

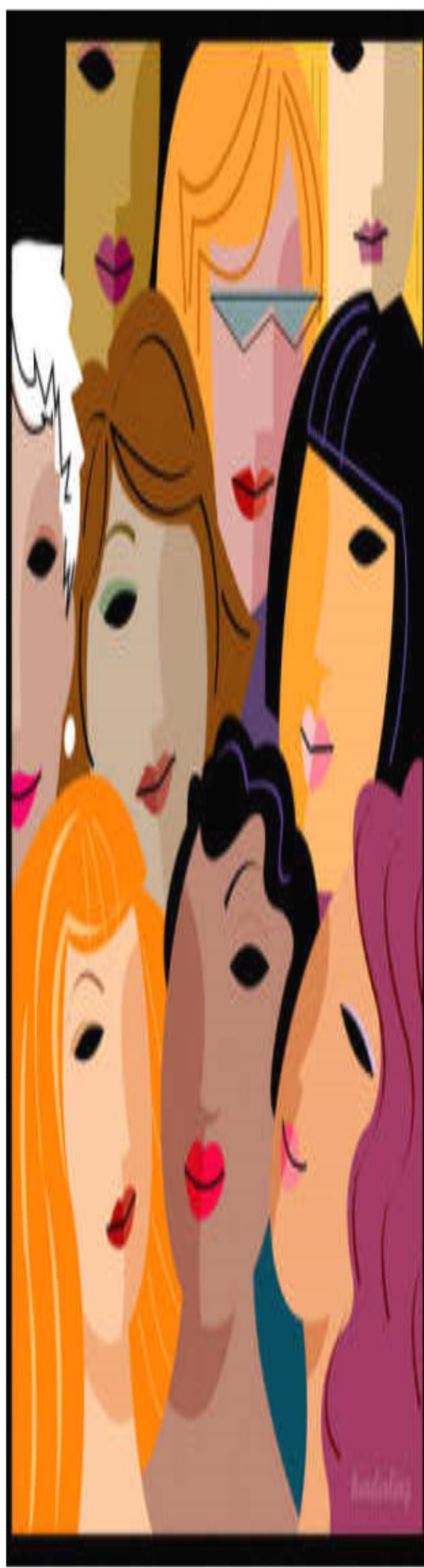
**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD DE SEVILLA**

GRADO EN PEDAGOGÍA

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**APRENDIZAJE DE LAS MUJERES
DESEMPLEADAS EN LAS REDES
SOCIALES: IMPACTO EN SU CAPITAL
SOCIAL PARA LA EMPLEABILIDAD**

SEVILLA, JUNIO 2016





APRENDIZAJE DE LAS MUJERES DESEMPLEADAS EN LAS REDES SOCIALES: IMPACTO EN SU CAPITAL SOCIAL PARA LA EMPLEABILIDAD

Trabajo de Fin de Grado para optar al Título de Grado en Pedagogía

Presentado por Laura M^a Moreno Romero

Tutora Dra. D^a M^a Ángeles Rebollo Catalán

Sevilla, 2015

Firma del Estudiante

Fdo: Laura M^a Moreno Romero

V^o B^o de la Tutora. Firma:

Fdo: M^a Ángeles Rebollo Catalán

GRADO EN PEDAGOGÍA

TRABAJO FIN DE GRADO, CURSO ACADÉMICO 2015-16

TITULO:

Aprendizaje de las mujeres desempleadas en las redes sociales: impacto en su capital social para la empleabilidad

AUTORA:

Laura María Moreno Romero

TUTORA ACADÉMICA:

M^a Ángeles Rebollo Catalán

RESUMEN:

Este trabajo presenta los resultados de un estudio sobre el aprendizaje de mujeres desempleadas en el uso de las redes sociales virtuales. El objetivo principal es conocer las experiencias de aprendizaje en las redes sociales de mujeres desempleadas y la posible influencia en su empleabilidad, así como realizar un análisis de los entornos personales de aprendizaje (PLE) para potenciar su empleabilidad. Para ello, realizamos una investigación combinando metodología cuantitativa y cualitativa. Por un lado, aplicamos una encuesta a 213 mujeres desempleadas de Andalucía de 25 a 65 años que incluye escalas de aprendizaje y competencias en el uso de las redes sociales. Por otro, se realizan entrevistas cualitativas a 5 mujeres de 25 a 55 años. Los resultados muestran que estas mujeres se apoyan preferentemente en estrategias de aprendizaje informal con apoyo de su entorno social inmediato. Sus prácticas están orientadas fundamentalmente a fortalecer vínculos afectivos en el plano personal. Se observan algunas prácticas y rutinas de uso relacionadas con la búsqueda activa de empleo.

