en función de asumir o no la igualdad de varianzas, determinar el valor t de student para muestra independiente que utilizaremos. Por otra parte, si rechazamos la H_0 aplicaremos la g de Cohen para determinar el tamaño del efecto (Hedges, 1981; Ellis, 2010) de tales diferencias.

En la tabla 2, se presentan los valores alcanzados para aceptar o rechazar la H_0 .

Test de Levene					
¿Con qué frecuencia participas en redes sociales?	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)
Se asumen varianzas iguales	4,889	,027	-,146	17598	,884
No se asumen varianzas iguales			-,147	10603,9	,883(**)

Test de Levene					
¿Cuántas horas utilizas las redes sociales cada semana?	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)
Se asumen varianzas iguales	2,384	,123	-2,642	17598	,008(**)
No se asumen varianzas iguales			-2,613	10218,2	,009

Tabla 2. Test de Levene y t de student, para la relación entre la frecuencia de utilización y el número de horas. (nota: **=valor utilizado en el t de student en función del test de Levene). Fuente: Elaboración propia.

Los valores obtenidos, permiten no rechazar la H_0 en lo referido a la frecuencia con que participan en las redes sociales los hombres y las mujeres, y sí respecto a las horas que utilizan las redes sociales cada semana, a un nivel de significación $p \leq .01$. En el caso en el cual aceptamos la hipótesis alternativa, son los alumnos los que invierten más horas a la semana que las redes sociales que las alumnas. Aplicando el estadístico de Cohen para determinar el tamaño del efecto, el valor encontrado es de 0.047637, que sugiere un tamaño del efecto bajo.

Frente a los resultados obtenidos con el alumnado se presentan a continuación lo referidos al profesorado, y que persiguen dar respuestas a la segunda pregunta de investigación (“¿Hay diferencias significativas en función del género de los docentes respecto a la percepción de la frecuencia de utilización y número de horas que sus estudiantes pasan en las redes sociales?”). En la tabla 3, se presentan las medias y desviaciones típicas alcanzadas por los docentes, donde se pueden observar leves diferencias entre ambos colectivos.

Profesores	Género	N	Media	Desviación Tp.
¿Con qué frecuencia participas en redes sociales?	Mujer	902	4,62	,755
	Hombre	596	4,61	,767
¿Cuántas horas utilizas las redes sociales cada semana?	Mujer	902	3,15	1,370
	Hombre	596	3,29	1,367

Tabla 3. Medias y desviaciones típicas de las puntuaciones de los docentes según el género. Fuente: Elaboración propia.

Aplicando los estadísticos de Levene y t de student, los valores que resultan advierten de la ausencia de diferencias significativas en ambas preguntas en relación con las respuestas obtenidas del profesorado según su género, a un nivel de significación de $p \leq .05$ (Tabla 4). Dicho en otros términos, no se rechaza la hipótesis nula.

Pregunta	t de student	Sig. (bilateral)
¿Con qué frecuencia participas en redes sociales?	,239	,811
¿Cuántas horas utilizas las redes sociales cada semana?	-1,869	,062

Tabla 4. Test de Levene y t de student, para la relación entre frecuencia de utilización y el número de horas según género de los docentes (nota: **=valor utilizado en el t de student en función del test de Levene). Fuente: Elaboración propia.

Señalar que resulta llamativo, que las puntuaciones medias otorgadas por los profesores son bastante superiores a las asignadas por los estudiantes. Lo que sugiere que los docentes creen que los estudiantes utilizan más frecuentemente y con mayor número de horas las redes sociales, que las percepciones que de ello tienen los propios estudiantes. Para una correcta interpretación de las puntuaciones medias que presentaremos, debe tenerse en cuenta que la escala utilizado ha ido de 0=nada a 7=muy frecuentemente.

Finalmente, en relación con la última de las preguntas formuladas en el presente estudio (“¿Qué diferencias de género encontramos en relación con el uso de redes sociales por los colectivos de alumnado y profesorado?”) que indaga sobre si el uso que en función del género realizan de las redes sociales. En la tabla 5 se presentan los valores medios y desviaciones típicas alcanzadas.

