

Universidad de Sevilla



Trabajo Fin de Grado (TFG)

Opción A: Trabajo de investigación. Dpto. MIDE-US

Facultad de Ciencias de la Educación – Pedagogía

Curso 2015/2016

**NUEVOS PERFILES DE MUJERES DE
ZONAS RURALES SEGÚN EL USO DE
LAS REDES SOCIALES ONLINE**

Elaborado por:

Carmen María Alvarado Martínez

caralvmar2@alum.us.es

Tutora que autoriza su presentación:

Dra. Luisa Vega Caro

Prof^a. Sustituta Interina Dpto. MIDE

luiveg@us.es

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	6
Justificación del estudio	7
<u>PRIMERA PARTE: PLANTEAMIENTO TEÓRICO</u>	
1. MARCO TEÓRICO DEL ESTUDIO	9
1.1 Las mujeres de zonas rurales y usos de las redes sociales online	10
1.2 ¿Cuáles son los motivos que impulsan a las mujeres a utilizar las redes sociales?	13
1.3 Redes sociales y diversidad de contextos donde aprenden las mujeres de la comunidad rural	15
1.4 Competencias digitales en el uso de las redes sociales online	18
<u>SEGUNDA PARTE: ESTUDIO EMPÍRICO</u>	
2. PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO	23
2.1 Planteamiento del estudio	23
2.2 Objetivos generales y específicos del estudio	24
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.1 Introducción	24
3.2 Diseño metodológico	25
3.2.1 Participantes	27
3.2.2 Instrumento.....	28
3.2.3 Procedimiento.....	28
3.3 Análisis de datos	29

3.3.1	Formación de categorías	30
3.3.2	Tratamiento de los datos	34
4.	RESULTADOS DEL ESTUDIO	35
4.1	El capital social de la mujer de entorno rural en el uso de la red social online	36
4.2	Diversidad de motivos de uso dentro de la red	39
4.3	Estrategias de aprendizaje usadas por las mujeres	46
4.4	Principales contenidos de aprendizaje en la red social online	49
4.5	Nuevos perfiles de mujeres de zona rural según las competencias digitales que poseen.....	52
5.	CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y PROSPECTIVA DEL ESTUDIO .	59
5.1	Conclusiones del estudio	59
5.2	Limitaciones de la investigación.....	63
5.3	Prospectiva de la investigación	64
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
	ANEXOS	
	Anexo 1. Transcripciones de las entrevistas CD-ROM	

RESUMEN

El profundo avance de las nuevas tecnologías y, sobre todo, de las redes sociales online, ha sido clave para ampliar las posibilidades de interacción social en las mujeres, creando la necesidad de un continuo y actualizado aprendizaje de la red para lograr una participación activa. El acceso y uso igualitario de los espacios virtuales por parte de la mujer de zona rural sufre desigualdades. Es por ello que se realiza el presente estudio, cuyo objetivo es conocer los motivos de uso de las redes sociales online por parte de este colectivo de mujeres, y determinar diversos perfiles en función de las competencias digitales que poseen y utilizan dentro de la red. Este trabajo se sustenta en una metodología de corte cualitativo, haciendo uso de 8 entrevistas autobiográficas para recoger información sobre sus experiencias en los nuevos espacios virtuales. Los resultados muestran la fuerza de la red social para estimular la participación del desarrollo comunitario de este colectivo, al igual que la necesaria alfabetización de estas mujeres para lograr unas competencias digitales avanzadas.

Palabras clave: Alfabetización digital; competencia digital; hábitat rural; perfiles de mujeres; redes sociales online.

ABSTRACT

The profound advance of new technologies and, above all, the online social networking has been key to expanding the possibilities of social interaction in women, creating the need for continuous and updated learning within the network for active participation. The access and use egalitarian of virtual spaces by women in rural area suffers inequalities. That is why this study is done, which aims to ascertain the reasons for the use of virtual social networks of women in rural area and determine profiles depending on the digital skills they possess. This work is based on a qualitative methodology court, using 8 autobiographical interview to collect information on their experiences in network. The results show the strength of the social network to encourage participation of community development of this group, as well as the necessary literacy skills of these women to achieve some advanced digital skills.

Keywords: Digital literacy; digital competence; rural habitat; profiles of women; social networking online.

No te limites a ti misma. Muchas personas se limitan a lo que piensan que pueden hacer. Puedes ir tan lejos como tu mente te permita. Puedes conseguir lo que creas, recuérdalo.

Mary Kay Ash.



INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la llegada de Internet y las nuevas tecnologías de la Web 2.0 han creado una nueva dimensión donde el ser humano puede relacionarse con un amplio número de personas, con millones si lo desea. Contamos actualmente con un nuevo espacio para comunicarnos, interactuar y organizarnos a nivel social con los demás, sin embargo, debemos saber que este recurso introduce continuos cambios en su uso, lo cual nos crea la necesidad de un constante aprendizaje de los entornos virtuales. Esta alfabetización permanente crea oportunidades de desigualdad entre aquellas personas que pueden hacer un uso continuo e idóneo de las nuevas tecnologías, de una manera actualizada, y aquellas otras que no, provocando la conocida brecha digital. Esta consecuencia genera que el estudio sobre el uso y acceso a las redes sociales online por parte de la mujer, y sobre todo, de la mujer que pertenece al hábitat rural, sea primordial para evitar las desigualdades de alfabetización digital existentes por el enorme avance tecnológico.

Cabe destacar la idea de las redes sociales como entornos personales de aprendizaje que nos ofrecen Cabero (2014) y Coll & Engel (2014), basado en dos grandes nociones; por un lado, en aquella visión amplia y dinámica del aprendizaje que nos conduce al hecho de considerarlo como un proceso que abarca diferentes contextos de actividades para aprender y, por otro lado, como un aprendizaje activo por parte de la persona, la cual posee la capacidad de decidir qué, cómo, cuándo y dónde aprender, y sobre todo, con quién hacerlo.

En definitiva, la inclusión digital de la mujer de entorno rural en las redes sociales online supone un aprendizaje para ellas, y un beneficio a nivel personal y social para sus intereses, ofreciéndoles la oportunidad de contactar con otras personas de su hábitat rural u otros entornos geográficos menos accesibles y posibilitando a su vez, la creación de colectivos con intereses afines. Estos usos positivos de la red motiva a la mujer de zona rural a dejar a un lado todas esas obligaciones que se le ha impuesto históricamente, como el cuidado de la casa, de los hijos e hijas o de las personas dependientes a su cargo.

Justificación del estudio

Las mujeres adultas de entornos rurales forman un colectivo muy vulnerable en cuanto al uso y acceso de las redes sociales online. Además de las dificultades con las que cuentan por su género, se le suman aquellas otras que provocan el factor de pertenecer al hábitat rural, en cuanto a la realización de trabajos femeninos de peor calidad, a la alta ocupación del hombre como figura empresarial o en relación a la discriminación para acceder al mercado laboral y la desigualdad de salario (Donaire, 2013).

Este colectivo de mujeres no se ha desarrollado en el mundo digital al mismo nivel que el resto de la sociedad y sufre, actualmente, con una serie de desigualdades para el acceso y uso igualitario de los nuevos entornos virtuales. No cabe duda de que deberían poder participar activamente en la sociedad digital y beneficiarse así de los indudables aspectos positivos que ofrecen estos recursos. Para ello es necesario ofrecerles una adecuada alfabetización digital, donde destaca Internet como una herramienta idónea, puesto que potencia el conocimiento y la participación en las actividades locales de la comunidad, reduciendo así las desigualdades digitales y sociales con las que cuentan las mujeres adultas de zonas rurales.

Se trata de un grupo fuertemente consciente de la brecha digital que sufren y es por esto que piden el diseño de investigaciones científicas y servicios sociales que estudien y promueven la calidad de sus relaciones con el entorno, además de incluirlas a nivel digital en el uso cotidiano de las nuevas tecnologías (Rosario y García-Pérez, 2013). No obstante, y pese a las ricas características sociodemográficas que poseen, son pocos los estudios centrados en el acceso y uso de las redes sociales online por parte de las mujeres que pertenecen a comunidades rurales.

Es necesario destacar el importante papel que tiene el medio rural en España, en cuanto a extensión y a población. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) el hábitat rural acoge el 84,4% del territorio, el 83% del total de municipios y el 35% de la población incluyendo zonas periurbanas. Si nos centramos únicamente en Andalucía, contamos con un recuento total de 771 municipios censados y una extensión de 87.597

km², que representa el 17,3% del territorio español. Es decir, más del 90% del territorio pertenece al entorno rural y un 54,9% de habitantes residen en municipios rurales.

Centrándonos en la red social, es importante argumentar que ésta se constituye como un recurso para posibilitar una mayor atención a aquellas personas en riesgo de desigualdad por motivos demográficos, haciendo uso del apoyo social para optimizar su participación. Según el informe de La Sociedad de la Información de España en 2012-2014, promovido por la Fundación Telefónica, la penetración de las redes sociales ha aumentado unos 6,5 puntos porcentuales hasta alcanzar el 63,7% de usuarios en la red. Por tanto, no podemos omitir el efecto beneficioso que provoca en la mujer de la comunidad rural el uso de las redes sociales online. Así es que se debe profundizar en la creación de servicios sociales online que faciliten la inclusión y la accesibilidad a la red, permitiendo cubrir las necesidades cognitivas y emocionales de estas mujeres, con el objetivo de ofrecerles la oportunidad de actualización digital y permitirles el *feed back* de apoyo social y bienestar psicológico que provocan estos espacios virtuales (Rosario y García-Pérez, 2013).

Por tanto, siendo conscientes de las desigualdades que sufre el colectivo de mujeres del hábitat rural y la necesaria alfabetización que las inundan, este estudio quiere profundizar en aquellos usos que estas mujeres hacen de la redes sociales online, no solo indagando sobre el contexto, la estrategia de aprendizaje o contenido de aprendizaje que eligen, sino analizando el impacto en su capital social, e identificando la diversidad de perfiles según la competencia digital que poseen y utilizan dentro de la red.

El siguiente informe de investigación que se muestra se estructura en dos partes; la primera parte aborda el marco teórico del estudio, y la segunda parte presenta todos los aspectos del estudio empírico realizado, dando como resultado los siguientes bloques:

En el **primer bloque**, se ofrece una revisión de los principales aspectos de la relación entre la mujer de la comunidad rural y la red social online, destacando las ventajas, desigualdades, contextos, usos y competencias digitales con los que cuenta este colectivo de mujeres dentro de la red.

En el **segundo bloque**, se plantea el problema del estudio y los objetivos tanto específicos como generales que persigue.

En el **tercer bloque**, se presenta y describe el diseño metodológico empleado, las características de las participantes que han formado la muestra, el instrumento utilizado y el procedimiento de uso, así como el análisis de datos y el tratamiento de los mismos. Este bloque muestra de forma especial, la variedad de categorías que se han formado a partir del contenido de las entrevistas realizadas y las estrategias de codificación y validación empleadas.

En el **cuarto bloque**, se presenta y discute los resultados del estudio que se han obtenidos a partir del análisis interpretativo. Estos resultados se encuentran estructurados en cinco apartados. En el primero, se presenta la variedad de motivos de uso de las redes sociales online por parte de las mujeres. En el segundo apartado, se muestran las diferentes estrategias de aprendizaje que realizan. El tercer apartado ofrece un análisis de aquellos contenidos de aprendizaje dentro de la red. Y en el cuarto y último apartado, se ofrece la diversidad de perfiles de las mujeres según las competencias digitales que poseen y usan dentro de la red.

Por último, en el **quinto bloque**, se muestra las conclusiones a las que se han llegado a raíz de los resultados obtenidos tras la aplicación del instrumento, expresando también las limitaciones con las que ha contado el propio estudio y, las posibles líneas de desarrollo en un futuro.

1. MARCO TEÓRICO DEL ESTUDIO

Los siguientes apartados que componen este capítulo muestran los aspectos más relevantes de la relación entre la mujer adulta del entorno rural y las redes sociales online. En el primer apartado se aborda el uso de las plataformas virtuales por parte de estas mujeres y la importancia de una participación activa para su desarrollo íntegro. En una segunda parte, se profundiza sobre los motivos que las impulsan a usar las redes y los beneficios que en su vida diaria provoca, seguido en un tercer apartado, de los contextos y estrategias de aprendizaje que siguen para el uso de la red social, y por

último, se cierra con el análisis de las competencias digitales que poseen y los perfiles que se crean según sus capacidades dentro de los espacios virtuales. A continuación se muestra el marco teórico del estudio.

1.1 Las mujeres de zonas rurales y usos de las redes sociales online.

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, comúnmente conocidas como TIC, están influyendo a un ritmo trepidante en nuestra sociedad y son muchas las investigaciones centradas en conocer los cambios que provocan estos nuevos dispositivos digitales en la ciudadanía (Coll y Engel, 2014; Fernández-Rodríguez y Anguita, 2015). Este desarrollo tecnológico se ha introducido en la vida cotidiana de las personas, mayoritariamente de mujeres, y cada vez se hace más frecuente su uso para obtener información, crear relaciones sociales, acceder a servicios públicos y culturales, o participar, movilizar y organizar a nivel social, sin olvidar el cambio de los roles tradicionales que se ha producido en las redes, puesto que antes se contaba con consumidores pasivos y ahora la red cuenta con usuarios que producen y transforman el conocimiento (Castells, 2001).

Las nuevas tecnologías han modificado la forma en la que se produce, difunde, almacena y accede a la información, igual que también han alterado el lenguaje para interpretar el conocimiento y el modo de comunicarse entre las personas. En definitiva, estos dispositivos digitales han alterado nuestro *modus operandi* con respecto al aprendizaje, al ocio y a la comunicación (Area y Pessoa, 2012). Conviene resaltar que uno de los principales cambios que ha provocado la red social online, es la presencia y participación de las mujeres en entornos virtuales, alterando sus relaciones interpersonales y su forma de comunicación con sujetos o grupos (Rebollo-Catalán, Vico-Bosch, y García-Pérez, 2015).

El estudio de Fuente, Herrero y Gracias (2010) señala el efecto beneficioso para el bienestar psicológico que tienen las relaciones sociales online, tanto para el apoyo social, como para aquellas personas con dificultades en la interacción social cara a cara o con riesgo de aislamiento y exclusión. Se afirma que las personas se sienten mejor consigo misma al percibirse con capacidad para crear y mantener relaciones sociales a

largo plazo. Además, se llega a crear un sentimiento de pertenencia e integración mediante la interacción social con los miembros y organizaciones de la comunidad. En este sentido Castells (2014), considera que Internet aumenta la sociabilidad, consolida la identidad de la persona e intensifica su seguridad, libertad personal e influencia, provocando una alta predisposición en las personas para aprender en estos espacios, a través de la conversación, el diálogo y el intercambio de conocimientos.

En esta misma línea, otros estudios (Castells, 2001; Fuente et al., 2010) muestran como efecto beneficioso, la capacidad que tienen las redes sociales virtuales de traspasar los límites físico-geográficos de las comunidades, ayudando a reforzar y a mantener unida las comunidades locales, además de colaborar para crear lazos de unión con personas que tienen intereses y valores comunes, aunque se encuentran lejanas geográficamente.

Las redes sociales cuentan con la ventaja de poder crear foros de expresión que permiten, a su vez, la posibilidad de crear vínculos con personas similares permitiendo que se sientan implicadas en su comunidad geográfica (Castells, 2001). Por lo que no se debe frenar el avance de éstas nuevas tecnologías, sino colaborar para el buen uso y desarrollo de las mismas. Sin olvidar que la complejidad con la que cuentan estos dispositivos crean la necesidad de poseer unas determinadas competencias digitales, **con el fin de contar con una ciudadanía efectiva, además de activa en la red** (Area y Pessoa, 2012). Es por ello que los estudios sobre alfabetización digital y nuevas alfabetizaciones (Area y Pessoa, 2012; Sloep & Berlanga, 2011) insisten en crear una ciudadanía digital plena, activa y responsable que no solo se centre en la adquisición de competencias, participación en culturas y prácticas digitales, sino que profundicen aún más en su desarrollo a nivel digital.