PALABRAS CLAVE: estudio de las mujeres, tecnologías de la web 2.0, redes sociales, aprendizaje informal, capital social, empleabilidad.

ABSTRACT: This paper presents some results of a study on unemployed women' learning in social networks. Its main objective is to know the unemployed women's learning experience in social networking sites and its influence on their employability. We also want to analyze their personal learning environments to enhance their employability. To do this, we conducted a research with quantitative and qualitative methodology. First we applied a survey to 213 unemployed women from Andalusia aged 25 to 65. This survey included a learning scale and digital skills in the use of social networks. Qualitative interviews were conducted at 5 women aged 25 to 55. The results showed that these women use more informal learning strategies and carry out their learning experience on close social settings. Their practices are mainly aimed at strengthening the emotional ties on a personal level. Some practices and routines are observed in the active job search.

KEYWORDS: Women studies, social networks, web 2.0 technologies, formal, learning, informal learning, processes learning, social capital, employability.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
2. ANTECEDENTES.....	7
2.1. La inclusión digital y el desarrollo de habilidades para el empleo	7
2.2. La alfabetización digital como factor de empleabilidad	8
2.3. Heterogeneidad y ubicuidad del aprendizaje en la web 2.0	10
2.4. El aprendizaje de las mujeres de las tecnologías digitales.....	15
3. OBJETIVOS.....	18
4. METODOLOGÍA	19
4.1. Participantes	19
4.2. Recogida de datos.....	22
4.3. Análisis de datos.....	26
5.RESULTADOS	27
5.1. Necesidades de formación en el uso de redes sociales	27
5.2. Experiencias de aprendizaje en las redes sociales.....	29
5.2.1. Motivos de aprendizaje.....	29
5.2.2. Contextos de aprendizaje.	32
5.2.3. Estrategias de aprendizaje.....	34
5.3. Influencia de las formas de aprendizaje en la competencia digital.....	35
5.4. Desempleadas y las Redes: Análisis de PLE en función de Edad, Nivel de Estudios y Hábitos de Uso.....	39
6.DISCUSIÓN.....	45
7. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES	47
BIBLIOGRAFIA	50
8. ANEXOS	53
8.1. Documentos para la recogida de datos	53
8.2. TRANSCRIPCIONES DE ENTREVISTAS	56
8.2.1 Entrevista a Adia	56
8.3. TRANSCRIPCIONES DE PROTOCOLO DE PENSAMIENTO EN VOZ ALTA	73
8.3.1 Protocolo Adia	73
8.3.2. Protocolo de María	75

1. INTRODUCCIÓN

La Agenda Digital Europea y el Plan de Inclusión Digital y Empleabilidad consideran preocupante la accesibilidad y alfabetización digital, sobre todo en colectivos diana como mujeres y personas mayores; ya que en 2015 sólo el 75% de la población española usaron internet de manera habitual; Por este motivo plantean la alfabetización en competencias digitales para hacer más visible la participación de las mujeres en entornos digitales.

A este fenómeno debemos añadir otras investigaciones (Castaño et al., 2012; Verges Bosch, 2012) que indican que la brecha digital de género todavía existe en nuestro País; donde sólo el 65,8% de las mujeres, en 2012 usaba internet frente al 71,1% de hombres (Plan Digital y empleabilidad, 2013).

Por otro lado, las redes sociales e Internet y la implantación de estos planes, han cambiado la presencia y participación de las mujeres en las tecnologías de la información y en los entornos virtuales; de aquí que exista todo un conjunto de trabajos dedicados a indagar los motivos de uso en relación con el aumento del capital social, y especialmente los que hacen referencia a las redes sociales de aprendizaje (Sloep & Berlanga, 2011) o los entornos personales de aprendizaje (Attwell, 2007). De esta manera, algunas investigaciones recientes (Vega-Caro et al., 2015; Jiménez-Cortés et al., 2015) han mostrado los principales motivos para el uso de las mujeres de las redes sociales virtuales en el contexto español.