	Género	N	Media	Desv.
Redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, etc.).	Mujer	12149	2,66	1,091
	Hombre	5451	2,63	1,056
Mensajería instantánea (Facebook, Skype, Gtalk, Windows Live, Yahoo, Messenger, etc.).	Mujer	12149	2,44	1,148
	Hombre	5451	2,47	1,113
Chats o grupos (WhatsApp, Telegram, Viber, WeChat, Line, etc.).	Mujer	12149	2,92	1,111
	Hombre	5451	2,76	1,130
Navegar libremente por diferentes páginas web.	Mujer	12149	2,54	1,000
	Hombre	5451	2,65	,972
Buscar información que me piden para mis estudios.	Mujer	12149	3,29	,789
	Hombre	5451	3,21	,810
Buscar y descargar diferentes cosas (música, imágenes, documentos...).	Mujer	12149	2,54	1,060
	Hombre	5451	2,63	1,034
Ver películas o series directamente, sin descargar.	Mujer	12149	1,79	1,298
	Hombre	5451	1,95	1,253
Escuchar música o ver videos sin descargar.	Mujer	12149	2,49	1,185
	Hombre	5451	2,58	1,118
Juegos en línea	Mujer	12149	,66	1,000
	Hombre	5451	1,13	1,307

Tabla 5. Medidas y desviaciones típicas en relación con el uso de las redes sociales en función de género. Fuente: Elaboración propia.

Los valores medios alcanzados, permiten señalar que hay diferencias entre ambos colectivos y los diferentes usos que realizan los estudiantes de las redes sociales en función de su género.

Las alumnas utilizan más las redes sociales que los alumnos en:

- Redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, etc.).
- Chats o grupos (WhatsApp, Telegram, Viber, WeChat, Line, etc.).
- Buscar información que me piden para mis estudios.

Por el contrario, los alumnos superan a las alumnas en los siguientes usos:

- Mensajería instantánea (Facebook, Skype, Gtalk, Windows Live, Yahoo, Messenger, etc.).
- Navegar libremente por diferentes páginas web.
- Buscar y descargar diferentes cosas (música, imágenes, documentos...).
- Ver películas o series directamente, sin descargar.
- Escuchar música o ver videos sin descargar.
- Juegos en línea

En la tabla 6 se presentan los valores alcanzados en la *t* de student, para la aceptación o rechazo de la H_0 a $p \leq .05$.

Pregunta	t de student	Sig. (bilateral)
Redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, etc.).	1,593	,112
Mensajería instantánea (Facebook, Skype, Gtalk, Windows Live, Yahoo! Messenger, etc.).	-1,836	,067
Chats o grupos (WhatsApp, Telegram, Viber, WeChat, Line, etc.).	2,053	,041
Navegar libremente por diferentes páginas web.	1,666	,097
Buscar información que me piden para mis estudios.	3,070	,002
Buscar y descargar diferentes cosas (música, imágenes, documentos...).	1,503	,092
Ver películas o series directamente, sin descargar.	3,070	,134
Escuchar música o ver videos sin descargar.	2,710	,007
Juegos en línea	2,164	,031

Tabla 6. Test de Levene y *t* de student, para diferencias en el uso entre los estudiantes según género. Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos no nos permiten rechazar la H_0 , con un riesgo alfa de equivocarnos de $p \leq 0,05$, en los siguientes casos:

- Redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, etc.).
- Mensajería instantánea (Facebook, Messenger, Skype, Gtalk, Windows Live, Yahoo! Messenger, etc.).
- Navegar libremente por diferentes páginas web.
- Buscar información que me piden para mis estudios.
- Ver películas o series directamente, sin descargar.

Luego en tales usos no hay diferencias significativas en las opiniones mostrada por los estudiantes en función de su género con un riesgo alfa de equivocarnos de $p \leq 0,05$.

Por el contrario, sí rechazamos a H_0 , y aceptamos en consecuencia la existencia de diferencias en función del género con un nivel de significación de $p \leq 0,05$, en los siguientes casos:

- Chats o grupos (WhatsApp, Telegram, Viber, WeChat, Line, etc.).
- Buscar y descargar diferentes cosas (música, imágenes, documentos...).
- Escuchar música o ver videos sin descargar.

- Juegos en línea.

Mientras que en los dos primeros usos las diferencias se han dado a favor de las alumnas, en los dos últimos son los alumnos los que más los han utilizado (Tabla 7).

Ítem	Tamaño del efecto
Chats o grupos (WhatsApp, Telegram, Viber, WeChat, Line, etc.).	0,143251
Buscar y descargar diferentes cosas (música, imágenes, documentos...).	0,085555
Escuchar música o ver videos sin descargar.	0,077270
Juegos en línea	0,425633

Tabla 7. Test de Levene y t de student, para diferencias en el uso entre los estudiantes según género. Fuente: Elaboración propia.

Tamaño del efecto, que pueden considerarse de bajos y leves.

Finalmente presentamos los valores alcanzados por el colectivo de los docentes, y en la tabla 8 se presentan los valores medios y desviaciones típicas alcanzadas.