Centrándonos en conocer las formas de aprendizaje de las TIC por parte de las mujeres, teniendo en cuenta tanto las variables personales como las contextuales, la investigación de Rebollo-Catalán et al. (2015) afirma que el hecho de contar con un contexto afectivo y social que las apoya y ayuda en la red, incide notablemente a la hora de aprender a partir de la Web 0.2. A esta afirmación se suma el estudio de Prins, Toso & Schafft (2009), quienes demostraron la gran capacidad de influencia que tiene el sentimiento de pertenencia a un grupo y el sentimientos de apoyo por parte de sus

relaciones sociales fuertes, para que las mujeres sigan aprendiendo de Internet. Y también Lin, Tang & Kuo (2012), al demostrar que la empatía y el apoyo de otras personas es un factor principal para estimular el aprendizaje de las nuevas tecnologías por parte de las mujeres, ya que este apoyo social les permite superar su miedo al ridículo y la ansiedad que les origina su uso.

Es cierto, que estos espacios y recursos online que nos ofrecen las TIC han creado nuevas posibilidades de aprendizaje en educación, pero también han abierto nuevas puertas para el de la exclusión social (Livingstone & Helsper, 2007), puesto que en el uso de las nuevas tecnologías influyen factores sociales como la edad, la clase social, el género, el nivel educativo o la ubicación geográfica. Por tanto cabe destacar que el uso de estas tecnologías digitales también cuenta con consecuencias negativas, como la existencia de una brecha digital, apuntando el factor de la edad como principal motivo de exclusión en el uso de las nuevas tecnologías, siendo los colectivos de mujeres de edad avanzada y de entorno rural fuertemente afectados por las desigualdades (Dias, 2012; Rebollo-Catalán et al., 2013; Vega-Caro, Vico-Bosch y Rebollo-Catalán, 2015)

Debido a este hecho, Europa ha establecido como objetivo fundamental, la inclusión y presencia activa de las mujeres en la red, ofreciendo para ello la alfabetización en competencias digitales avanzadas para que formen parte de la cultura digital. Estos cambios también han preocupado a las políticas sociales de España y Andalucía, y se han decantado por crear métodos para apoyar la inclusión digital y desarrollar una ciudadanía digital teniendo en cuenta a grupos con edades más avanzadas o a mujeres adultas de zona rural (Rebollo-Catalán et al., 2015), apoyando el desarrollo de estrategias educativas en estos nuevos espacios con el fin de ampliar el capital social de los ciudadanos. En especial, la comunidad autónoma de Andalucía ha implantado el programa Guadalinfo, que surge como parte de la iniciativa de i@landalus o el Plan Estratégico para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Andalucía.

La población de mujeres de zonas rurales se enfrenta a una situación alarmante de multidiscriminación, por razones de género, por razones geográficas, por razones culturales, etc. El autor Hargittai (2010) aporta datos que informan sobre las desigualdad de género no solo en el uso de las tecnologías, sino además en la autonomía de uso, la experiencia, la habilidad, el tipo de uso y el apoyo social en mujeres de zonas

rurales, también muestra que la desigualdad se acentúa a causa de la mayor proporción de responsabilidades asumidas por las mujeres en el hogar y el cuidado de hijos/as, disponiendo así de un tiempo libre más reducido. En definitiva, muestra la persistente desigualdad de género que sufren las mujeres incluso una vez han accedido a la red y han superado el uso básico de éstas.

Para acabar, teniendo en cuenta esta sociedad de desigualdad en la que nos sumergimos y de necesaria alfabetización digital, debemos destacar las TIC como una herramienta ideal para la inclusión social de los colectivos afectados, ya que ayudan a ampliar las posibilidades de desarrollo personal y profesional de la persona, dándole una mayor fluidez tecnológica y mayor autoestima percibida por la misma (Rebollo-Catalán et al. 2013). Es decir, se debe caminar hacia una igualdad de oportunidades para las alfabetizaciones, que no se limiten por las características sociodemográficas que posee la persona.

1.2 ¿Cuáles son los motivos que impulsan a las mujeres a utilizar las redes sociales?

El uso de Internet como factor de inclusión digital es estudiado desde distintas vertientes en la literatura científica. A día de hoy, se ha investigado sobre la perspectiva de las motivaciones de uso, tipos de uso, intensidad de uso y habilidades de uso (Hargittai 2010; Jiménez-Cortés, 2015; Jiménez-Cortés et al., 2015; Roshental 2008; Vega-Caro et al. 2015; Vergés, Hache & Cruells, 2011). Todas estas investigaciones han mostrado la existencia de una amplia variedad de motivaciones de uso de las redes sociales por parte de las mujeres, destacando como principal motivo el carácter relacional, con el objetivo de entretenerse, disfrutar y relajarse, además de mantener el contacto con amigos y familiares (Dias, 2012; Jiménez-Cortés et al., 2015; Rebollo-Catalán y Vico-Bosch, 2014;). También se puede hablar del uso directo para la vida diaria por entretenimiento, diversión (Vergés et al., 2011). Además, algunos estudios (Hargittai, 2010; Jiménez Cortés et al., 2015; Livingstone & Helsper, 2007) añaden que existe una estrecha relación entre la inclusión digital y los motivos para aprender a usar las redes, afirman que dicho uso aumenta el capital social de la persona, otorgándole la posibilidad de obtener recursos y apoyo de los contactos de la red.

Paralelamente, el estudio de Vega-Caro et al. (2015) muestra el mantenimiento de relaciones familiares y de amistad como motivo principal para iniciar con el uso de las redes sociales y añade que el motivo inicial de este aprendizaje se produce por el contacto con personas jóvenes. Además, informa del sentido de realización personal que ofrecen las redes sociales mediante el desarrollo de hobbies e intereses como pintar, viajar o cocinar. Las mujeres comienzan a interesarse por experimentar en diversas áreas como el de la información y el aprendizaje, la participación cultural y social y el desarrollo de la propia identidad a través de intereses y hobbies, provocando un aumento de su capital social, destacando también la ampliación de las posibilidades para participar en las actividades y prácticas sociales y culturales de sus comunidades. En definitiva, el uso de las redes sociales virtuales ofrece dinamismo en la vida de las mujeres, explorando e indagando estos espacios en busca de nuevas experiencias.

Conviene resaltar el concepto de capital social como el conjunto de normas, redes y organizaciones construidas sobre relaciones de confianza y reciprocidad que colaboran en la cohesión y desarrollo del bienestar de la sociedad, además de colaborar en la capacidad de los ciudadanos para que puedan actuar y satisfacer sus necesidades en beneficio mutuo (Coleman, 1988) o bien, el capital social como la agrupación de recursos que otorga una comunidad con intereses afines, mediante la interacción y colaboración de sus participantes (Jiménez et al., 2015). Por lo tanto, se puede afirmar que el desarrollo del capital social influye directamente en la comunidad, además de estar estrechamente relacionado con la capacidad que tiene la persona para actuar en la red, es decir, nosotros mismos vamos a decidir si queremos sacarle más o menos partido a las nuevas tecnologías.

Centrándonos en la investigación de Vega-Caro et al (2015), vemos como los relatos recogidos durante sus entrevistas muestran lo provechoso que es el uso de las redes sociales para ampliar el desarrollo de su capital social más allá de su grupo de amigo íntimo, participando en grupos y comunidades con quienes comparten hobbies e intereses comunes. El uso de la red social también beneficia el área profesional y laboral de la persona, ya que además de fortalecer vínculos dentro de la propia comunidad y empoderarse en ella, crea la oportunidad de crear nuevos lazos en otros contextos, con otras personas y con otros recursos, accediendo así a información y a oportunidades profesionales que no están disponibles de un modo convencional.

Esta teoría la reafirma la investigación de Sánchez-Franco, Buitrago-Esquinas y Hernández-Mogollón (2012) mostrando que el desarrollo del capital social de grupos, comunidades y personas es uno de los motivos más relevantes que impulsa a las mujeres de contexto rural a usar las redes sociales y que el compromiso comunitario del usuario se ve estimulado por la implicación de la persona en la comunidad y los intercambios relacionales. Además, afirma que la red social virtual es una fuente de sentimientos de identidad social e individual, pertenencia e implicación comunitaria. En definitiva, no se puede dudar del fuerte poder de los nuevos espacios virtuales para el desarrollo íntegro de la persona.

1.3 Redes sociales y diversidad de contextos donde aprenden las mujeres de la comunidad rural

El aprendizaje en red se produce en un escenario donde los vínculos sociales están conectados entre sí y se dirigen a una “*construcción colaborativa*” (Espinoza, 2014). En este aprendizaje en red, las redes sociales actúan como una de las piezas fundamentales, ya que su uso para el intercambio y la interacción es óptimo. Es por ello que contienen un carácter principalmente dialógico, basado en las capacidades de los individuos de argumentar, pero también poseen un importante elemento icónico, a través de imágenes o fotos. Las redes sociales digitales nos hacen partícipes de conversaciones abiertas y diversas siempre en función de nuestros intereses y preferencias, sin necesidad de actuar en ellas de un modo activo, puesto que el simple hecho de leer o entrar en un enlace nos hace formar parte de una conversación online (Sloep & Berlanga, 2011).

Gracias a los dispositivos móviles y a la optimización de la tecnología, el acceso y el uso de redes sociales online, Cursos Online Masivo Abierto (COMA) o Massive Open Online Course (MOOCs), blogs, prensa digital, hace posible un aprendizaje en cualquier momento y lugar, esta forma de aprender es definida como aprendizaje ubicuo (Burbules, 2014). El aprendizaje ubicuo es fundamental para poder comprender las características del aprendizaje que se produce actualmente, y para poder estudiar de una manera pedagógica las demandas y necesidades de nuestra sociedad y de cada persona en concreto. Esta forma de aprender se hace más fácil y accesible para el usuario cuando

este es capaz de crear sus propios entornos digitales de aprendizaje (Personal Learning Enviroments, PLEs) y sus propias redes (Personal Learning Networks, PLNs). Se debe señalar que la consciencia por parte del individuo del aprendizaje que se está produciendo, es clave para llevar a cabo dicho aprendizaje ubicuo.

Los nuevos conocimientos sobre estas formas de aprender nos permiten contar con espacios donde las mujeres son capaces de articular sus distintas estrategias de aprendizaje (Gros, 2015), tanto autónoma como colaborativa. El aprendizaje autónomo es aquel que no se guía, sino que la propia persona indaga e investiga para el mayor conocimiento de determinadas temáticas, de manera autodidacta, y el aprendizaje colaborativo es aquel que cuenta con la participación de al menos otra persona para acceder al conocimiento o información.

La aportación de Adell y Castañeda (2013) sobre los PLEs muestra el creciente interés de este fenómeno, debido mayormente a la conciencia generalizada del desacuerdo existente entre lo que la sociedad demanda a los sistemas e instituciones educativas y lo que éstas realmente les aportan. La ciudadanía busca la libertad para acceder a la información y al conocimiento, pero la creación de un espacio en el que puedas aprender y enseñar no es sencillo y requiere unas altas competencias digitales.

En relación con este aprendizaje, Siemens (2005) nos ofrece la idea del conectivismo, entendido como una teoría del aprendizaje para la era digital, es decir, como un conocimiento en las redes. Así pues, esta teoría se basa en los siguientes principios; el conocimiento de las personas dependerán de la diversidad de opiniones, el aprendizaje se basa en conectar fuentes de información especializados, el mantenimiento de las conexiones en la red es relevante para llevar a cabo un aprendizaje continuo, es fundamental contar con la habilidad de ver conexiones entre áreas, ideas y conceptos, la actualización es el objetivo de todas las acciones, y por último, la toma de decisiones es considerado como un aprendizaje.

Es importante señalar que los estudios sobre aprendizaje móvil y ubicuo se han incrementado notablemente en los últimos diez años debido al rápido avance de las nuevas tecnologías. La aportación de Sharples, Arnedillo- Sánchez, Milrad & Vavoula (2009) muestra las características del aprendizaje móvil, destacando; la posibilidad de

poder aprender en lugares donde nos encontramos cotidianamente (cafetería, universidad, tren); el beneficioso aspecto de poder contar con herramientas portátiles fáciles de transportar a cualquier lugar (smatphones, tabletas, portátiles); la decisión de aprender en función de nuestros intereses personales y curiosidades; la interacción con distintos grupos sociales (amigos, familias, compañeros) y por último, el aprendizaje entendido como un proceso acumulativo de situaciones vividas en momentos diferentes de nuestra vida.

En esta línea, Farley (2013) muestra la creación de un tercer lugar o “*third place*” que nos ofrecen las redes sociales. Consiste en un lugar independiente al hogar y al trabajo, caracterizada por crear un contexto libre y placentero de actuación, sin obligaciones que te aten a acudir a él; por ser un espacio sin jerarquías donde todos los participantes de la red son iguales y donde se dan las relaciones horizontales; también es un lugar donde se tienen en cuenta la conversación y el diálogo como actividades principales, puesto que permiten conectar a las personas con intereses afines; son espacios accesibles en cualquier momento y lugar; este lugar cuenta con personas que acuden frecuentemente al contexto; su uso puedo orientarte al juego, ya que cuentan con herramientas específicas de gamificación; cuenta con un claro sentimiento de pertenencia a la comunidad, y por último; forma un hogar donde los usuarios desean estar, sin obligación de hacerlo regularmente.

Con respecto a las estrategias más comunes entre las mujeres para aprender a usar las redes, situamos como principales aquellas de aprendizaje autónomo (Rebollo-Catalán et al., 2015), donde las mujeres van probando con cosas que les gusta hacer, de manera intuitiva y dialogando en foros. En menor grado se encuentra el colectivo que lo hace de un modo participativo, la realización de cursos-talleres son muy poco frecuentes, dejando a un lado el contexto formal del aprendizaje. Siguiendo el estudio, se puede observar como la mayoría de las mujeres optan por los contextos informales para aprender sobre el uso de las redes e identifican como método más frecuente para el aprendizaje; tener que pedir ayuda a sus amigos y familiares más cercanos. En cuanto a las necesidades que llevan a las mujeres adultas de zona rural al aprendizaje de las TIC, destacamos la necesidad de la privacidad y la seguridad en las redes, y la necesidad de conocer los servicios culturales y de ocio de su entorno.

Esta teoría se reafirma con el estudio de Vergés et al. (2011), el cual muestra la prevalencia del modo autodidacta e informal por parte de mujeres con un alto nivel de competencias tecnológicas para llevar a cabo el aprendizaje dentro de la red, aunque la realización de cursos, talleres o jornadas con un contenido muy específico también es una estrategia útil para ellas. Y la investigación de Rosenthal (2008) añade el apoyo de familiares y los cursos con ayuda del profesorado como método para aprender acerca de las tecnologías, además de la estrategia ensayo-error y los video-tutoriales como elementos principales para dicho aprendizaje.

Se puede afirmar, que las redes sociales han creado un espacio donde las personas pueden participar en menor o mayor medida, pero las consideran imprescindibles para su vida cotidiana. Por tanto, se entiende claramente la necesidad de una completa inclusión digital dirigida al colectivo de mujeres de zonas rurales.

1.4 Competencias digitales en el uso de las redes sociales online.

Basándonos en la participación de la cultura digital de un modo activo, todos los ciudadanos debemos contar con una serie de competencias digitales. Esta alfabetización es considerada como un derecho y condición social de los individuos para la existencia del desarrollo social y democrático del siglo XXI.

Siguiendo el estudio de Area y Pessoa (2012) estas competencias son de tipo instrumental, cognitivo-intelectual, sociocomunicacional, emocional y axiológica, las cuales además de poseer hay que desarrollar. La competencia instrumental se basa en el manejo de cada tecnología y sus procedimientos de uso, la cognitivo-intelectual, hace referencia a la adquisición de los conocimientos y de las habilidades para poder buscar, analizar, seleccionar e interpretar toda la información que puedes encontrarte en la red, además de contar con la capacidad de comunicarte con los demás haciendo uso de los recursos que te aporta la Web 2.0. La competencia sociocomunicacional, se relaciona con el establecimiento de comunicaciones fluidas con las otras personas, siempre con actitud positiva, respetando y empatizando con ellos. Respecto a la capacidad axiológica, los usuarios deben ser conscientes de que las nuevas tecnologías no son neutrales y que influyen en su contexto cultural y político para la adquisición de valores

éticos y democráticos, y por último, la competencia emocional se basa en el control de emociones negativas, en el desarrollo de la empatía y de una identidad equilibrada al nivel afectivo-personal para usar las tecnologías por parte de los sujetos.