Hasta el momento, son pocos los trabajos dedicados al análisis en profundidad de esta realidad en mujeres desempleadas, siendo un colectivo en riesgo de exclusión social. Por ello, el presente estudio pretende conocer las experiencias de aprendizaje en las redes sociales de mujeres desempleadas y la posible influencia en su empleabilidad, así como realizar un análisis de los PLE para potenciar su empleabilidad.

2. ANTECEDENTES

2.1. La inclusión digital y el desarrollo de habilidades para el empleo

La estrategia europea horizonte 2020 contempla la alfabetización digital como vía de inclusión en la sociedad de la información orientada, de forma específica, a colectivos en riesgo de exclusión, considerando como poblaciones diana las mujeres, personas mayores y de ámbito rural.

Los estudios previos han demostrado la importancia del capital social para la inclusión digital de las mujeres y de las personas mayores (Rebollo & Vico, 2014; Vega-Caro et al, 2015) planteando cómo el apoyo social percibido de su entorno inmediato y las redes que se establecen son clave para favorecer el aprendizaje continuo en TIC.

Otros estudios sobre el capital social, como los de Greenhow & Burton (2011) y Arteaga et al. (2014), han demostrado los múltiples beneficios que presentan las tecnologías, no sólo como oportunidad para fortalecer lazos con la comunidad, sino también como mecanismo puente hacia otro tipo de contextos, personas y recursos, destacando la mejora profesional y laboral que supone el acceso a información relevante sobre oportunidades de formación y profesionales, de otro modo no disponibles.

A esto debemos añadir que la búsqueda de empleo en la actualidad se sitúa más allá de lo meramente presencial, siendo internet y las herramientas digitales, portales de empleo, redes sociales, blogs, etc. una manera de promocionar perfiles profesionales y acceder así a mejores y más concretas ofertas de empleo (Campos & Ramos, 2015). De esta manera se hacen especialmente relevantes las habilidades de uso de las redes sociales tomando como puntos importantes la experiencia y el tiempo de uso (Hargittai, 2010) junto al género y el estatus socioeconómico (Castaño et al., 2012), pero ¿por qué son realmente necesarias las habilidades en el uso de internet a la hora de encontrar un empleo? La importancia de las habilidades de uso en internet y las redes sociales radica en que son valoradas por los mercados de trabajo, siendo mejor remunerados, aquellos trabajos donde se utiliza internet

de manera habitual, por ello el desarrollo de estas habilidades supone una fuente beneficiosa para acceder a puestos de trabajo más cualificados, con mejores posiciones en el mercado laboral y mejores y más concretas ofertas laborales (Castaño et al., 2012).

2.2. La alfabetización digital como factor de empleabilidad

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) y la llegada de la Sociedad del Conocimiento ha supuesto un importante cambio en la Sociedad, así como una revolución en la transformación de los mecanismos de producción, almacenamiento, difusión y acceso a la información: en las formas y flujos comunicativos entre las personas: además de en las maneras de comunicación, representación de la cultura y el conocimiento (Area & Pessoa, 2012).

A pesar de existir numerosas definiciones del concepto “competencia digital”, el consenso general en la comunidad científica para definir la competencia digital pone el énfasis en el despliegue de ciertas destrezas, reflejadas a través de conocimiento y habilidades (Rebollo-Catalán et al., 2015; Jiménez-Cortés et al., 2015) Por otro lado, Janssen et al. (2013) concluye que la competencia digital surge a partir de la suma de conocimientos, habilidades y actitudes relacionadas con diversos fines (comunicación, expresión creativa, gestión de la información, desarrollo personal...) y a diferentes niveles. De esta manera, la alfabetización digital se entiende como un proceso de aprendizaje continuo en contextos formales e informales de aprendizaje de las TIC (Rebollo-Catalán et al., 2015).

Area & Pessoa, (2012) identifican cinco ámbitos competenciales:

A. Instrumental, relacionado con el dominio técnico de cada tecnología;

B. cognitivo-intelectual, que hace referencia a la capacidad para buscar, seleccionar, analizar e interpretar información a través de las tecnologías;

C. Sociocomunicacional, que alude a la capacidad para expresarse mediante distintos lenguajes y la capacidad de comunicarse y colaborar con otras personas a través de estas tecnologías;

D. Axiológicas, que refieren a la concienciación del carácter cultural de las tecnologías y la adquisición de valores éticos y democráticos para su uso.