	Género	N	Media	Desv.
Redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, etc.).	Mujer	902	3,38	,729
	Hombre	596	3,44	,677
Mensajería instantánea (Facebook, Skype, Gtalk, Windows Live, Yahoo, Messenger, etc.).	Mujer	902	3,08	,840
	Hombre	596	3,11	,822
Chats o grupos (WhatsApp, Telegram, Viber, WeChat, Line, etc.).	Mujer	902	3,57	,629
	Hombre	596	3,51	,697
Navegar libremente por diferentes páginas web.	Mujer	902	2,93	,790
	Hombre	596	2,84	,801
Buscar información que me piden para mis estudios.	Mujer	902	2,78	,922
	Hombre	596	2,56	,941
Buscar y descargar diferentes cosas (música, imágenes, documentos...).	Mujer	902	3,09	,767
	Hombre	596	2,91	,789
Ver películas o series directamente, sin descargar.	Mujer	902	2,63	,871
	Hombre	596	2,58	,875
Escuchar música o ver videos sin descargar.	Mujer	902	3,00	,826
	Hombre	596	2,97	,803
Juegos en línea	Mujer	902	2,43	1,054
	Hombre	596	2,36	1,045

Tabla 8. Media y desviaciones típicas obtenidas por los docentes. Fuente: Elaboración propia.

Las puntuaciones medias alcanzadas, permiten señalar, que los profesores consideran que sus estudiantes utilizan más internet para los siguientes usos:

- Redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, etc.).
- Mensajería instantánea (Facebook, Skype, Gtalk, Windows Live, Yahoo, Messenger, etc.).

Mientras las profesoras lo consideran en:

- Chats o grupos (WhatsApp, Telegram, Viber, WeChat, Line, etc.).
- Navegar libremente por diferentes páginas web.
- Buscar información que me piden para mis estudios.
- Buscar y descargar diferentes cosas (música, imágenes, documentos...).
- Ver películas o series directamente, sin descargar.
- Escuchar música o ver videos sin descargar.
- Juegos en línea.

Con el objeto de aceptar o rechazar aplicamos la *t* de student, alcanzando los valores que se presentan en la tabla 9.

Pregunta	t de student	Sig. (bilateral)
Redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, etc.).	2,203	,028
Mensajería instantánea (Facebook, Skype, Gtalk, Windows Live, Yahoo! Messenger, etc.).	-1,570	,116
Chats o grupos (WhatsApp, Telegram, Viber, WeChat, Line, etc.).	8,434	,000
Navegar libremente por diferentes páginas web.	-7,106	,000
Buscar información que me piden para mis estudios.	6,469	,000
Buscar y descargar diferentes cosas (música, imágenes, documentos...).	-5,131	,000
Ver películas o series directamente, sin descargar.	-7,788	,000
Escuchar música o ver videos sin descargar.	-5,164	,000
Juegos en línea	-23,19	,000

Tabla 9. Aplicación de *t*-student. Fuente: Elaboración propia.

Señalar que rechazamos las H_0 formuladas a un nivel de significación de $p \leq 0,05$, en los siguientes casos:

- Redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, etc.).
- Chats o grupos (WhatsApp, Telegram, Viber, WeChat, Line, etc.).
- Ver películas o series directamente, sin descargar.
- Escuchar música o ver videos sin descargar.
- Juegos en línea
- Navegar libremente por diferentes páginas web.
- Buscar información que me piden para mis estudios.
- Buscar y descargar diferentes cosas (música, imágenes, documentos...).

Mientras que no la rechazamos a nivel de significación $p \leq 0,05$, en: "Mensajería instantánea (Facebook, Skype, Gtalk, Windows Live, Yahoo! Messenger, etc.).

Por lo general las profesoras opinan que hacen un uso más frecuente que los profesores; solamente en el usos Redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, etc, los profesores superan a las profesoras.

Por lo que se refiere al tamaño del efecto las puntuaciones obtenidas se presentan en la tabla 10.

Ítem	Tamaño del efecto
Redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn,...).	0,084653
Chats o grupos (WhatsApp, Telegram, Viber, WeChat, Line, etc.).	0,09134
Navegar libremente por diferentes páginas web.	0,113294
Buscar información que me piden para mis estudios.	0,23666
Buscar y descargar diferentes cosas (música, imágenes, documentos...).	0,232011
Ver películas o series directamente, sin descargar.	0,0573
Escuchar música o ver videos sin descargar.	0,036723
Juegos en línea	0,06639

Tabla 10. Tamaño del esfuerzo. Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar los tamaños del efecto obtenidos son bastante elevados.