Por tanto, es fundamental para la sociedad contar con personas que posean la citada alfabetización digital, además de contar con igualdad de oportunidades a la hora de acceder a ella. He aquí donde la política debería tener como objetivo primordial conseguir una sociedad con capacidad para formar parte de las nuevas tecnologías, de un modo crítico y ayudando al desarrollo integral de la persona (Area y Pessoa, 2012).

Teniendo en cuenta la investigación de Rebollo-Catalán et al. (2015) la mitad de las mujeres que hacen uso de las redes sociales online cuentan con un nivel moderado de competencias digitales, y casi la otra mitad de ella con un nivel avanzado, caracterizando un número reducido de mujeres que alcanzan un nivel básico de competencias digitales en el uso de las redes sociales. Las acciones en las que las mujeres muestran menor competencia son; bajarse aplicaciones y actualizaciones, colaborar con otras personas en proyectos comunes, elaborar y compartir contenidos propios y hacer comentarios para mejorar el clima. También se añade que estas mujeres muestran más competencias emocionales en el uso de las redes sociales, seguidas gradualmente de competencias tecnológicas, sociocomunicativas, éticas y cognitivas.

No obstante, son las mujeres que aprenden usando una variedad de contextos y recursos de aprendizaje aquellas que alcanzan un nivel avanzado de competencia digital en las redes, y aquellas que solo lo hacen en procesos de aprendizaje informal, consiguen un nivel medio o básico de competencia (Rebollo-Catalán et al., 2015). Esto indica que el aprendizaje formal tiene un papel significativo para alcanzar un alto nivel de competencias digitales, por tanto, como han señalado Coll y Engel (2014) emerge la necesidad de repensar la educación formal como un concepto más flexible y abierto conectado a los demás contextos que posibilitan el aprendizaje a las personas.

Las investigaciones sobre inclusión digital también han encontrado la relación entre motivación, habilidad y autonomía en el uso de las TIC (Hargittai; 2010; Livingstone & Helsper, 2010) centrándose principalmente en aquellas habilidades digitales autopercibidas de las cuales nos hablan Van Deursen & Van Dijk (2009) en su estudio,

identificando un modelo de cuatro competencias básicas necesarias para tener éxito a la hora de realizar una lectura digital. Por un lado, se sitúan las habilidades operativas y formales de Internet, y por otro lado, las habilidades de información y estratégicas. Las dos primeras serían habilidades propias del medio, es decir, de saber usar botones de *back* y *forward* de un navegador o conocer la estructura de un sitio Web. Las otras dos, las habilidades de información y estratégicas, se refieren a la comprensión de contenidos y la puesta en práctica de estrategias de solución de problemas, como la evaluación de las fuentes de credibilidad o el uso de rutas de navegación hipertextual, es decir, la formación de una estructura secuencial que permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes a través de enlaces asociativos.

En su estudio con adolescentes, Hargittai (2010) señala que el grado de habilidad digital se encuentra relacionado con el tipo de uso de Internet, es decir, aquellas personas que usen normalmente y de forma diversa la tecnología contarán con un nivel más elevado de habilidad, y aquellas otras que usen la Web de un modo menos diverso serán considerados menos hábiles. Añade que las personas con mayor nivel educativo y con frecuente uso de Internet crean diferencias en los tipos de actividades de los usuarios, y que el diverso uso de las redes sociales se debe a una mayor autonomía e intensidad de uso. También afirma que existen diferencias según el estatus socioeconómico y, en especial, el nivel de estudios de los padres.

Por último, se debe hacer referencia a los distintos perfiles de aprendizaje de mujeres según la competencia digital que poseen. El estudio de Rebollo-Catalán et al., (2015) diferencia tres perfiles de aprendizaje de redes, por un lado está el grupo minoritario que identifica a aquellas mujeres con escasa motivación, las cuales aprenden a usar la red en contextos informales y con ayuda de su círculo más cercano de amigos y familiares, luego está el grupo más numeroso, que son aquellas mujeres con mayor predisposición al aprendizaje y autonomía, haciendo uso del contexto informal más cercano combinado con recursos y entornos virtuales, y por último, se encuentra el grupo que aglutina a las mujeres que hacen uso tanto de los contextos formales como de los informales, que buscan apoyo en expertos y en su grupo de iguales, y que cuentan con un amplia gama de motivos por el cual desean aprender a usar las redes sociales.

En la misma línea, Jiménez-Cortés (2015), diferencia dos perfiles de mujeres según las predisposiciones de éstas al aprendizaje ubicuo. El primer grupo es denominado como “nómadas” puesto que usan las redes en cualquier momento y lugar, y el otro grupo se denomina “arraigadas”, ya que hacen uso de las redes sociales online en momentos específicos, no hacen un uso frecuentes de las mismas.

En el estudio de Jiménez-Cortés, Rebollo-Catalán, García-Pérez y Buzón-García, (2015) aparecen dos perfiles de mujeres a partir de la intensidad, habilidad y autonomía de uso. Por un lado, mujeres que usan las redes sociales con una gran diversidad de motivaciones y que muestran un mayor nivel de habilidad, autonomía e intensidad en el uso de las redes y, mujeres que usan las redes exclusivamente por motivos relacionales y que expresan un menor nivel en habilidad, autonomía e intensidad de uso de las redes sociales. También afirman diferencias significativas en el perfil de las mujeres en función de la edad, encontrando que hay más mujeres de 40 a 54 años en el grupo que usan las redes con motivos exclusivamente relacionales y que muestran menor nivel de habilidad, autonomía e intensidad de uso y señalando a las mujeres de edad avanzada como aquellas con mayor riesgo de exclusión digital. Sin embargo, el estudio no muestra diferencias en los perfiles en función del nivel educativo.

Finalmente, una vez se han comentado todos estos aspectos sobre la relación de la mujer de zona rural con la red social online, se contempla la necesidad de analizarla en profundidad, es por ello que la siguiente tesis a presentar, abordará cómo influye el uso que se hace de las redes sociales virtuales en las formas de aprendizaje de las mujeres adultas de entornos rurales, conociendo la influencia que dicho uso promueve en el capital social de estas mujeres, describiendo los motivos, contextos y estrategias que llevan a cabo dentro de la red, e identificando los perfiles de mujeres de contextos rurales en función de la competencia digital que poseen y hacen uso en la red, con el fin de reafirmar la necesaria alfabetización que se debe llevar a cabo en este colectivo de mujeres.

A continuación se muestra un *mind map* con el objeto de poder visualizar aquellos aspectos principales que se han tratado en el citado marco teórico sobre la mujer de zona rural y su relación con la red social online.

Mind Map 1. Principales aspectos abordados en el marco teórico. Elaboración propia.



2. PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO

2.1 Planteamiento del Estudio

En los capítulos anteriores, hemos podido observar que existen gran cantidad de investigaciones que analizan la figura de la mujer en el mundo digital. Los estudios han indicado que las redes sociales virtuales han cambiado la presencia y participación de las mujeres en los entornos virtuales y que son consideradas como un contexto idóneo para aprender, por lo que resulta clave conocer los procesos por los cuales estas mujeres aprenden en esos nuevos espacios online, además de saber las motivaciones que las impulsan a hacerlo.

La mayoría de las investigaciones realizadas sobre alfabetización digital y nuevas alfabetizaciones para la creación de una ciudadanía digital activa y participativa (Area & Pessoa, 2012; Livingstone & Helsper, 2007) insisten en la importancia que tienen los motivos de uso para el aprendizaje de las usuarias y la formación a través de tecnologías digitales interactivas. Así pues, surge la necesidad de investigar los motivos de uso en relación con el aumento del capital social y su importancia para diseñar propuestas educativas, especialmente en lo que se refiere a las redes sociales como redes de aprendizaje (Sloep & Berlanga, 2011) o como parte de los entornos personales de aprendizaje (Castañeda & Adell, 2013).

No obstante, son pocas las investigaciones que han analizado los hábitos y experiencias de uso de las TIC por parte de las mujeres de zonas rurales, considerando que algunos estudios informan de las especiales dificultades que tienen las comunidades de mujeres de zonas rurales para hacer uso de las redes sociales online (Dias, 2012; Rebollo-Catalán et al. 2013; Vega-Caro et al., 2015).

En este sentido, el presente estudio plantea analizar el rol de la mujer adulta de zona rural dentro de la sociedad digital, exactamente, dentro de las redes sociales online, con el fin de conocer los distintos perfiles de mujeres existentes según la competencia digital que poseen, para ello es necesario conocer las estrategias de aprendizaje que usan y su influencia en los motivos de uso, saber también cómo se iniciaron en las redes y la utilidad y beneficio que les produce este recurso digital en sus vidas, además de conocer

los temas principales que investigan y el contexto donde llevan a cabo todo este proceso de aprendizaje.

2.2 Objetivos generales y específicos del estudio.

Los objetivos científicos son guías o referentes que orientan las metodologías, enfoques y temáticas que forman las investigaciones. Así pues, el objetivo de este estudio es indagar acerca del cómo, dónde y por qué usan las mujeres de entorno rural las redes, es decir, conocer las habilidades digitales que poseen para reconocer distintas identidades de mujeres. En este sentido, la aportación científica de este estudio se proyecta en la siguiente área:

- Identificar distintos perfiles de la mujer de zona rural en relación a las competencias digitales que poseen en la red social online.

Los objetivos específicos que se han marcado en este estudio son los siguientes:

- Conocer cómo influye el uso de las redes sociales virtuales en el capital social de las mujeres adultas de zonas rurales.
- Describir los motivos, contextos y temáticas del uso de las redes sociales virtuales.
- Conocer las estrategias de aprendizaje que usan las mujeres adultas de zonas rurales en las redes sociales online.
- Analizar las competencias digitales de las mujeres en el uso de las redes sociales online.

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Introducción

La investigación que se presenta se acoge a una metodología de corte cualitativo, la cual se basa en los principios teóricos de la Fenomenología, la Hermenéutica y el Interaccionismo Simbólico. Se trata de un método subjetivo, descriptivo, orientado al proceso, no generalizable y holístico, cuyo fin es adquirir información válida, real, rica

y profunda sobre la vida de las personas y así poder comprender sus comportamientos y acciones. Aunque a día de hoy aún se debate el inicio de esta metodología, para muchos se inicia como un proceso de investigación a finales del siglo XIX y sobre todo a comienzos del siglo XX y se puede identificar como máximo representante el constructivismo (Flick, 2012).

Esta metodología y sus técnicas profundizan en la dimensión simbólica de la realidad, una realidad percibida, construida y transmitida socialmente a través del lenguaje y los sistemas simbólicos de significación, sin olvidar, el conjunto de representaciones sociales o colectivas que determinan cómo vivimos y vemos las cosas (Taylor y Bogdan, 1990). En este sentido, el estudio pretende analizar la realidad de la mujer de zona rural en el uso de la red social.

A continuación se presenta la metodología que sustenta la investigación, resumiendo aquellos aspectos esenciales para comprender y valorar los resultados obtenidos. Esta parte del trabajo hace referencia a los elementos que conforman toda investigación; 1, el método aplicado y el diseño seguido para la investigación, 2, las características de las participantes que han formado la muestra, 3, la descripción del instrumento utilizado, así como sus características técnicas 4, la explicación del procedimiento empleado para la realización de la investigación, y por último, 5, el análisis de datos que se ha llevado a cabo.

3.2 Diseño metodológico

Entre las diversas estrategias metodológicas de corte cualitativo que existen, este estudio ha utilizado la entrevista en profundidad totalmente estructurada y de tipo biográfica para comprender la situación de las mujeres que han participado en el estudio y poder obtener de ellas una respuesta subjetivamente sincera.

La entrevista en profundidad sigue el modelo de plática entre iguales, recogiendo la información a través de uno o más encuentros cara a cara con el participante. En esta técnica, el entrevistador es un instrumento más de análisis que explora, detalla y rastrea, por medio de preguntas, y que además debe contar con una comprensión empática y una

destreza de representación de los pensamientos, sentimientos y motivaciones de los entrevistados para la correcta utilización del instrumento. Gracias a estas cuestiones y a la creación de una atmósfera agradable, es probable que los participantes se expresen libremente, dando la oportunidad al entrevistador en acción de comprender aquello que quieren decir (Taylor y Bogdan, 1990).

Es por ello que en la investigación, a través de entrevistas, es de vital importancia basarnos en los puntos de vista de los entrevistados, así como en la construcción de la realidad que nos ofrecen, utilizando el texto de las transcripciones como material empírico. Así que, en este estudio, esta técnica ha permitido que nos acerquemos a aquellos aspectos personales, sociales y culturales del contexto que afectan de un modo directo en los motivos de uso de las redes sociales por parte de este colectivo de mujeres (Flick, 2012).

El guión que compone la entrevista se ha construido a partir de la revisión bibliográfica realizada, teniendo en cuenta las distintas formas en las que hacen uso de las redes online y los motivos tanto específicos como generales que las conducen a tal uso, además de considerar los cambios que provocan a nivel personal las redes. Las entrevistas han sido grabadas y posteriormente transcritas.

Para el análisis del contenido recogido se ha tenido en cuenta la propuesta de Strauss y Corbin (1998) desarrollada en cinco etapas que avanzan en forma de espiral y que continuamente se retoman hasta no encontrar nueva información. El análisis es el siguiente:

1. *Segmentación*: obtención de los segmentos más concretos y rigurosos de las entrevistas.
2. *Codificación inicial*: definición de las principales temáticas que muestran los diferentes usos por parte de las mujeres adultas de zonas rurales encontradas en el contenido de las entrevistas realizadas.
3. *Clasificación y relación entre los códigos iniciales*: relación de códigos según el punto en el que se encontraban dentro de la entrevista.
4. *Codificación focalizada*: reducción y organización de códigos en base a las categorías obtenidas del contenido de las entrevistas autobiográficas,

convirtiéndolos en códigos fundamentados adecuados para seguir realizando la codificación de los datos de un modo selectivo.

5. *Contextualización*: identificación de la relación de los códigos fundamentados para poder definir el argumento de cada uno de ellos. Se analiza las diferencias entre ellos y se contextualizan según los objetivos del estudio.

En resumen, los datos de las entrevistas autobiográficas se han analizado de manera que tras varias lecturas de éstas, la codificación e interpretación del contenido ha pretendido identificar categorías que nos permitan conocer la diversidad de identidades que poseen las mujeres en relación a la influencia que provoca el modo de aprender en el uso de las redes sociales online.

3.2.1 Participantes

La muestra del estudio se compone de 8 mujeres pertenecientes a la zona rural de la ciudad de Sevilla con **edades comprendidas entre los 20 y 54 años**. Los perfiles buscados tienen variabilidad en el nivel de estudios, por un lado, tenemos dos mujeres que han cursado los estudios de primaria, luego a dos mujeres con estudios de secundaria, también dos perfiles que han obtenido el título de bachiller o han realizado un curso formación profesional, y por último, a dos mujeres de zona rural que han cursado estudios universitarios. Los tres requisitos indispensables para poder colaborar en la investigación han sido:

- Ser una mujer perteneciente al contexto rural.
- Hacer uso de las redes sociales online.
- Contar con una edad superior a 18 años.

Estas muestras no tienen intención de ser representativas a nivel estadístico, ni generalizable, ya que su función en el estudio es exploratoria, orientada a comprender y analizar los perfiles de mujeres adultas de entornos rurales relacionados con el uso de las redes sociales online según las competencias digitales que poseen. Por tanto la riqueza de estos datos está en las propias mujeres.