E. Emocional, que implica habilidades de expresión y regulación emocional en relación con el uso de las TIC.

Del mismo modo, Janssen et al. (2013) hacen referencia a seis grandes áreas de competencias digitales referidas a los aspectos legales y éticos, colaboración y comunicación mediada por la tecnología, habilidades funcionales y de uso en la vida cotidiana, gestión y procesamiento de la información, una actitud equilibrada hacia las tecnologías y el rol que tienen en la sociedad, aprender sobre, de y con las tecnologías para lograr mayor autosuficiencia y desarrollar la toma de decisiones.

Por otro lado, Ferrari (2013) establece cinco áreas de la competencia digital; a) información, que incluye habilidades para identificar, localizar, recuperar, almacenar, organizar y analizar la información procedente del ámbito digital así como su relevancia y finalidad; b) comunicación, referida a la capacidad para comunicarse en entornos digitales, la colaboración con otras personas y compartir recursos a través de herramientas online; c) creación de contenidos; capacidad para crear y editar nuevos contenidos y productos creativos; d) seguridad, relativa a la protección personal de datos y medidas de seguridad y ,e) resolución de problemas, incluyendo habilidades para tomar decisiones mediante el uso de herramientas digitales y resolver problemas de forma creativa.

Meyers et al. (2013) consideran que una persona alfabetizada digitalmente no es sólo aquella que es capaz de acceder, comprender e interpretar la información, sino que también tiene la capacidad de crear contenidos en estos medios y participar de forma dinámica de

esta cultura digital. A partir de la propuesta de Meyers et al. (2013), Rebollo-Catalán et al. (2015) sintetizan las tradiciones sobre alfabetización digital en tres corrientes:

a) La alfabetización digital como adquisición de competencias relacionadas con las tecnologías digitales. Desde esta perspectiva la persona alfabetizada es aquella que sabe cómo emplear los recursos digitales para resolver sus necesidades, a la vez que es capaz de evaluar el contenido digital por su relevancia y credibilidad. Area Pessoa (2012) y Janssen et al. (2013) son autores representativos de esta corriente.

b) La alfabetización digital como hábitos de la mente, entendida como el desarrollo de modelos cognitivos de uso, procesamiento y creación de contenidos. Desde esta perspectiva, la persona alfabetizada debe poseer un pensamiento reflexivo y tiene la capacidad de resolver problemas dentro del sistema digital

c) La alfabetización digital como participación en las prácticas y culturas digitales. Desde esta perspectiva, la persona alfabetizada tiene que tener habilidades para aprender y trabajar en la sociedad digital, así como medios para la adaptación a los cambios que esta pueda sufrir.

Finalmente, Area y Pessoa (2012), han afirmado que las redes sociales además de tener un potencial de ocio y comunicación, también tienen utilidades profesionales, formativas o de aprendizaje, por lo que la alfabetización en estos medios se debe tener en cuenta para la formación de las personas.

En este estudio, tomamos como base las contribuciones de estos autores, sobre las competencias digitales, para estudiar específicamente las habilidades y destrezas que despliega el colectivo de mujeres desempleadas en el uso de las redes sociales.

2.3. Heterogeneidad y ubicuidad del aprendizaje en la web 2.0

De igual manera que el desarrollo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) y la llegada de la Sociedad del Conocimiento ha supuesto un

importante cambio en la Sociedad, también asistimos a una transformación del aprendizaje que va más allá de espacios y lugares (Gros, 2015), siendo de vital importancia un cambio en los modelos pedagógicos de las instituciones educativas para desarrollar una mayor flexibilidad y personalización del aprendizaje; donde las tecnologías digitales tengan cabida en los procesos de enseñanza- aprendizaje de contextos formales (García Pérez et al. , 2016).