5. Conclusión

Las conclusiones del trabajo van a ir en diferentes direcciones, la primera de ella se refiere a la existencia moderadas diferencias en la frecuencia, horas de utilización y tipos de uso que los estudiantes realizan de las redes sociales en función del género. Los alumnos tienden a utilizar más horas a la semana las redes sociales que las alumnas.

Por lo que se refiere a los usos específicos de las redes sociales, las alumnas utilizan las redes sociales con fines más comunicativos, ya que presentan mayor uso que sus homólogos hombres de redes como Whatsapp, Telegram, Viber, WeChat o line y la búsqueda y descarga de productos como la música o imágenes. Frente a este resultado los estudiantes masculinos se decantan más por utilizar las redes sociales para el ocio, en concreto para la realización de juegos en línea o visionado de materiales audiovisuales online. Datos que coinciden por lo señalado por diferentes autores (Espinár & González, 2009; Tejada, Castaño & Romero, 2019) que indican que los chicos realizan usos más vinculados con el consumo y el ocio, mientras que las mujeres se decantan por cuestionas más funcionales. Lo que puede conllevar la profundizar en la segunda brecha digital de género basada en tipo de uso y que nos debe llevar a analizar y estudiar qué saben hacer, qué y cuánto hacen hombres y mujeres en las redes para poder contribuir a su disminución o a frenar su aumento.

También nuestros hallazgos coinciden con los presentados por otros autores (Instituto Nacional de Estadística, 2018; Fundación Telefónica, 2019), que señalan son las mujeres las que utilizan más las redes sociales que los hombres.

El trabajo señala también que la variable género, no es significativa en los profesores respecto a las percepciones que tienen de la frecuencias y horas que hacen sus alumnos de las redes sociales. Por el contrario, si hay diferencias en el caso de los diferentes usos que efectúan.

Finalmente, señalar que se observan diferencias entre las percepciones que los estudiantes, independiente de su género, y los docentes, independientemente de su género, tienen de la frecuencia, número de horas y tipos de uso. Los profesores, opinan que los estudiantes, las utilizan más que lo que ellos mismo perciben. Pero ello puede ser objeto de ulteriores trabajos.

Desde el punto de vista educativo conocer estas diferencias de frecuencia y de tipo de uso, aunque sean pequeñas, nos deben llevar a reflexionar sobre el tipo de tareas y planificación didáctica que debemos realizar para la inclusión desde una perspectiva tecnoeducativa y coeducativa de las redes sociales en nuestras aulas. Y ello, como sugieren Mayor, García y Rebollo (2019), requiere que los alumnos adquieran competencias digitales específicas.

Cómo citar este artículo / How to cite this paper

Valencia-Ortiz, R.; Cabero Almenara, J.; Garay Ruiz, U. (2020). Influencia del género en el uso de redes sociales por el alumnado y profesorado. *Campus Virtuales*, 9(1), 29-39. (www.revistacampusvirtuales.es)

Referencias

- Asociación de Internet Mx (2019). 20 años. (<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>).
- Barico, A. (2019). *The Game*. Barcelona: Anagrama.
- Barragán, R.; Ruiz, E. (2013). Brecha de género e inclusión digital. El potencial de las redes sociales en educación. *Profesorado*. Revista de currículum y formación del profesorado, 17(1), 309-323.
- Cabero, J.; Ruiz-Palmero, J. (2018). Las Tecnologías de la información y la comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital. *International Journal of Educational Research and Innovation*, 9, 16-30.
- Cabero, J.; Marín, V. (2013). Latin American university students' perceptions of social networks and group work. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 10(2), 462-477.
- Cabero, J.; Marín, V. (2014). Posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepciones de los alumnos universitarios. *Comunicar*, 42, 165-172. doi:10.3916/C42-2014-16.
- Castaño, C. (2014). *Género, ciencia y tecnologías de la información*. Barcelona: Aresta.
- Durán, M.; Guerra, J. (2015). Usos y tendencias adictivas de una muestra de estudiantes universitarios españoles a la red social Tuenti: La actitud positiva hacia la presencia de la madre en la red como factor protector. *Anales de Psicología*, 31(1), 260-267.