3.2.2 Instrumento

La técnica empleada en este estudio es la entrevista autobiográfica. El guión de dicha entrevista ha tenido en cuenta las distintas temáticas y aspectos para poder examinar los motivos de estas mujeres, la forma de usar las redes, los cambios que han provocado a nivel personal dicho uso, así como las dificultades encontradas en el uso de las nuevas tecnologías. El guión de la entrevista incluye cuatro cuestiones fundamentales:

1. ¿Qué redes sociales sueles utilizar (tuenti, facebook, twitter, instagram...)? ¿Para qué usas cada una? ¿Cuánto tiempo aproximadamente llevas usándola? ¿Por qué comenzaste a usarla?
2. ¿Qué te aporta el uso de las redes sociales? ¿Qué has aprendido al usarlas? ¿Qué posibilidades te ha abierto?
3. ¿Qué haces dentro de la red social? ¿Cómo la usas? Cuéntame una de tus entradas un día cualquiera en tu red social. ¿Qué sueles hacer desde que entras hasta que te desconectas?
4. ¿Crees que vas a seguir utilizando estas redes sociales? ¿Por qué? ¿Recomendarías el uso de esta red social a otras mujeres? ¿Por qué? ¿Qué le dirías a una mujer que esté empezando a utilizarlas?

3.2.3 Procedimiento

La realización de la entrevista ha tenido lugar en un solo encuentro entre la entrevistada y la entrevistadora en acción, ese encuentro se ha llevado a cabo en el hogar de la mujer participante, con el fin de optimizar la creación de un ambiente cómodo y agradable con el fin de conseguir respuestas sinceras. Las mujeres han sido conscientes en todo momento de que estaban colaborando en un estudio llevado a cabo por una alumna del grado de Pedagogía, de la Facultad Ciencias de la Educación de Sevilla, con el objeto de conocer cómo las mujeres de zonas rurales usan las redes sociales, además han sabido con anterioridad que sus voces estaban siendo grabadas para su futuro análisis.

Al comienzo de la sesión, las mujeres seleccionadas han informado sobre su edad, estado civil, nivel de estudios, trabajo y tipo de trabajo, número de hijas/os y de qué

edades y con quién vive actualmente. Estos datos han aportado información útil para la descripción y caracterización de las mujeres participantes en la investigación.

3.3 Análisis de datos

Las entrevistas son analizadas de acuerdo con un enfoque construccionista social (Crawford, 2006), adoptando los principios de la teoría fundamentada (Strauss y Corbin, 1990; Glaser 1992) y del análisis del discurso (Edwards, 1993).

Así pues, el estudio se sustenta en las teorías histórico-culturales y constructivista que consideran el género como una construcción social que emerge cuando las personas interactúan en contextos socioculturales y no como un atributo de las personas. Los principios de la teoría fundamentada permiten formular una nueva teoría de la realidad investigada, gracias a las comparaciones constantes entre las categorías consideradas. Ésta se basa en el análisis de los datos empíricos para desarrollar una teoría, y no en ninguna otra teoría o hipótesis inicial. Uno de sus autores define la teoría fundamentada del siguiente modo;

“Es una metodología de análisis unida a la recogida de datos, que utiliza un conjunto de métodos, sistemáticamente aplicados, para generar una teoría inductiva sobre un área sustantiva. El producto de investigación final constituye una formulación teórica, o un conjunto integrado de hipótesis conceptuales, sobre el área sustantiva que es objeto de estudio” (Glaser 1992, p. 30).

Por último, el análisis del discurso no consiste en la interpretación de los datos, sino en la realización de un estudio exhaustivo y explicativo de los mecanismos que usan las mujeres entrevistadas, con el fin de obtener explicaciones y descripciones de sus aportaciones. Es decir, consiste en el análisis interpretativo sobre los datos aportados por las participantes, en este estudio en concreto, el análisis tiene como objetivo conocer la experiencia de la mujer de zona rural dentro de la red social online.

3.3.1 Formación de categorías

Para la elaboración de las categorías se ha empleado el método abductivo del autor Peirce (1970), cuyo método debe por un lado, revisar y adaptar conceptos teóricos útiles para el análisis y por otro lado, hacer una lectura comprensiva de los datos tratando de descubrir patrones sistemáticos o categorías que permitan describir, interpretar y comprender las acciones que realiza la mujer adulta de zona rural al utilizar las redes sociales online.

También se ha aplicado el método de comparación constante, el cual permite identificar conceptos significativos y asegurar una categorización rigurosa. Gracias a este método, antes de que un extracto sea incluido dentro de una categoría particular, éste ha sido comparado con otro extractor anterior incluido en esa categoría. Como consecuencia de este proceso, las categorías de análisis que han emergido son:

- a. **Capital social.** Este concepto hace referencia al conjunto de normas, redes y organizaciones construidas sobre relaciones de confianza y reciprocidad que colaboran en la cohesión y desarrollo del bienestar de la sociedad, además de colaborar en la capacidad de los ciudadanos para que puedan actuar y satisfacer sus necesidades en beneficio mutuo (Coleman, 1988). Esta dimensión cuenta con la siguiente diferenciación, apoyada por el autor Granovetter (1973).
 1. Relaciones sociales débiles, se caracterizan por ser vínculos con conocidos, sin ningún apego emocional y por algún tipo de interés en común. Son relaciones más amplias y dan acceso al exterior del grupo, son primordiales para obtener la información y, aunque forman una red tejida de manera estrecha (cada uno se conoce en la red), conservan cierto aislamiento.
 2. Relaciones sociales fuertes, consistiría en aquellos vínculos con amigos íntimos y familiares con quienes se comparte una unión además, Los vínculos fuertes permiten el acceso a otras redes estrechas, lo que hace posible obtener información externa.

b. Motivos de uso. Se refiere al motivo que le impulsa a la mujer para participar activamente dentro de las redes sociales online, en función de lo que se quiere conseguir de cada una de ellas. Entre los motivos de usos encontramos;

1. Ampliación de las relaciones sociales, entendida como el aumento de su número de amigos en la red social online. Manifiestan interés por otros sujetos o grupos sociales.
2. Comunicación inmediata, Entendida como la participación en la red de un modo rápido y fluido, instantáneo y momentáneo, gracias a la rapidez de operar gigantesca de Internet.
3. Conocimiento de mi entorno, entendido como el conocimiento de la comunidad a la que pertenecen, y a su vez, de su patrimonio cultural. Este uso tiene la intención de desarrollarse a nivel cultural.
4. Entretenimiento, entendida como diversión al hacer uso de las redes sociales online, sin más pretensiones. Consistiría en la ocupación del tiempo libre visualizando fotos, vídeos, blogs, o demás recursos digitales.
5. Información de la actualidad, hace referencia al conocimiento de la realidad. De todos aquellos hechos que tienen lugar en el día a día de nuestra sociedad, con el fin de estar actualizados sobre las tendencias. Se contempla como un medio de comunicación.
6. Mantenimiento del contacto con amigos y familia, se refiere al uso de la red social para permitir la prolongación de las relaciones sociales existentes, además de contar con un alto grado de interés por la vida de éstos mismos.
7. Mejora profesional, hace referencia al uso de la red para formarse e informarse por su profesión con el fin de mejorar su rol. Renuevan su metodología a nivel profesional.
8. Seguimiento familiar, hace referencia al uso de la red social con el fin de conocer y seguir la actividad de los miembros de su familia. Puede realizarse como un control a sus hijos/as, control parental, o puede usar la red para seguir las actividades, movimientos y cambios de aquellas personas que conforman la unidad familiar.

9. Sentimiento de pertenencia, referido al sentimiento de sentirse incluido en el grupo, en la comunidad, y además de ello, tener una participación activa dentro de ella.
10. Visualización de elementos multimedia, hace referencia a la visualización de fotos, vídeos y/o publicaciones, es decir, de todos aquellos recursos digitales con los que cuenta las redes sociales online. Además de observar los elementos se incluye el uso de ellos, publicando o compartiendo.

c. Contextos de aprendizaje. Hace referencia al espacio donde se lleva a cabo el aprendizaje por el individuo, diferenciando entre;

1. Formal, tipo de educación también conocida como formación reglada incluido dentro del sistema educativo reglado. Consiste en el aprendizaje ofrecido normalmente por un centro de educación o formación, con carácter estructurado (según objetivos didácticos, duración o soporte) y que concluye con una certificación.
2. Informal, hace referencia al aprendizaje en un contexto ajeno al sistema formal educativo y, mayoritariamente se produce por la interacción del individuo con el ambiente, con la familia, amigos, y todo lo que le rodea. Consiste en un aprendizaje no reglado.

d. Estrategias de aprendizaje. Hacen referencia al conjunto de actividades, técnicas y medios que se planifican teniendo en cuenta las necesidades de la población a la cual van dirigidas, los objetivos que persiguen y la naturaleza de las áreas y cursos, con el objetivo de hacer efectivo el proceso de aprendizaje. Estas estrategias tienen doble naturaleza;

1. Autónomo, hace referencia al aprendizaje por ella misma, haciendo uso de sus capacidades, cualidades y actitudes para la búsqueda e información con el fin de aprender. Indagar, investigar, experimentar con la red de un modo autodidacta.
2. Colaborativo, se refiere a aquel aprendizaje a través de personas que pertenecen a su círculo social, es decir, aprenden a usar las redes sociales online y resuelven sus dificultades gracias a un amigo o

familiar. Especificar el parentesco de las personas que participan en el aprendizaje del usuario.

e. Contenidos de aprendizaje. Entendido como los asuntos, necesidades o inquietudes específicas que tienen las mujeres para hacer uso de las redes sociales online, es decir, la temática específica por la cual usan la red. Diferenciado entre las siguientes,

1. Cocina, todo lo referente al mundo gastronómico, como recetas, ingredientes, utensilios y otros.
2. Costura, se refiere a la labor artesanal de coser, con el fin de crear sus propios accesorios o prendas.
3. Estética, todo aquello referido a las tendencias en peluquerías, salones, cortes y colores. Abarca todos los productos relacionados con el cabello femenino.
4. Moda, entendido como la búsqueda de tendencias de la moda femenina. Información sobre complementos, prendas y negocios de este ámbito.
5. Salud, se refiere a aquellos aspectos relacionados con el bienestar físico, además del cognitivo de la persona. Búsqueda de métodos para hacer frente a dolores y enfermedades. Información adecuada para su rol como cuidadora.
6. Viaje, hace referencia a la búsqueda de nuevos espacios que visitar, con el fin de experimentar una nueva experiencia. Incluye la información sobre hoteles y ofertas de vuelos.

f. Perfiles digitales. Entendido como aquellas identidades de las mujeres según las competencias digitales que usan para participar de forma activa en los distintos planos de la Web 2.0. Dando lugar a diferentes perfiles de mujeres según la competencia digital que poseen dentro de la red. El estudio de Area y Pessoa (2012) nos ofrece los diferentes identidades;

1. Perfil Emocional, relativo al conjunto de sentimientos y afectos que les provocan a las mujeres el uso de las redes sociales online. Esta competencia está relacionada con el control emocional, desarrollo de la empatía y un equilibrio afectivo-personal.

2. Perfil Cognitivo-intelectual, referido a la adquisición de los conocimientos y habilidades cognitivas específicas que permite al sujeto buscar, seleccionar, interpretar y recrear la amplia información con la que cuentan las redes sociales online, con el fin de comunicarse con los usuarios del modo más efectivo posible. Esta competencia se desglosa en las siguientes:
 - 2.1 Perfil Innovador, aquellas mujeres que hacen uso de la red con el fin de conocer nuevos espacios donde interactuar y nuevos recursos digitales para usar.
 - 2.2 Perfil Interpretativo, relativa a la interpretación y comprensión del lenguaje y contenido que muestran sus amigos en la red, de un modo correcto, comprendiendo lo que el otro quiere expresar.
3. Perfil Instrumental, entendido como la capacidad de dominar las competencias informáticas, técnicas e instrumentales de las redes sociales online. Además de esta habilidad, también se deben conocer y hacer un buen uso de las aplicaciones que estas plataformas virtuales poseen.
4. Perfil Socio-comunicacional, hace referencia a la adquisición de los conocimientos y habilidades cognitivas específicas para comunicarse con eficacia y colaborar en la red. Además, debe contar con la capacidad de dominar los diferentes medios tecnológicos (mensaje, chat, muro, etc.).

3.3.2 Tratamiento de los datos

Para el tratamiento de la información, se ha aplicado el programa informático Atlas-ti versión 6, realizando un análisis interpretativo de las entrevistas.

Para el proceso de codificación de las categorías, se ha utilizado la herramienta códigos o memos que ofrece este software con el fin de incorporar anotaciones sobre el significado de los datos codificados, siendo especialmente útil para revisar los criterios

de interpretación y aplicación de una categoría y dar así una mayor consistencia interna a la codificación.

La herramienta *query tool*, ha servido para la elaboración de explicaciones teóricas a partir de los datos, permitiendo un análisis comprensivo de las condiciones bajo las que surgen cada categoría.

Por último, se ha empleado la herramienta *network* para establecer relaciones de asociación e inclusión entre las diferentes categorías.

4. RESULTADOS DEL ESTUDIO

En este bloque se exponen los resultados de la investigación, estructurándolos y organizándolos en relación con los objetivos del estudio y a su vez con las categorías identificadas tras el análisis de las entrevistas.

En el primer apartado, se presenta el impacto del uso de la red en el capital social de la mujer de zona rural. En el segundo apartado, se muestra la variedad de motivos de uso de las redes sociales online por parte de las mujeres, mostrando además el motivo inicial que las impulsan a formar parte de la sociedad digital. En el tercer apartado, se muestran las diferentes estrategias de aprendizaje por parte de este colectivo de mujeres, mostrando las diferencias entre el aprendizaje autónomo y colaborativo que llevan a cabo. En el cuarto apartado, se realiza un análisis de aquellos contenidos de aprendizaje en la red, de las temáticas en las que se basa su desarrollo y continuidad dentro de la red. Y en el quinto y último apartado, se ofrecen las diferentes identidades de las mujeres en cuanto las competencias digitales que poseen, además de ofrecer aquellas relaciones más significativas con las demás categorías nombradas.

Se ha de tener en cuenta que todos los resultados que continuamente se muestran están basados en mujeres que aprenden únicamente en el contexto informal. Las entrevistadas afirman que no hacen uso de la oferta formativa formal que le ofrece su municipio, no acuden a los Cursos o Talleres de formación ofertados, puesto que éstos son escasos o poco eficaces. Como nos muestran Fernández-Rodríguez y Anguita

(2015) en su reciente análisis sobre los aprendizajes invisibles, la educación informal se hace prescindible para el aprendizaje de las nuevas plataformas virtuales gracias a la diversidad de espacios con los que cuenta, ofreciendo así la oportunidad a la persona de comunicarse y aprender a ser usuario activo dentro de la red.

4.1 El capital social de la mujer de entorno rural en el uso de la red social online.

En este apartado se aborda la dimensión del capital social entendiendo la red social como un conjunto de personas que se encuentran unidas mediante las relaciones sociales que se establecen entre ellas (Coleman, 1988). Destacamos la orientación clara de las participantes a tener relaciones sociales fuertes con un 84,5%, frente al 15,5% de mujeres que cuentan con relaciones sociales débiles en su red.

Las mujeres se comunican con personas de su entorno más cercano, ya sean amigos, familiares, compañeros de trabajo o de clase, pero todas estas relaciones se caracterizan por una unión de tipo emocional, provocándole una mayor confianza, autoestima y apoyo social percibido por parte de la mujer. Estas consecuencias repercuten directamente en el bienestar psicológico y subjetivo de la mujer, colaborando en el desarrollo activo de la misma dentro de la red. Conviene resaltar que la participación activa y duradera de la mujer en la red está condicionada por el apoyo social que perciben y la aceptación de su grupo de amigos de las redes sociales. En los siguientes extractos de las entrevistas podemos comprobar esta faceta.

(D): *“Yo tengo agregado a facebook gente que son de mi alrededor, que yo sé tranquilamente que puedo poner esa foto de mis hijos o que yo puedo hacer algún comentario, a lo mejor un chiste o expresar mi opinión sobre algo y ellos pues comentan si lo ven bien ¿no?, pero que yo tengo mi facebook muy limitado, no tengo yo mi facebook abierto para mucha gente que a lo mejor yo no conozco. Amigos, familiares y conocidos, bueno y gente también del pueblo, del trabajo, del colegio de los niños, pero ya está”.*

(R): *“Pues con mis amigas, mi familia, mi novio, mis alumnas de la academia, con gente que yo conozco, con gente con la que me siento cómoda al publicar lo que sea, comentar una foto”*

Estas participantes conforman su grupo de amigos en la red a nivel íntimo, con personas que conocen y a su vez, la conocen, otorgando la posibilidad de implicarse y participar libremente en la red, sin miedo al ridículo, ni ansiedad por su uso. Esto conlleva a un alto beneficio para bienestar psicológico de la mujer, sintiéndose incluida e integrada en estas nuevas plataformas. Cabe destacar que las entrevistadas desean mantener y estimular las relaciones con su círculo más cercano y el apoyo de estas relaciones es suficiente para seguir actuando dentro de la red. Este apoyo contribuye a generar un sentimiento de satisfacción personal, puesto que perciben un mayor control y competencia en la red.