De esta manera, Fernández-Rodríguez & Anguita (2015) sostienen que el aprendizaje actual, que se encuentra en constante movimiento, se centra más en saber dónde y cómo encontrar la información y cómo gestionarla, más que en la acumulación de datos. Estos nuevos espacios de aprendizaje combinan espacios físicos con espacios virtuales, dándole al aprendizaje una nueva perspectiva más amplia, es decir, fortaleciendo la idea de que se puede aprender independientemente del espacio y del tiempo; concepto que pasaremos a conocer como “aprendizaje sin fisuras” (Gros, 2015).

El “aprendizaje sin fisuras” es aquel que se produce en diferentes contextos, y por lo tanto acoge el aprendizaje a lo largo y ancho de la vida, y también puede estar relacionado con el aprendizaje que se obtiene en espacios virtuales (Gros, 2015).

Este nuevo concepto, que acoge los espacios virtuales de aprendizaje, nos aporta una nueva perspectiva que nos lleva a un aprendizaje de todos y de todo, es decir, de esta manera el aprendizaje se hace ubicuo, y por ello, obtiene una “nueva flexibilidad” y adaptación a distintos contextos.

En el desarrollo de esta nueva perspectiva educativa, internet y las nuevas tecnologías se ponen a la cabeza teniendo en cuenta el impacto de los avances tecnológicos y las transformaciones en la educación formal, no formal e informal, además de aquellos metas espacios intermedios, por este motivo, es un aprendizaje que sugiere nuevas aplicaciones de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) dentro de un marco más amplio

de habilidades, es decir, se presenta como una nueva manera de entender el aprendizaje (Romaní & Moravec, 2011).

Cuando hablamos de ubicuidad hacemos referencia a la posibilidad de adaptación a los distintos contextos y la flexibilidad a la hora de acceder a la información y conservarla, sus características son: la permanencia; los usuarios pueden conservar la información; la accesibilidad, los usuarios pueden acceder a los recursos en cualquier momento y lugar; la inmediatez, la información puede ser buscada en el mismo momento, proporcionando un aprendizaje auto-dirigido, y finalmente la interactividad, ya que en cualquier momento el usuario puede interactuar con expertos u otros compañeros (Gros, 2015). De esta manera el aprendizaje toma una nueva perspectiva ya que puede llegar a un mayor número de personas dando respuesta a las necesidades e intereses de aprendizaje desde la perspectiva de los aprendices (Gros, 2015).

En lo que respecta a la flexibilidad, como una de las cualidades de estos nuevos planteamientos de aprendizaje, podemos encontrar distintos tipos según Castañeda & Adell, (2013).

Flexibilidad relativa al tiempo: Tiempo en el que se comienza y acaba el curso, tiempo para los momentos de estudio, ritmo de estudio, etc.

Flexibilidad relativa al contenido: Tópicos del curso, secuencia de diferentes partes del curso.

Flexibilidad relativa a los requerimientos: condiciones para la participación

Flexibilidad al enfoque instruccional y a los recursos: Organización social del aprendizaje (estructuración de los grupos)

Flexibilidad relativa a la distribución y a la logística: tiempo y lugar donde el apoyo está disponible, lugar para estudiar, canales de distribución.

Estos términos pueden enmarcarse dentro de las “pedagogías emergentes” que hacen referencia al conjunto de enfoques e ideas pedagógicas, todavía no bien sistematizadas, que surgen alrededor del uso de las TIC en educación y que intentan aprovechar todo su potencial comunicativo, informacional, colaborativa, interactivo, creativo e innovador en el marco de una nueva cultura del aprendizaje” (Castañeda & Adell, 2013). Como hemos comentado con anterioridad, se caracterizan por la capacidad para la flexibilidad y adaptación a contextos diversos, donde las actividades pueden resolverse en espacio-tiempo diferentes para cada estudiante, donde el aprendizaje se torna flexible y donde los recursos y materiales de enseñanza se encuentran disponibles para todos y en cualquier momento, independientemente del dispositivo (Gros, 2015).

Estas “pedagogías emergentes” se basan en teorías pedagógicas clásicas, como las teorías constructivistas sociales y construccionistas del aprendizaje, el aprendizaje basado en proyectos, el aprendizaje dialógico, etc., junto con ideas más modernas como el conectivismo y el aprendizaje rizomático (Castañeda & Adell, 2013). Son nuevas propuestas que buscan superar los límites físicos y organizativos del aula uniendo los contextos formales e informales de aprendizaje, aprovechando recursos y herramientas globales, y la difusión de los resultados (Castañeda & Adell, 2013).