- doi:10.6018/analesps.31.1.158301.
- Ellis, P. (2010). *The Essential Guide to Effect Sizes: Statistical Power, Meta-Analysis, and the Interpretation of Research Results*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Escofet, A.; Rubio, M. J. (2007). La brecha digital: género y juegos de ordenador. *REIE*, 5(1), 63-77.
- Espinar, E.; González, M. J. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismos*, 14, 86-106.
- European Commission (2018). *Women in the digital Age*. Iclaves, SL. In cooperation with the Universitat Oberta de Catalunya30-CE-0834905/00-49SMART 2016/0025.
- Flores, O.; Jiménez, M.; González, M. G.; Aragón, E. K.; Gazpar, J. L. (2016). Hábitos de los adolescentes sobre el uso de las Redes Sociales: caso de estudio en secundarias públicas. *Revista Digital Universitaria*, 17(10), 1-12.
- Fundación Orange (2009). *eEspaña 2009. Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España*. Madrid: Fundación Orange.
- Fundación Telefónica (2019). *Sociedad Digital en España 2018*. Madrid: Taurus.
- García-Umaña, A.; Córdoba, E. (2020). Validación de escala MPPUS-A sobre el uso problemático del smartphone. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 57, 173-189. doi:10.12795/pixelbit.2020.i57.07.
- García-Umaña, A.; Tirado-Murueta, R. (2018). Digital Media Behavior of School students: Abusive Use of the Internet. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 7(2), 140-147. doi:10.7821/naer.2018.7.284.
- Gértrudix, M.; Borges, E.; García, F. (2017). Vidas registradas. *Redes sociales y jóvenes en la era algorítmica*. *Telos*, 107, 62-70.
- Ferreiro, S. G.; Gómez, P.; Harris, S. K.; Rial, A. (2017). Diferencias de sexo en el uso de Internet en los adolescentes españoles. *Behavioral Psychology / Psicología Conductual*, 25(1), 129-146.
- Hedges, L. (1981). Distribution Theory for Glass's Estimator of Effect Size and Related Estimators. *Journal of Educational Statistics*, 6(2), 107-128.
- Holcomb, L. B.; Beal, C. M. (2010). Capitalizing on web 2.0 in the social studies context. *TechTrends*, 54(4), 28-32. doi:10.1007/s11528-010-0417-0.
- Instituto Nacional de Estadística (2018). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares Año 2018*. (https://www.ine.es/prensa/tich_2018.pdf).
- Mancilla, M. C.; Barros, D.; Mora, D. (2019). Identificación de brechas y perfil del género femenino en relación a su interacción con las tecnologías de la información. *Revista Científica de la UCSA*, 6(3), 63-73.
- Mayor, V.; García, R.; Rebollo, A. (2019). Explorando factores predictores de la competencia digital en las redes sociales virtuales. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 56, 51-69. doi:10.12795/pixelbit.2019.i56.03.
- Mazman, S.; Usluel, Y. (2010). Modeling educational usage of Facebook. *Computers & Education*, 55(2), 444-453.
- Oppenheimer, A. (2018). *¡Sálvese quien pueda! El futuro del trabajador en la era de la automatización*. Barcelona: Debate.
- Romera, R. (2011). Género en el uso del e-learning en las universidades andaluzas. *Profesorado. Revista de currículum y formación del profesorado*, 15(1), 121-138.
- Rosli, M.; Saleh, N. S.; Aris, B.; Ahmad, M.; Seji, A.; Shamsudin, N. (2016). E-Learning and Social Media Motivation Factor Model. *International Education studies*, 9(1), 20-30. doi:10.5539/ies.v9n1p20.
- Rubio, A. (2009). *Adolescentes y jóvenes en la red: factores de oportunidad*. Madrid: Injuve.
- Sabariago, M. (2012). El proceso de investigación (parte 2). In R. Bisquerra (coord.), *Metodología de la investigación educativa* (2127-2163). Madrid: Muralla.
- Sahín, C. (2018). Social Media Addiction Scale -Student Form: The Reliability and Validity Study. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17(1), 169-182.
- Tejada, E.; Castaño, C.; Romero, A. (2019). Los hábitos de uso de las redes sociales de los preadolescentes. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 119-133.
- Valencia, R.; Castaño, C. (2019). Use and abuse of social media by adolescents: a study in Mexico. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 53, 7-28. doi:10.12795/pixelbit.2019.i54.01.
- Syahputra, Y.; Prayitno, P.; Syahnir, S.; Hariyani, H. (2019). Rasch stacking analysis of student internet addiction based on gender. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 7(1), 35-41. doi:10.29210/129300.
- Yeganehfar, M.; Zarei, A.; Isfandyari-Mogghadam, A. R.; Famil-Rouhani, A. (2018). Justice in technology policy: A systematic review of gender divide literature and the marginal contribution of women on ICT. *Journal of information communication & ethics in society*, 16(2), 123-137. doi:10.1108/jices-06-2017-0038.