Teniendo en cuenta lo anterior, este estudio también muestra que son las redes intergeneracionales, es decir, las redes que forman las personas de distintos rangos de edades las más eficaces para la inclusión digital. El contacto e interacción con los más jóvenes de su círculo, muestra cómo las impulsan a iniciarse como usuaria activa en la red, además de tratarse de personas con un alto apego emocional. Los extractos de Teresa y Rocío nos muestran esta característica.

(T): *“ Uhm, no he recibido ningún curso, ni nada, mis sobrinos me han ayudado a saber utilizar cada una de las redes sociales, mira, por ejemplo con facebook porque mis amistades lo tenían y me decían que me lo hiciera, y lo utilizo para contactar con ellos sobre todo, y gracias a mis sobrinos aprendí porque yo no tenía ni idea, pero ¡ imagínate!, una con catorce años y el otro con dieciocho, pues entienden las redes a la perfección”*.

(R): *“¡Encantadas!, fue mi hermana pequeña la que dijo que me lo hiciera, que era muy bueno, y a raíz de ahí en mi casa lo tenemos todos, mi madre, mi padre, mi otra hermana, todos, y la verdad que estamos muy contentos, por ahí nos llevamos todo el día etiquetándonos en fotos o vídeos”*

Al mismo tiempo, se debe destacar el sentimiento de pertenencia que impulsa a hacer uso de la red social, dicho sentimiento e integración digital es desarrollado gracias a la interacción social con los miembros de la comunidad. Este aspecto positivo de sentirse parte de la sociedad digital es vital para que las mujeres sigan aprendiendo de Internet.

Es cierto que el uso de la red con su círculo de amigos más íntimos provoca que la mujer se mueva en su zona de confort, donde saben que puede actuar abiertamente. Y no es muy amplio el número de mujeres que contactan con otras personas y organizaciones con intereses y objetivos comunes. En nuestra muestra hemos podido colaborar con la aportación de Teresa, quién inició en la red manteniendo contacto únicamente con las amigas y ahora nos cuenta como se ha unido a distintos grupos de facebook para extraer nuevas ideas que llevar a cabo para su rol de docente.

(T): *“Me comunicaba únicamente con mis amigas(...) entonces para ver lo que se publicaba en blogs y temas de mi profesión, pues me uní a grupos en facebook que publicaban herramientas educativas y manualidades, y antes no era yo muy participativa, pero ahora ya comento y apporto yo más información, vídeos, fotos, la verdad es que son muy útiles”.*

O como nos muestra Ana, donde la red le ha servido para conocer más gente de su comunidad, decidiendo ampliar su grupo de amigos con el fin de saber acerca de su patrimonio, o como Virtudes, que lo hace por satisfacción personal. Estas mujeres cuentan ahora con un capital social más amplio, estableciendo relaciones sociales débiles y desarrollándose de un modo más activo en la red.

(A): *“Hombre mi vida no ha cambiado, pero sí que es verdad que ahora conozco más gente, gente que a lo mejor era del pueblo y no sabía yo quién era su hijo, no sabía con quien estaba casado, no sabía de su vida, y por facebook pues me entero de todo eso y hay algunos que tengo agregado que no sé ni para qué (...)”.*

(V): *“(...) y después también he tenido contacto con otras, con otras personas así que eran de Córdoba, también nos hemos conocido, han*

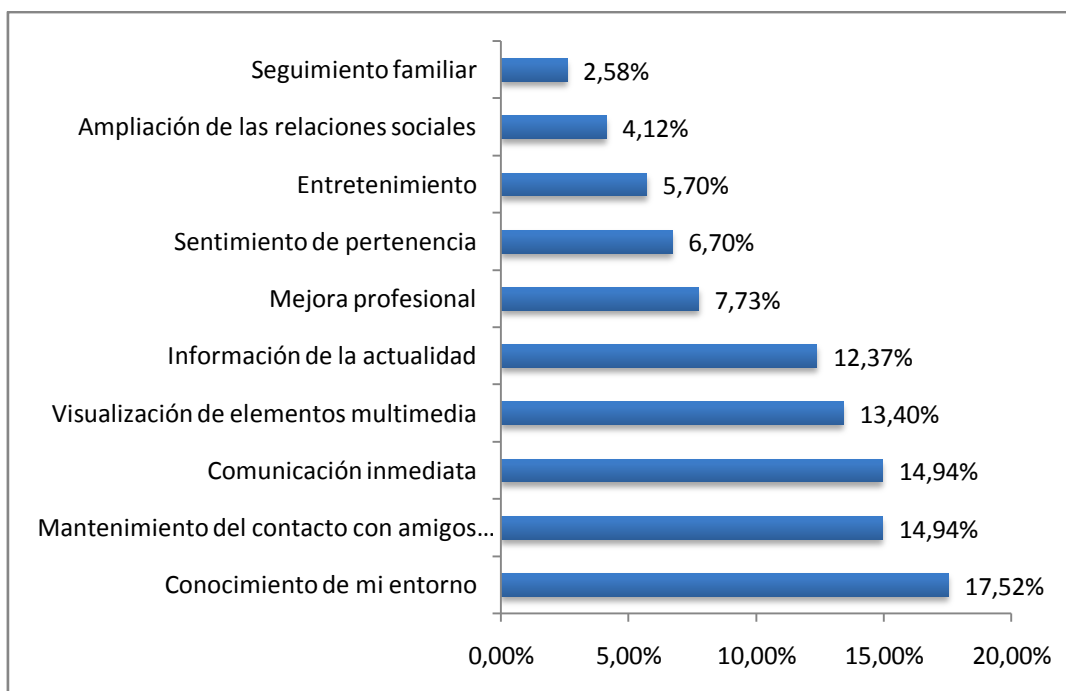
venido a conocernos, o sea, me han aportado de que he conocido a gente, he conocido a gente que ahí están”

Teniendo en cuenta todo lo anterior, podemos ver como la red sirve de herramienta de comunicación social, donde la colaboración y participación ayuda al empoderamiento de las usuarias en la red, y en casos excepcionales, a la creación de relaciones sociales débiles movidas por un interés. No obstante, el mayor grado de contribución y compromiso de las mujeres para participar en la red viene originado por la percepción de satisfacción personal y muestra de confianza y apoyo colaborativo de su grupo de amigos más íntimo.

4.2 Diversidad de motivos de uso dentro de la red.

En esta investigación se han identificado 10 motivos por parte de la mujer vinculado al uso de la red social online. A lo largo de las diferentes entrevistas se ha podido comprobar la existencia de motivos de uso de distinta naturaleza. Éstos pueden visualizarse por orden de preferencia en el siguiente gráfico.

Gráfica 1. Motivos de uso de la red social online. Elaboración propia.



Cómo puede observarse en la gráfica, el tema principal para hacer uso de la red social online es conocer su entorno, adquiriendo un porcentaje del 17,52%. Esta categoría hace referencia al conocimiento del contexto más cercano a la mujer, es decir, saber e informarse acerca de la vida y de los cambios de sus amigos más íntimos y sus familiares, siempre dentro del marco de relaciones sociales fuertes, además de conocer las tendencias de su localidad y saber acerca de las personas de su comunidad.

El motivo principal de este uso es obtener información de aquellas personas con un vínculo afectivo alto, quieren conocer los cambios en la vida de sus amigos y familiares. Los siguientes fragmentos apoyan esta afirmación.

(B): *“Principalmente con amigas, para el tema de quedar o cosas diarias, luego con mi familia me comunico todos los días, también con los amigos que están más lejos, que están fuera, veo fotos, les escribo comentarios, me pongo un poco al día de su vida”.*

(T): *(...) a la hora de contactar con mis amigas, ya no es tanto llamarnos por teléfono, sino que ahora un mensaje por facebook y demás y estamos siempre en contacto, también con amigas que se han ido fuera, pues nos vemos las fotos y eso”.*

(S): *“Yo pienso que gracias a estas redes sociales tienes contacto con personas que diariamente no puedes, entonces si yo me quitara de las redes sociales perdería el contacto con mucha gente que realmente aprecio y me daría mucha pena no poder verlas a diario”*

Por tanto se debe añadir la estrecha relación que tiene el factor de conocer el entorno con el motivo de uso para mantener el contacto con amigos y familia, obteniendo este un 14,94%. Se ha podido observar en esos dos últimos fragmentos, cómo las mujeres hacen uso de la red con el fin de saber y seguir los cambios en la vida de personas que pertenecen a su círculo de amigos más íntimos, y que por circunstancias personales se encuentran en espacios geográficos menos accesibles para ellas. Exploran las actualizaciones del estado de algunos usuarios y sus fotos, con el objeto de actualizar su conocimiento sobre la vida de los demás. Cabe destacar la red como una herramienta

para mostrar cercanía y apoyo social a personas con las que no puedes mantener una conversación cara a cara, hablaríamos de un puente de unión para las relaciones sociales.

Reanudando el motivo de hacer uso de la red para conocer el entorno se debe destacar, que esta categoría también se enmarca dentro de lo físico, del conocimiento de nuevos espacios cercanos a ella. No solo en cuanto al hábitat rural donde residen, sino también a su ciudad, como bien nos dicen Rocío y Ana.

(R): *“No sé, bueno la verdad que ponen fotos y demás y puedes conocer lugares diferentes, incluso restaurantes, zonas bonitas de Sevilla, que tú dices “pues yo no sabía ni que esto existía”, y al día siguiente voy a verlo, ¿me entiendes?, entonces pues creo que es un aprendizaje también”.*

(A): *“¡Ah sí!, por ahí pude yo ver las fotos del belén viviente de esta navidad, salía mucha gente del pueblo, como iban vestidas, peinadas, si hacían de costureras o de cocineras y ahora este año también me he apuntado a eso ¡jaja (risas)”*

En esta línea, mostramos que es clave para las mujeres el factor de usar la red para mantenerse informadas de aquello que ocurre a su alrededor, quieren conocer todas las tendencias del pueblo con el fin de poder participar en ellas y colaborar en el desarrollo de su patrimonio cultural, lo que nos conduce directamente al uso motivado por un sentimiento de pertenencia (6,70%). Las mujeres buscan sentirse identificadas con su comunidad y actuar en ella, ampliando así su grupo de amigos en la red y formando interacciones activas y duraderas con los grupos sociales generados, provocando un empoderamiento en su comunidad. Es necesario insistir en la red como recurso idóneo para conocer su hábitat rural, permitiéndoles explorar e indagar en estos entornos, desarrollando aficiones que oferta su comunidad y ayudando así al desarrollo global de la misma. Esta faceta se ilustra con los siguientes fragmentos.

(A): *“Pues mira se entretiene una y conoce mucha gente, ve mucha gente, te enteras de muchas cosas del pueblo, por facebook supe yo del taller de costura en la Iglesia del Carmen y el verano pasado me apunté,*

y ahora voy todas las semanas allí y cosemos las mujeres del pueblo para la virgen”

(R): *“Pues veo todas las noticias del pueblo, si hay ofertas en esta tienda de ropa de bebés, o si van a poner el mercadillo, me informo del calendario de la semana santa, de la feria, de todo la verdad”*

Por otro lado, cabe destacar otro motivo de uso por parte de la mujer en la red de vital importancia. Consiste en la comunicación inmediata (14,94%) que le ofrece la red, una comunicación instantánea, a tiempo real, entre ella y la persona o personas con las que interactúan. Conviene resaltar que las motivaciones para el acceso a la red se sustentan en un contacto con sus amigos de un modo rápido, fácil y gratuito. Los siguientes extractos informan de este uso.

(V): *“Vale, lo positivo es tener contacto en plan cómodo, quiero decir que yo veo un comentario de mi amiga y de momento le pongo “¿qué te pasa?”. Es rápido, es comodidad, aunque es cierto que pierde mucho la comunicación real de la persona”.*

(D): *“No no, porque yo más que todo lo utilizo para eso, para colgar fotos porque algún familiar mío está lejos, pues para que las vean de momento, y luego ellos pues ya me comentan de mis niños (...)”*

Esta comunicación inmediata se relaciona con el motivo de usar la red para estar informadas de la realidad (12,37%), y es que el consumo de noticias a través de las redes sociales ha aumentado notablemente en estos últimos años. Nuestras entrevistadas declaran que comentan noticias de actualidad y que siguen a medios de comunicación en las plataformas virtuales que actúan, con el fin de mantenerse informadas de las nuevas tendencias. Todo esto es posible gracias a la rapidez de operar gigantesca con la que cuenta Internet. Este contenido afirma lo declarado;

(T): *“(...) y Twitter para ver las noticias sobre todo, porque ahí yo sigo a muchos periodistas, cadenas, radios, y entonces como no tengo tiempo*

de ver la televisión, pues las leo en el móvil que salen de momento y además es hasta gratis ¡jaja! (risas)”

(R): “Porque me aporta... ¡no sé!, es actualidad, a mí me da alegría, al igual que me da alegría porque te enteras de noticias positivas, también muchas veces es verdad que te da tristeza, como por ejemplo esto que ha pasado ahora de París, ¿no?, el atentado de París al momento lo compartieron mis amigos de facebook, entonces es eso, aprendes, es información y creo que es un buen medio de comunicación también”

(M):” Me informa un poco de lo que pasa en el mundo, porque por las redes sociales es por donde primero te enteras de todas las desgracias que ocurren”

Se debe destacar la consideración de las redes sociales virtuales como un buen medio de comunicación, como una buena fuente informativa. Las mujeres actuales confían en aquella información que les aporta la red para conocer la realidad del mundo. Sin embargo, se debe tener en cuenta un punto negativo de la red como informante de la actualidad, puesto que las usuarias sólo leerán las noticias que compartan otros usuarios conectados, si su red está compuesta por un gran número de amigos tendrá la posibilidad de acceder a una mayor información de la actualidad, pero si su grupo de amigos en la red es reducido, posiblemente acceda a una información escasa de la actualidad.

Acto seguido hay que destacar la visualización de elementos multimedia con un 13,40% en el ranking de motivos de uso, gracias a la básica fluidez tecnológica con la que cuentan. Las mujeres hacen uso de la red para ver fotos, textos, documentos, vídeos y/o publicaciones que se encuentran en las plataformas, ya sea como una forma de entretenimiento, como un modo de transmitir apoyo social con carácter positivo a sus amigos de la red, o bien para recibir información de sus contactos, conociendo a través de las publicaciones aquello en lo que sus amigos piensan, sienten o hacen. Esta característica aparece en el siguiente contenido de las entrevistas.

(S): “(...) Y facebook para ver vídeos divertidos, de perros y de animales, de comida, ¡qué entran un hambre, jaja (risas)!, no sé, me

gusta alegrar a los demás con imágenes, chistes, vídeos divertidos, etc., quién me conozca sabe que tiene que meterse en mi facebook para reírse un rato ¡jaja! (risas)”

(D): “Sí que es verdad que antes el móvil solamente lo utilizaba para hablar y recibir llamadas, hombre y ahora manejo algo más el móvil, la tablet, el ordenador, esos aparatos que para mi eran un mundo y ahora me atrevo a hacer más cosas, ahora me meto para ver las fotos de esta amiga, de la hija de la otra, para ver la publicación de mi hijo de hace tres días, yo antes no sabía nada de eso”

Aunque las redes sociales se usen mayormente para interactuar con su grupo de amigos, también hay un perfil de usuarias que en tiempos concretos la usa como portal de entretenimiento (5,70%), sin más pretensiones. Hacen uso de la red en calidad de diversión, ocio, sin querer obtener mayor información o contenido de éstas. Este aspecto lo muestra el fragmento Virtudes y Sonia.

(V): “Antes si lo usaba yo para expresar mis emociones y contar mi vida, pero ahora como ocio, diversión y ocio”

(S): “No no, no dejaría ninguna porque sinceramente me divierto cuando estoy conectada, me entretiene, quizás hace seis años no sabría qué hacer y ahora pues me entretengo con el móvil”

Paralelamente, podemos mostrar el uso de estos recursos digitales a través de la visualización de los elementos multimedia para mejorar a nivel profesional (7,73%). A través de imágenes, vídeos, publicaciones y/o textos que ofrece la plataforma virtual, nuestras entrevistadas afirman el positivo impacto en su desarrollo a nivel profesional que les causa participar en la red, por su utilidad y aportación de una amplia información actualizada de su profesión, además de usarla, en escasas situaciones, promocionar las características y productos de su negocio. Es necesario insistir en que esta mejora profesional conduce directamente a un aumento de autoestima percibida por parte de la mujer, lo cual afianza la motivación de seguir participando en la red. Los siguientes extractos nos muestran esta faceta de las mujeres.

(T): “(...) ahí por ejemplo ves vídeos o ves como te vengo diciendo en todo momento, las herramientas educativas, que yo a lo mejor en la vida me hubiera pensado que por una red social yo iba a cambiar mi metodología de enseñanza y demás, entonces creo yo que me enriquece como persona”.

(A): “De mi trabajo comparto muchas cosas y la ve mucha gente, aparte de que la ven mucha gente, le dan a me gusta y eso pues mira, te viene arriba, ¿no? sabes que tu trabajo le gusta a las personas, y entonces pues ya me animo y busco yo trucos o dulces nuevos que ponen otras pastelerías, no sé, busco ideas nuevas para mi negocio”.

(R): “Como saben que soy peluquera, mis alumnas me comparten nuevas técnicas de mechas californianas o peinados que hayan visto y quieren aprender”

Por último, añadir que el seguimiento familiar como control parental (2,58%) es el motivo de uso menos frecuente entre estas mujeres. Estas mujeres se informan de los cambios que se producen en su círculo de amigos más íntimo, pero este seguimiento a hijos/as sólo ha aparecido en una de las participantes y en concreto, en una red social. Por tanto, es oportuno afirmar la insignificancia para la mujer de zona rural el usar la red con motivo de hacer un seguimiento familiar en el sentido de control parental.

Teniendo en cuenta todo lo analizado, se puede afirmar que la motivación inicial de conocer su entorno más cercano y mantener contacto con amigos y familiares por parte de las mujeres, se diversifica más tarde en una variedad de formas de uso que aumenta con la experiencia de dicho uso, ofreciéndoles una rica gama de actividades y prácticas a las usuarias, ya sea para mejorar a nivel profesional, para estar informadas de la realidad de la sociedad, para colaborar en el desarrollo de su patrimonio cultural o por el simple hecho de estar entretenidas.

En conclusión, se afirma que esta diversidad de motivos de usos provoca un alto bienestar subjetivo en la mujer de zona rural, además de un alto sentimiento de pertenencia a la comunidad digital.

4.3 Estrategias de aprendizaje usadas por las mujeres.

Las estrategias de aprendizaje que más prefieren usar las mujeres entrevistadas son de tipo convencional, ya sean de un modo autónomo (47,36%) o colaborativo (52,64%). El 95% de ellas combinan los dos tipos de estrategias, es decir, aprenden a usar la red indagando y probando con la propia tecnología en el sentido práctico o usándola de forma intuitiva por el placer de experimentar con ella, y paralelamente llevan este aprendizaje mediante la participación e interacción con su grupo de amigo más cercano. Entonces, hay que destacar el importante papel que juega el capital social a la hora de aprender a hacer la red social, ya que las mujeres cuentan con personas en la red en las que confían para resolver sus problemas o incluso sus contactos les ofrece conocer experiencias de otros compañeros que sirven de referentes en su nueva identidad virtual. Se puede afirmar que este tipo de aprendizaje se ve sustentando por el apoyo entre compañeros. La combinación de ambas estrategias de aprendizaje aparece en los siguientes fragmentos.

(B): *“La verdad que no, que yo solo por internet y eso, fui buscando, y a través de mis amigas nos ayudábamos mutuamente y al final conseguimos sacar partido de ellas, (...) por ejemplo, facebook actualiza muy a menudo y no hay un tutorial que te explique esas actualizaciones, cómo llevarlas, entonces tú tienes que buscar las formas de aprender a hacerlo”.*

(S): *“Tuve al principio ayuda en facebook porque era bastante pequeña y mi mejor amigo sabía utilizarlo más y me ayudó un poco para enterarme, pero las demás investigando y yo sola aprendí”*

(M): *“Yo sola aprendí, le preguntaba a mi amigo Antonio Manuel cuando tenía alguna duda, pero yo sola probando aprendí a usarlas”*

Según los datos obtenidos, cabe señalar que la capacitación para el uso de las redes sociales, es decir, la competencia digital de la usuaria es adquirida en muchas ocasiones de forma autodidacta. Sin embargo, luego todas ellas, en algún momento de su aprendizaje, han recurrido a una tercera persona para resolver algún tipo de dificultad

formativa o técnicas, esta ayuda viene de una persona cercana a su entorno, sobre todo en su grupo de iguales. También hay que mostrar la percepción de debilidades personales y obstáculos que se encuentran las mujeres en relación al dominio de las nuevas tecnologías.

(T): *“La verdad es que, con las actualizaciones que se van haciendo poco a poco hay veces que me quedo un poco atrás, que no sé muy bien como tengo que actuar, y voy probando una cosa y otra, pero ya te digo, los sobrinos ayudan porque están al orden del día con todas las redes sociales”*

(B): *“Facebook por ejemplo actualiza mucho y no hay un tutorial que te explique cómo usarlo (...) yo muchas veces investigo o le pregunto a algún amigo”*

También contamos con la estrategia de aprendizaje de Virtudes, impulsada a un aprendizaje de carácter informal y autodidáctico con el fin de conocer las características de las nuevas tecnologías para su mejora profesional, provocando la inclusión de ésta en el mundo de las redes sociales online.

(V): *“Trabajo en la telefonía y en este caso, muchas de las llamadas, lo que yo llevo más que nada es facturación, pero muchas de las llamadas que nos entraba en relación de las facturas nos hablaban sobre los problemas que tenían con los teléfonos, “que no lo podían utilizar”, “que tenía este fallo”, “que le pasaba esto lo otro”, hasta que dije, “pues voy a empezar yo a investigar también, no solo en el trabajo”. Entonces ahora casi todos los móviles te traen las aplicaciones ya descargadas, y me puse a usar Facebook y Twitter yo sola”.*

Hay que tener en cuenta que a pesar de los esfuerzos gubernamentales hacia la formación que ofertan las políticas, éstas o no son de suficiente nivel para estas mujeres o no se encuentran debidamente difundida y no son consciente de su realización, ya que un alto porcentaje de mujeres (87%) han afirmando que no cuentan con oportunidades de formación en sus municipios. Declaran que no han sido informadas nunca de un curso para el aprendizaje de las TIC en su localidad. Sin embargo, consideran que la

combinación de su aprendizaje convencional, autónomo y colaborativo, apoyado por un aprendizaje mediante cursos, talleres o jornadas con contenidos específico en un contexto formal, sería útil para su idónea alfabetización. Los siguientes extractos reafirman lo nombrado.

(A): *“Que yo sepa no (negando), nunca me he enterado yo de un curso que el Ayuntamiento haya hecho, a ver, a lo mejor si se hacen, pero desde luego yo no lo sé(...) claro que sería útil, ¡imagínate!, aprendería yo perfectamente a usar facebook e instagram ¡jaja! (risas)”*

(M): *“Mi amiga, que es de otro pueblo, si sé que hace cursos de esos, y está apuntada a informática, pero aquí no se hace nada, si lo hacen seguro que cuesta dinero (...)”*

(V): *“Una vez fui a uno, que era de informática y me pusieron a copiar textos en el Microsoft Word, ¡jaja! (risas), así que sinceramente no volví a ir, era para nada”*

Para acabar este bloque, podemos reafirmar la necesaria alfabetización de este colectivo de mujeres, quienes para seguir aprendiendo de las redes sociales deben acudir a su círculo de amigos más cercano, o aplicar el método ensayo-error hasta llegar al foco de su búsqueda. No cuentan con oportunidades formativas en sus municipios para la alfabetización, las cuales afirman que serías de utilidad. Dicha alfabetización mejoraría la calidad de las personas, enseñando el modo de trabajar con la alta tecnología y ofreciendo la comprensión de cómo puede ser utilizada la red social online, centrándose en la habilidad tecnológica de la ciudadanía y en el dominio para tratar y comprender la información y el contenido compartido en la red.

En definitiva, el uso de las nuevas plataformas virtuales se consideran el marco para el desarrollo personal, cultural y social de la ciudadanía actual, por tanto no podemos obviar la brecha digital que inunda a la comunidad de mujeres del hábitat rural, las cuales se quedan al margen de los conocimientos y ventajas de la alfabetización digital, provocando una limitación en el desarrollo íntegro de las mismas, sino que se debe actuar por la reducción de esta brecha digital que han provocado la llegada de las

nuevas tecnologías y poder así aumentar el bienestar tecnológico y el empoderamiento de las mujeres del ámbito rural.

4.4 Principales contenidos de aprendizaje en la red social online.

En este bloque se analizan los contenidos de aprendizaje de la mujer de zona rural en la red social, es decir, se procede a indagar sobre las temáticas a las que acceden estas mujeres cuando participan en la plataforma. En otras palabras, el estudio ha analizado los asuntos, necesidades o inquietudes específicas que tienen las mujeres para hacer uso de las redes sociales online.

Antes de comenzar, es necesario destacar que todo inicio en la sociedad digital tiene un carácter relacional, la colaboración en la red comienza por el fomento de capital social de la persona, no obstante, a medida que van avanzando en el uso y adquiriendo una rutina diaria, este tipo de redes dan cabida a los gustos e intereses de las personas en busca de un espacio de intercambio común, a través del contenido compartido, fotos, música, vídeos, documentos, presentaciones, noticias y/o lecturas.

En este sentido, las personas que cuenten con un mayor número de vínculos con otras personas tendrán posiblemente más oportunidades de incrementar sus conexiones y de multiplicar así cualquier tipo de información, puesto que cuenta con un posible acceso mayor. Aquellas otras con un círculo de amigo reducido, contarán con una información más a la vez más limitada, donde es el usuario por iniciativa propia el que decide seguir, buscar, indagar sobre gustos, aficiones y/o intereses.

Las redes sociales permiten realizar una variedad de actividades e inquietudes, destacando como más comunes las acciones referidas a la cocina, la costura y el viaje, seguido muy de cerca del uso de la red para conocer el ámbito de la salud, del cuidado a personas dependientes. Estos contenidos de aprendizaje al que pueden acceder en las redes tienen para ellas un sentido práctico y útil que les permiten ser más resolutiva en su vida cotidiana, así como les permiten explorar y curiosear en estos entornos desarrollando nuevas aficiones.

En cuanto a todo lo referente al mundo gastronómico, como recetas, ingredientes, o utensilios, encontramos un 23,52% de mujeres que se centran en la temática de cocina. Todas usan el contenido de la red para innovar en sus cocinas, algunas por placer como Sonia nos cuenta, y otras por necesidad, como lo hace Virtudes:

(V): *“A lo mejor, no sé, en relación de necesidad, de qué como por ejemplo, no sé lo que voy a hacer hoy de comer y veo que una compañera cuelga una receta, y me acojo a lo mejor y digo, “pues lo voy a probar”.*

(S): *“La verdad que el tema de las recetas sí, miro muchos vídeos de recetas la verdad, a mí me encanta cocinar y siempre estoy inventado algo nuevo ¡jaja! (risas)”*

También podemos se puede observar que el contenido de costura (23,52%) ayuda al desarrollo cultural de las mujeres, consolidando y fortaleciendo las tradiciones de las generaciones pasadas, en el sentido de apoyo comunitario, tal y como se ilustra en el siguiente fragmento, o bien recordando el citado argumento de nuestra participante Ana, al unirse al grupo de mujeres que cosen en la iglesia de su pueblo.

(T): *“A ver, me siento beneficiada de muchas cosas en las redes, y que he aprendido muchas cosas gracias a ellas, por ejemplo, a hacer labores domésticas tradicionales de nuestras madres, como coser o punto de cruz o hacer algo tan simple como una bufanda”*

La temática de viaje (23,52%) se encuentra en la misma línea de preferencia que las anteriores, y provoca un gran impulso en nuestras mujeres a la hora de experimentar. Las fotos, vídeos y/o publicaciones que se encuentra en la red sobre lugares desconocidos le despierta el interés y la curiosidad por visitarlos, lo que las conduce a salir de su rutina y conocer lugares nuevos, aumentando así su bienestar subjetivo. Esta faceta se recoge en el siguiente fragmento.

(A): *“Los patios de flores tan bonitos de Córdoba o por ejemplo, muchas fotos que veía de Granada y me encantaban, y yo las compartía,*

entonces mis hijos pues como verían que a mí me gustaba mucho, pues me regalaron un viaje en navidad a Granada con mi marido”.

Por último destacar el uso de la red para la gestión de la salud (17,64%), tratándose de una característica propia de la mujer, y sobre todo, de aquella que pertenece al contexto rural. Este colectivo desempeña un importante rol en el fomento y mantenimiento de la salud, influyendo en su estado de ánimo y en su satisfacción personal, ya que la labor de ayudar a los demás se relaciona directamente con su bienestar subjetivo. Además, encontramos el uso de la red como herramienta para estar informadas sobre temas de salud que les afectan a su círculo más cercano, o los cuales necesitan para el cuidado de personas dependientes a su cargo.

(T): “También busco información sobre el alzhéimer, mi madre tiene principios de alzhéimer y entonces busco juegos de memoria que puede hacer, o fotos y vídeos para saber cómo tengo que actuar con ella, sigo a páginas de este tema, y me informo, tengo que estar al día de todo esto claro”.

(R): “(...) tema de mi bebé, ¿no? que me he metido en muchas páginas para saber qué hacer, que evidentemente cuando eres madre primeriza no tienes idea de nada y todo es un mundo, entonces busco mucha información, sobre todo de peluquería y para mi bebé”

Podemos observar como la curiosidad de las entrevistadas en la red las conduce a abordar nuevas temáticas. Es cierto que el uso principal que las inicia en el mundo virtual es claramente a nivel relacional, pero luego este uso, cuando se hace más autónoma y diaria la participación en la red, se abren puertas a nuevas asociaciones, colectivos, páginas, usuarios, que aportan nueva información y contenido a la red de estas mujeres, provocando la inquietud de conocer y experimentar con cosas nuevas.

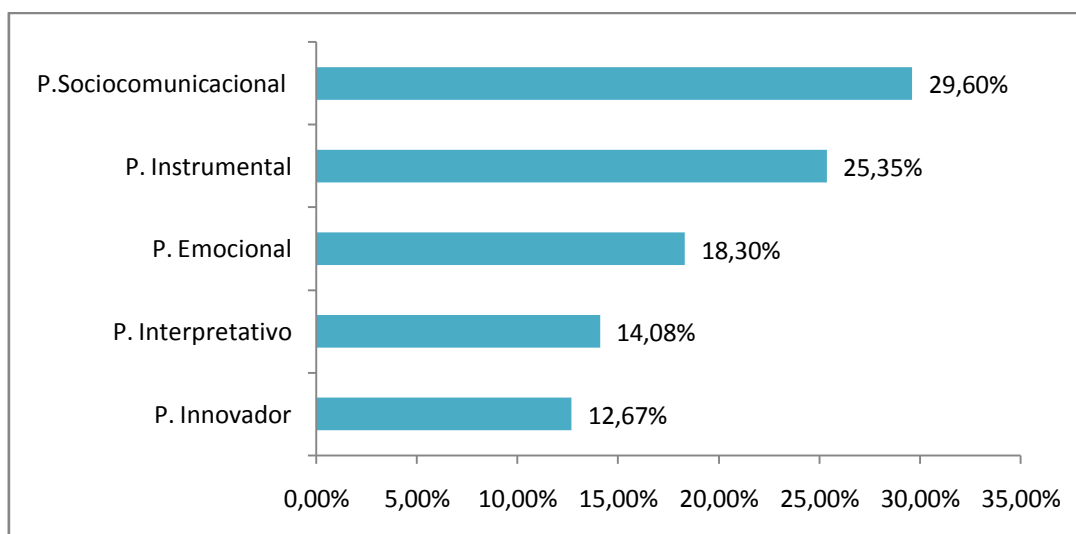
Esta ampliación de la actividad de sus vidas les provoca un aumento en su estado de bienestar, se sienten realizadas personalmente y más seguras de sí mismas al hacer uso de la red social online.

4.5 Nuevos perfiles de mujeres de zona rural según la competencia digital que poseen.

Este bloque muestra los resultados que se han obtenido de las entrevistas analizadas en relación a los cinco perfiles de mujeres de zonas rurales. Estos resultados se basan en la competencia digital que prioriza en la mujer al hacer uso de la red. Éstas pueden ser a nivel cognitivo-intelectual (interpretativo e innovador), emocional, instrumental o sociocomunicacional.

En cuanto a la competencia digital cognitiva-intelectual relativa a la adquisición de los conocimientos y habilidades cognitivas específicas para buscar, seleccionar e interpretar la información que posee la red social, encontramos por una parte, el perfil innovador (12,67%) referido a aquellas mujeres que descubren y experimentan los recursos digitales de la red, y por otro lado, el perfil interpretativo (14,08%) que aglutina a mujeres que interpretan y comprenden el contenido de la red de un modo correcto. Luego está el perfil emocional (18,30%) que identifica a la mujer que hace uso de los sentimientos y afectos dentro de la red, el perfil instrumental (25,35%) referido al grupo de mujeres con capacidad de dominar y hacer un buen uso de las competencias informáticas, técnicas e instrumentales de las redes sociales online, y por último, el perfil sociocomunicacional (29,60%) que engloba a las mujeres que cuentan con las habilidades para comunicarse con eficacia en la red, además de colaborar en ella activamente (Gráfico 2).

Gráfico 2. Variedad de perfiles de la mujer según la competencia digital. Elaboración propia.



Los resultados no muestran la exclusividad del perfil en base a una determinada competencia, es decir, no contamos con ningún perfil puro que haga uso de la red a través de un único campo de las competencias digitales, sino que en una misma mujer coexisten varias características de la diversidad de identidades otorgadas.

No obstante, se indica el perfil con competencias sociocomunicacionales (29,60%) como el más usado dentro de la red de nuestras entrevistadas. Colaboran activamente en la red con el fin de establecer comunicaciones eficaces dentro de ellas. Las comunicaciones muestran una alta relación con el empoderamiento y ampliación del capital social de la mujer, debido que al establecer comunicaciones con los demás usuarios de la red o con grupos de intereses similares provoca un aumento del apoyo social percibido, motivándolas a seguir formando parte de las mismas. Para esta comunicación se hace un uso frecuente de los elementos multimedia de la red, como el chat o mensajes, las publicaciones, el muro, etc., lo cual establece una estrecha relación entre el perfil sociocomunicacional y la visualización de elementos multimedia como motivo de uso. Los siguientes extractos ilustran esta etapa.

(R): *“La verdad que no me lo hice cuando salió, me lo hice hace pocos años, pero todo el mundo lo tenía y a mí me llamaba la atención, además tengo a toda mi familia ahí, yo por mi trabajo que es a turno partido pues no los veo mucho, entonces siempre estoy viendo las fotos de mi prima, de mis hermanas, la verdad que lo uso para saber de ellos”.*

(V): *“Gracias a un juego dentro de la red social conocí a una muchacha de Santander y todos los veranos viene a verme, dio la casualidad que era de Santander pero tiene familia en Aznalcóllar y cada vez que baja pues se queda aquí un par de días”.*

(M): *“(...) te facilita a la hora de enterarte de muchas cosas, de fotos de tus amistades, de dónde viajan, de lo que hace un poquito en su día a día, me entretiene la verdad, me despeja”.*

(S): *“Hombre hace seis años me podría aburrir, pero ahora pues cojo el móvil y me pongo a ver la foto de éste, de ésta, de la otra, ¿sabes?”*

Como se puede visualizar en los últimos dos fragmentos, el factor del entretenimiento también forma parte a la hora de establecer la comunicación. Además de recibir la información de un modo instantáneo sobre su grupo de amigos en la red, les permite invertir su tiempo libre participando en ella, por el simple hecho de entretenerse. El intercambio de información y el disfrute, diversión o entretenimiento de la red potencian a su vez el sentimiento de pertenencia e identificación con la comunidad, satisfaciendo distintas necesidades hedonista de la mujer.

En este mismo perfil sociocomunicacional también se encuentra una alta relación con la mejora profesional de la mujer. A través de la visualización de los contenidos que aportan sus otros amigos de la red, la curiosidad e intriga de la mujer por nuevas experiencias la empujan a realizar cambios en sus vidas. En este caso, Beatriz nos informa como gracias a la red encontró un puesto laboral en la ciudad de Edimburgo y pudo residir un año fuera de casa con el objetivo de mejorar su inglés.

(B): “Por ejemplo, yo veía que cada vez más gente salía fuera a buscarse el futuro y vi que dos o tres amigas mías se fueron a Edimburgo y entonces pues me animé y contacté con ellas para ver si me podía ir, y gracias a las redes sociales pues me fui a Edimburgo un año a vivir y la verdad es que ha sido una experiencia increíble”

Paralelamente podemos afirmar el alto grado de relación entre la mujer con un perfil sociocomunicacional y aquella que tiene dominio a nivel instrumental. La participación en las nuevas plataformas no puede ser eficaz si no posees las competencias informáticas, técnicas e instrumentales de las redes, además de conocer los distintos usos que tiene la red, también tienes que saber hacerlo correctamente. Ambos perfiles se sustentan en una estrategia de aprendizaje autodidacta y autónomo, son ellas mismas las que movidas por el interés y la curiosidad han llegado a poseer cierta fluidez tecnológica.

Sin embargo, no se puede afirmar que el nivel de alfabetización entre ellas sea elevado, es cierto que conocen los usos básicos de la red, pero no cuentan con un alto dominio de las nuevas tecnologías. He aquí la necesidad de diseñar estrategias educativas sensibles a estos perfiles, capaces de aumentar no solo su capital social sino

también su alfabetización e inclusión digital. En estos siguientes fragmentos podemos ver como los cambios constantes en las redes sociales provocan desequilibrio en el uso de las mismas por parte de la mujer de zona rural.

(R): *“(...) no, para nada, yo me meto y veo las fotos de los pocos amigos que tengo, pero nunca he subido una foto a instagram, vamos que supongo que será como todo, ponerme y aprender, pero tampoco he tenido tiempo para hacerlo”*

(A): *“Yo en twitter lo que hago es leer, que mi hija me lo puso y yo me meto y leo las noticias que me salen, porque yo eso no lo entiendo, con facebook si me llevo mejor, si la uso más”*

La mujer con capacidades para comunicarse de un modo correcto con los demás, hace uso de la red contando con cierta competencia emocional (18,30%), relativa al control emocional, al desarrollo de la empatía y al equilibrio afectivo-personal. En este sentido la red es usada como plataforma para debatir una noticia actual, para expresar tu opinión sobre algo con lo que estás de acuerdo, o con lo que no. En sus propias redes las mujeres se sienten libres de poder expresarse sin ser limitadas, aunque es cierto que son pocas, solo el 14%, las que afirman expresar sus emociones, frente al 86% que expresa no hacerlo porque piensa que no es necesario, solo lo realizan en momento puntuales como puede ser la felicitación de cumpleaños a una amiga, pero no expresan abiertamente sus estados de ánimo diarios.

Esta consecuencia se encaja dentro del marco de privacidad que tiene la red, ya que han afirmado la escasez de la misma, y la fuerza que tiene un documento virtual de hacerse viral en milésimas de segundos. En los siguientes extractos podemos ver las dos caras de este determinado perfil. Primero aquella que lo usa para expresar lo que siente, y luego, aquella otra que afirma que no lo hace debido a la poca privacidad que sostiene la red.

(M): *“Es un medio bueno para desahogarnos, para decir con lo que estamos de acuerdo o con lo que no, si yo opino esto de este tema pues soy libre de expresarlo, y si un día quiero poner que estoy triste y al otro*

poner que soy la más feliz, pues también puedo hacerlo, de hecho lo hago con canciones, fotos y eso”

(T): “La verdad es que los sentimientos y las emociones no las suelo compartir porque la verdad es que no lo veo necesario compartirlo, hacerlo público, además si pensamos un poco, una foto en la red puede llegar en dos minutos a millones de personas, no sé, no lo hago porque no lo veo seguro, prefiero hacerlo cara a cara (...) también es cierto que si tu pides ayuda en la red de momento te la ofrecen”

Cabe destacar que al inicio del uso con las redes sociales, debido al desconocimiento del gran poder de la misma a dar y recibir información, las mujeres han mostrado públicamente sus emociones y sentimientos. Pero a día de hoy, este uso queda alejado de su realidad como explican los siguientes fragmentos.

(V): “Claro, yo al principio metía mucho lo que era, ehm, el sentimiento que tenía en ese momento, la manera en la que estaba en ese momento, pues lo metía un poco en la red social y todo el mundo “¿qué te pasa?”, y ya vi que no merecía la pena, hasta que dejé de hacerlo”.

(B): “Llega un momento que ya te da más pereza que la gente sepa toda tu vida, yo al principio escribía a cada momento, si me peleaba con mi novio lo ponía también, pero ahora me reservo en ese sentido”

El extracto de la entrevista de María y parte del de Teresa, también hacen referencia a la capacidad que tenemos las personas para proyectarnos de manera social y emocional en la red, lo que afirma una ausencia de dificultad para expresar opiniones, puntos de vista o pedir ayuda en la mujer de zona rural. Esta presencia social, entendida como el proceso de relacionarse con las personas a través de la red, provoca cierta interdependencia afectiva, actitudinal y conductual con su círculo de amigos, lo cual le hace sentir parte de la comunidad y reducir por completo la sensación de soledad o aislamiento. El uso diario de la red pasa a formar parte de la rutina de la mujer, y es entendido como una necesidad personal de la misma. Los fragmentos de María y Virtudes ilustran lo citado.

(M): *“Hombre sinceramente, si yo no me conecto un día a facebook o instagram es extraño, es una rutina ya, el hecho de levantarte y coger el móvil para ver que te han escrito.”*

(T): *“¿Tiempo? ¡uf! No sé, yo me llevo todo el día con el móvil en la mano y cada vez que puedo pues lo uso, pero no sé si sumamos los minutos, quizás ¿tres horas?”*

Hay que destacar también el uso de la red como una plataforma para demostrar el éxito, la felicidad, es decir, las mujeres entrevistadas no publican sus inquietudes personales, sino que muestran la parte más agradable de sus días. Consiste en una plataforma para dar y recibir apoyo, el intercambio de elementos positivos entre los usuarios de la red provoca un bienestar subjetivo.

(B): *“Alegrías, penas para que la vea la gente no, la verdad que yo en particular y todo el mundo comparte todo tipo de información, pero sobre todo la alegría, porque nos gusta mostrar lo bien que nos va en la vida, las penas la ponemos menos ¡jaja! (risas)”*

(A): *“Alegrías sí, a mí lo que no me gusta nada, aunque sé que está por desgracia en el mundo, es la foto esa de los niños enfermos, esas fotos me entristecen”*

Este dominio emocional nos conduce directamente al perfil interpretativo (14,08%) de la mujer, la cual cuenta con la capacidad para comprender el estado emocional y actitudinal de las personas que interactúan su red, obviamente gracias a poseer la competencia de interpretar y comprender el lenguaje y contenido que muestran sus amigos en la red correctamente. Esta competencia se encuentra 100% relacionada con la visualización del conjunto de fotos, música, vídeos, documentos, presentaciones, noticias y lecturas que publican sus amigos en la red.

Todas las entrevistadas afirman comprender aquello que las personas con quienes tiene un vínculo fuerte quieren transmitir, ya sea con la publicación de una canción o cuando comparten una foto. Esta conocimiento de lo que los interlocutores quieren transmitir no tiene cabida en las relaciones sociales débiles. Los siguientes extractos

muestran como las mujeres hacen una interpretación correcta de los recursos digitales compartidos por sus amigos.

(R): *“Claro que lo comprendo, si mi amiga sube una canción romántica, pues sé perfectamente que es por el novio, o si pone una frase de estas positivas, pues sé que como está estudiando pues quiere darse un empujón, eso se sabe”*

(V): *“Sí, yo sí las entiendo, a ellas sí, ya si escribe algo la amiga de mi primo pues mi pierdo, ¿me entiendes?, yo sé lo que me quieren decir mi gente, mis amigos, mi familia”*

Por último, el perfil innovador de la mujer es el menos frecuente entre las entrevistadas. Son pocas las que quieren probar experiencias nuevas o espacios nuevos de la red, mayormente se debe a la falta de tiempo. Afirman que el hecho de acceder a otra red le supondría de nuevo un largo aprendizaje, y aquellas que sí innovarían afirman que sería por necesidad. Se denota una clara ausencia de autoestima y seguridad en sí misma para realizar nuevos usos de las redes sociales. Esta faceta se recoge en los siguientes fragmentos:

(T): *“Si no tuviera pareja pues podría buscarla por ahí, ahora con esto de Tinder, Meeting y demás parece fácil ¿no? ¡jaja! (risas), pero no, la verdad que ahora mismo no me lo planteo, me ha costado llegar hasta aquí para ahora meterme en otras (...)”*

(V): *“(...) si yo no tengo tiempo ni para éstas, si hay días que ni me meto en instagram, que no es tan fácil empezar a usarlas, hay que echarle tiempo ¡eh!”*

(B): *“Quizás usuaria LinkedIn para encontrar trabajo, pero tampoco sé muy bien cómo va, tendría que investigar y crearme un perfil y eso”*

Aunque es cierto que este perfil aparece a nivel profesional en las entrevistadas, donde utilizan el recurso de la red para actualizar e innovar en su profesión:

(A): *“Sí, sí, en temas de mi pastelería si busco yo muchas cosas”*

(R): *“Pues mis alumnas me etiquetan en peinados que han visto y al día siguiente si tenemos tiempo pues pruebo con ellas estas técnicas”*

De nuevo observamos el alarmante estado de limitaciones con las que cuentan las mujeres de entornos rurales para hacer uso de la red. No cabe duda de la necesidad de alfabetización de este colectivo, contribuyendo al desarrollo personal y profesional de la mujer y ofreciendo la posibilidad de participar activamente en otras plataformas, puesto que mayormente la búsqueda de nuevos espacios virtuales está limitada por la percepción de su baja competencia digital.

5. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y PROSPECTIVA DEL ESTUDIO.

5.1 Conclusiones del estudio

En el presente capítulo se presentan las conclusiones obtenidas de la investigación sobre la diversidad de usos y competencias digitales que posee la mujer de zona rural en la participación de la red social online.

Respecto al primer objetivo, los resultados obtenidos de las entrevistas afirman la imprescindible importancia del capital social para fortalecer la unión de la mujer con su comunidad. Aún así, la mayoría de ellas no cuentan con un capital social muy amplio y muestran clara preferencia por la interacción diaria con su círculo de amigos más íntimo, personas con apego emocional. Aunque se ha podido comprobar la sensación positiva que experimentan cuando amplían su capital social, es decir, cuando amplían sus relaciones sociales en la red, aumentando la presencia y participación de la mujer en la red social, provocando un gran apoyo social que las anima a seguir aprendiendo en este espacio.

Estos nuevos grupos en los que participan movidas por unos intereses comunes, les ayudan a crecer y a empoderarse personalmente dentro de la red, obteniendo protagonismo a la hora de colaborar en el desarrollo global de su comunidad,

difundiendo las propuestas e iniciativas culturales que llevan a cabo sus grupos sociales. Este uso de la red muestra el beneficio de realización personal y el aumento del sentimiento de pertenencia que provoca la participación activa en estos espacios virtuales.

La confianza y comprensión del grupo de amigos de la red es primordial para que estas mujeres quieran seguir llevando a cabo un aprendizaje en estos espacios. Podemos afirmar que tanto aquellas mujeres con una red de contacto más reducido, como aquellas otras con relaciones más amplias, cuentan con un aumento de la confianza y autoestima propia al hacer un uso activo y duradero de las redes. Se puede concluir que aunque las mujeres entrevistadas perciban un nivel de apoyo social suficiente para seguir formando parte de estos espacios virtuales, este apoyo se podría mejorar para lanzarlas a nuevas oportunidades y recursos que ofrece la sociedad digital.

Respecto al segundo y tercer objetivo del estudio, se debe destacar que la totalidad del aprendizaje de estas mujeres se ha realizado en un contexto informal, ya que afirman no contar con recursos por parte de su comunidad para aprender a usar las redes, y si acceden a algún tipo de oferta formativa, ésta no le aporta la competencia digital de alto nivel que necesitan.

Este colectivo cuenta con una fluidez tecnológica básica promovida por la combinación de estrategias convencionales, de tipo autónoma y colaborativa. El aprendizaje autodidacta se basa mayormente en el método ensayo-error, de un modo intuitivo y experimentando con los recursos que ofrece la red. El aprendizaje colaborativo se apoya en la ayuda de amigos y familiares en los cuales confían plenamente para resolver sus dificultades tecnológicas.

Las mujeres muestran un notorio deseo por una alfabetización digital reglada, formal y ofertada por su comunidad, puesto que la adquisición de la capacitación tecnológica favorecerá su desarrollo personal, cultural y social, obteniendo mayor utilidad de la red. Por tanto, como nos informan Coll y Engel (2014) se hace necesario la creación de nuevas oportunidades de aprendizaje para las personas en el ámbito formal de la educación. Este aprendizaje debe adaptarse a las necesidades personales de este colectivo de mujeres, diseñando programas flexibles y dinámicos donde las mujeres

tomen consciencia de los conocimientos que están adquiriendo. Hablaríamos de la idea de unir la educación formal e informal para una completa inclusión digital.

En cuanto a los resultados obtenidos en el estudio según los motivos de uso, se puede afirmar que la mujer de entorno rural cuenta con una variedad de motivos de uso dentro de las redes sociales, identificando el conocimiento de su entorno como motivo principal, ya que destaca la posibilidad de la mujer para participar en las actividades culturales y sociales de su comunidad, señalado con anterioridad en Vega-Caro et al., (2015).

Este motivo les permite traspasar los límites físicos-geográficos que dificultan su interacción con personas de su entorno más íntimo, permitiéndole la unión y acceso a espacios geográficos más accesibles. Por tanto, hablamos del fuerte carácter relacional para hacer uso de la red que muestran las mujeres, afirmando que la experiencia y el continuo uso de la red provocan la aparición de la curiosidad por nuevas actividades y prácticas sociales, mayormente situadas dentro de la comunidad. Por lo tanto el abanico de motivaciones de uso se amplía, otros estudios previos también habían apuntado en esta misma línea (Livingstone & Helsper, 2007; Jiménez-Cortés et al., 2015; Rebollo-Catalán & Vico-Bosch, 2014). La realización de nuevos hobbies e inquietudes como la costura o la cocina, afectan directamente a un mayor nivel de interacción social reforzando la identidad de la propia mujer, colaborando en la realización personal, como bien apuntaba en su estudio Jiménez-Cortés et al., (2015).

En el estudio se ofrece una fuerte motivación para hacer uso de la red como medio de comunicación, es decir, como una herramienta informativa. Gracias a la rapidez de operar gigantesca con la que cuenta Internet, la red es usada para conocer las tendencias de la realidad, aunque tenemos que tener en cuenta que dicho uso está influenciado por el capital social de la persona, debido a que éstas acceden a la información porque la comparten o poseen su grupo de amigos conectado a la red. Se debe señalar también el efecto positivo de la red para la mejora a nivel profesional y para la gestión y el cuidado de la salud, provocando una sensación positiva en la vida de este colectivo de mujeres, al sentirse realizadas personalmente

En relación al último objetivo del estudio, Los resultados muestran diferencias significativas en el perfil de mujeres según las competencias digitales que poseen. Se

advierde que estos perfiles no son exclusivos, sino que una mujer puede interactuar varias competencias digitales.

Destaca el perfil de la mujer con competencias sociocomunicacionales (29,60%), las cuales se comunican eficazmente con su grupo de amigos de la red y además son usuarias activas de la sociedad digital. Este grupo cuenta con una inclusión digital elevada, ya que tienen la posibilidad de acceder a un mayor conocimiento e información de la red. Esta interacción social no es posible sin poseer el perfil relacionado con las competencias instrumentales, permitiendo a la mujer conocer los distintos recursos de la red y dominar los recursos digitales (chat, mensajes, muro, etc.). Mayormente las mujeres usan este dominio tecnológico con el fin de estar informadas de los cambios que se producen a nivel tanto nacional como local, destacando el conocimiento por el patrimonio de su comunidad como su principal motivo de uso.

Cabe destacar la importancia de contar con un equilibrio afectivo-personal (18,30%) en la mujer a la hora de actuar en la red, el cual se inclina por un *feed back*, que consiste en dar y recibir apoyo social, en transmitir positividad a los usuarios de la red, esperando que éstos hagan lo mismo (Rosario y García-Pérez, 2013). Al mismo tiempo se niega el uso de la red como una herramienta de información sobre sentimientos y emociones de la usuaria, debido a la poca confianza en la privacidad de ésta y siendo consciente del gran poder que tiene Internet para difundir contenido.

Junto a este perfil se encuentra la identidad interpretativa de la mujer (14,08%), usando el dominio tecnológico para la comprensión adecuada de los contenidos e informaciones que poseen. Se reafirma la adecuada interpretación de lo que su grupo de amigos quiere decir, siempre en el marco de relaciones sociales fuertes, puesto que cuando se trata de una persona sin apego emocional afirman no comprender el mensaje que ésta quiere transmitir.

Por último, destacamos el perfil de mujer innovadora (12,67%) como el menos frecuente entre las entrevistadas. La mujer de zona rural no se siente segura para actuar a gran escala en la red, sólo experimentan si son impulsadas por su grupo de amigos más cercanos. Afirmamos la alarmante y necesaria alfabetización digital de este colectivo de mujeres para poder sacar el máximo beneficio de la red. La adquisición de

una competencia tecnológica elevada supondría el desarrollo íntegro de este grupo, aumentando claramente su autonomía en la red y la oportunidad de realización personal.

5.2 Limitaciones de la investigación

A continuación se ha analizado de manera crítica el estudio realizado y se ha planteado las limitaciones y dificultades encontradas a lo largo del proceso de la investigación.

Una de las primeras limitaciones del estudio es que la muestra no posibilita establecer generalizaciones a partir de los resultados. Esta investigación cualitativa basada exclusivamente en entrevistas en las que han participado una pequeña muestra de mujeres de zonas rurales que hacen uso de las redes sociales online tiene limitaciones importantes cara a la generalización de los resultados. No obstante, el propósito del estudio era ofrecer las competencias digitales que poseen las mujeres de zonas rurales.

Otra limitación del estudio proviene del hecho de haber utilizado como única estrategia de obtención de datos las entrevistas autobiográficas. Aun siendo una estrategia metodológica muy útil para indagar en el uso de la red social por parte de la mujer de entorno rural, resulta insuficiente para profundizar en algunos aspectos abordados en este trabajo. Se ha realizado un primer acercamiento al estudio de la identidad de la mujer en relación al uso y aprendizaje de las redes sociales online, pero resulta claramente insuficiente para construir una imagen más exacta y completa sobre la variedad de perfiles en relación con la forma de aprender.

Otras estrategias metodológicas complementarias como los grupos de discusión, constituiría una técnica satisfactoria para las futuras participantes, ya que expondrían sus ideas y comentarios en común, influyendo unas sobre otras y posibilitando conocer la opinión pública sobre la calidad de las redes sociales, sus actitudes antes éstas, el modo de mejorarlas, entre otros posibles aspectos a estudiar.

En tercer lugar, otra de las limitaciones que presenta el estudio es la adaptación a la normativa de no excederse en 22.000 palabras, por lo cual, la temática del estudio debe ser clara y concisa, sin la posibilidad de abarcar una muestra mayor o posibles

objetivos, como saber el grado de presencia social en estas nuevas plataformas o la calidad de sus relaciones dentro de la red.

Por último, se ha de añadir que en el proyecto de investigación en el que se encuadra este trabajo, se han realizado otros estudios más profundos sobre la mujer de la comunidad rural en relación al uso de la red social online, (Jiménez-Cortés et al. 2015; Rebollo-Catalán et al. 2015) en los que se analizan los distintos perfiles y las competencias digitales que poseen.

5.3 Prospectiva de la investigación

A partir del estudio que se ha realizado, se han podido detectar algunos ámbitos que pueden orientar un trabajo futuro sobre la identificación de perfiles de mujeres en relación a las competencias digitales que poseen.

Un ámbito de profunda necesidad sería la alfabetización de este colectivo de mujeres, la creación de un programa destinado a ofrecer la posibilidad de acceder a las redes sociales online haciendo uso y participando en las mismas de manera activa, consiguiendo una participación duradera y satisfactoria en la red. Para ello, es necesaria la creación de un nuevo modelo de formación de mujeres que sea capaz de ofrecer unas competencias digitales amplias y unas herramientas y recursos necesarios con el fin de poder extraer todo lo beneficioso de estos espacios virtuales. Las mujeres deberían contar con una formación inicial y continua de digitalización.

Por último, debemos ser conscientes que se está apostando por una ampliación de nuevas plataformas virtuales para la interacción social, de nuevas redes sociales online. Y no se puede negar que sean aquellas mujeres con mayores posibilidades de acceso a la información y uso adecuado de los recursos digitales, quienes puedan empoderarse dentro de estos novedosos espacios y realizarse a nivel personal y social. Por tanto, si la mujer de zona rural no ha conseguido alcanzar la alfabetización digital necesaria para los espacios virtuales actuales, es muy probable que estas desigualdades se intensifiquen si no se actúa rápidamente. En definitiva, es necesario que la sociedad digital apueste por una equidad en el acceso y uso de las redes sociales online.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Area, M. & 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.
- Burbules, N. (2014). El aprendizaje ubicuo: nuevos contextos, nuevos procesos. Revista entramados. *Educación y sociedad*, 1, pp. 131-135.
- Cabero, J. (2014). *Los entornos personales de aprendizaje (PLE)*. Málaga: IC Editorial.
- Castañeda, L. & Adell, J. (Eds.). (2013). *Entornos Personales de Aprendizaje: claves para el ecosistema educativo en red*. Alcoy: Marfil.
- Castells, M. (2014). El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global. Open Mind. BBVA.
- Cobo, C. & Moravec, J. W. (2011). *Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Barcelona: Col lecció Trasmèdia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Coleman, J. S. (1988), "Social Capital in the Creation of Human Capital", *American Journal of Sociology*, vol. 94, suplemento, pp. 95-120.
- Coll, C. & Engel, A. (2014). Introducción: los Entornos Personales de Aprendizaje en contextos de educación formal. *Cultura y Educación*, 26 (4), 617-630. Doi: 10.1080/11356405.2014.985947.
- Crawford, M. (2006). *Transformations. Women, Gender and Psychology*. Boston: McGraw-Hill.
- 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.
- Edwards, D. (1993). Concepts, memory and the organization of pedagogic discourse: A case study. *International Journal of Educational Research*, 19 (3), 205-225.
- Espinoza, J.M. (2014). Hacia una educación abierta. Nuevos escenarios para el aprendizaje en red y ubicuo, *Blanco & Negro*, 5(1), pp. 1-12.
- Farley, A. (2013). "Digital third places: using online spaces to connect to community". Dissertation, Master of Arts in Organizational and Strategic Communication,
- Fernández-Rodríguez, E. & Anguita, R. (2015). Aprendizajes invisibles en contextos de educación expandida. Retos y oportunidades en la sociedad hiperconectada. *Profesorado*, 19 (2), 1-16.
- Flick, U. (2012). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.

- Fuente, A., Herrero, J. & Gracia, E. (2010). Internet y apoyo social: sociabilidad online y ajuste psicosocial en la sociedad de la información. *Acción Psicológica*, 7 (1), 9-15.
- Glaser, B. (1992). *Emergence vs. Forcing: Basics of Grounded Theory Analysis*. Mill Valley, CA: Sociology Press
- Granovetter-Mark, S. (1973). "The strength of weak ties", en *American Journal of Sociology*; vol 78, nº 6. (pp. 1360 - 1380).
- Gros, B. (2015). La caída de los muros del conocimiento en la sociedad digital y las pedagogías emergentes. *Education In The Knowledge Society (EKS)*, 16(1), 58–68. Doi: 10.14201/eks20151615868
- 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
- Jiménez-Cortés, R., Rebollo-Catalán, A., García-Pérez, R. & Buzón-García, O. (2015). Motivos de uso de las redes sociales virtuales: Análisis de perfiles de mujeres rurales. *RELIEVE*, 21 (1), 1-17.
- Jiménez-Cortés, R. (2015). La influencia de procesos de aprendizaje informal en las redes sociales digitales en el bienestar subjetivo de mujeres de zonas rurales. *Cultura y Educación*, 27 (2), 407-439. Doi: 10.1080/11356405.2015.1034534.
- Lin, C., Tang, W. & 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.
- Livingstone, S. & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, Young People, and the digital divide. *New Media and Society*, 9(4), 671-696. Doi: 10.1177/1461444807080335.
- Plan de inclusión digital y empleabilidad (2013). Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Recuperado de: <http://www.agendadigital.gob.es/planes-actuaciones/Paginas/plan-empleabilidad.aspx>.
- Peirce, C. S. (1970). *Deducción, inducción e hipótesis*. Buenos Aires: Aguilar.
- Prins, E., Toso, B.W., & Schafft, K.A. (2009). It Feels Like a Little Family to Me: Social Interaction and Support among Women in Adult Education and Family Literacy. *Adult Education Quarterly*, 59, 335-352.
- Rebollo-Catalán, A., García-Pérez, R. y Sánchez Franco, M.J. (2013). La inclusión digital de las mujeres en las redes sociales online: un estudio en mujeres de

- zonas rurales de Sevilla. Sevilla: Imprenta Provincial de la Diputación de Sevilla.
- Rebollo-Catalán, A. & 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.
- Rebollo-Catalán, A., Vico-Bosch, A. y García-Pérez, R. (2015). El aprendizaje de las mujeres de las redes sociales y su incidencia en la competencia digital. *Revista de Investigación Social*, pp. 122-146.
- Rosenthal, R. (2008). Older Computer-Literate Women: Their Motivations, Obstacles, and Paths to Success. *Educational Gerontology*, 34 (7), 610-626.
- Sánchez-Franco, M.J., Buitrago-Esquinas, E.M. & Hernández-Mogollón, J.M. (2012). Antecedentes sociales y psicológicos del compromiso comunitario. Un análisis del comportamiento del usuario de una red social de relaciones. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15, 205-220. Doi: 10.1016/j.cede.2012.04.007
- Sharples, Mike; Arnedillo-Sánchez, Inmaculada; Milrad, Marcelo; Vavoula, Giasemi (2009). "Mobile Learning. Small devices, Big Issues". *International Journal of Mobile and Blended Learning*, 1(1), pp. 13-35.
- Siemens, G. (2005). Connectivism: A learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1), 3-10.
- Sloep, P. & Berlanga, A. (2011). Redes de aprendizaje, aprendizaje en red. *Comunicar*, 37 (19), 55-63.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. London: Sage.
- Taylor, SJ y Bogdan, R. (1990). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona: Paidós.
- Van Deursen, A.J. y Van Dijk, J.A. (2009). Using the Internet: Skill related problems in users "online behavior". *Interacting with Computers*, 21(5), 393- 402. Doi: 10.1016/j.intcom.2009.06.005
- Vega-Caro, L., Vico-Bosch, A. & 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.
- Vergés, N., Hache, A. & Cruells, E. (2011). Indagando en la relevancia de Internet en el acceso, uso y deseos de las TIC por parte de las mujeres en las TIC. *Teoría de la*

Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, 12 (2), 105-121.