Muchos de estos proyectos educativos apuestan por la colaboración y la participación a nivel global y potencian conocimientos, actitudes y habilidades relacionadas con las competencias “aprender a aprender”, la meta cognición y el aprendizaje más allá del curso, el aula o la evolución; convirtiendo el aprendizaje en una experiencia significativa y auténtica para el estudiante; estimulando el compromiso emocional de docentes y alumnos, y creando actividades creativas y abiertas (Wheeler, 2015). Así mismo, todos estos proyectos educativos comparten rasgos comunes como el aprendiz como persona activa, con capacidad de decisión y una visión amplia y dinámica del aprendizaje (Wheeler, 2015).

De toma manera toman gran importancia los Entornos Personales de Aprendizaje (PLE) como nueva manera para aplicar las tecnologías de la información y el conocimiento al aprendizaje (Cabero Almenara, 2014).

Un PLE puede ser visto como una plataforma basada en las redes sociales, centrada en el aprendiz y diseñada para permitir compartir, colaborar y producir recursos y contenidos a través de procesos de participación distribuida (Gros, 2015).

Para entender el concepto debemos hacer alusión, por otra parte, a las redes de aprendizaje que se definen como redes sociales en línea mediante las cuales los participantes comparten información y colaboran para crear conocimiento (Sloep & Berlanga, 2011).

Estas redes de aprendizaje están integradas por personas que comparten unos intereses similares, donde cualquiera puede participar y realizar numerosos y diversas funciones (Sloep & Berlanga, 2011). Dentro de estas redes los recursos son una parte indispensable y pueden consistir en archivos o enlaces que ayudan a los participantes en lo necesario para desarrollar sus competencias (Sloep & Berlanga, 2011).

Otro aspecto importante de estas redes con los “servicios de apoyo”; herramientas de software que incrementan la viabilidad de una red de aprendizaje, y ayudan a los integrantes a intercambiar conocimiento, trabajar en colaboración y crear herramientas para ofrecer y recibir apoyo, evaluarse, buscar nuevos recursos y elaborar perfiles de competencias (Sloep & Berlanga, 2011). Estas redes de aprendizaje se encontrarían dentro de los PLE o Entornos Personales de Aprendizaje junto a una colección de recursos, servicios, herramientas y dispositivos que sirven, tanto a profesores como alumnos, para conformar sus redes personales de aprendizaje (Cabero Almenara, 2014).

Los entornos personales de aprendizaje o PLE surgen en el Reino Unido asociados al movimiento de la web 2.0 y a la arquitectura orientada a los servicios educativos. Su término es utilizado por primera vez en 2001, por Oliver y Liber (Cabero Almenara, 2014; Castañeda & Adell, 2013) y ya en 2004 se hace oficial.

En lo que respecta a las definiciones del concepto, se pueden encuadrar dos grandes orientaciones: tecnología/instrumental y pedagogía/educativa (Cabero Almenara, 2014).

La primera orientación se puede definir como “conjunto de herramientas de aprendizaje, servicios y artefactos recogidos de diversos contextos y entornos para que sean utilizados por el estudiante” (Cabero Almenara, 2014) y la segunda, como “sistemas que ayudan a los estudiantes y a los docentes a tomar el control de gestión de su propio aprendizaje, gestionar su aprendizaje, formalizar los contenidos y procesos y comunicarse con los demás (Cabero Almenara, 2014).

Según, los PLE (Gros, 2015) se basan en:

- a. Alentar a los estudiantes a planificar su propia actividad de aprendizaje
- b. Proporcionar retroalimentación sobre el desempeño de las tareas con el fin de facilitar su seguimiento y la correcta autodirección del proceso de aprendizaje
- c. Proporcionar a los estudiantes los criterios para evaluar sus resultados.

Por este motivo, consideramos los entornos personales de aprendizaje (PLEs) importantes en el desarrollo de este proyecto, ya que tratan de dar respuesta a las necesidades e intereses de aprendizaje desde la perspectiva de los aprendices, así como autonomía en el control y gestión del aprendizaje independientemente del contexto educativo.

2.4. El aprendizaje de las mujeres de las tecnologías digitales.

Las redes sociales e Internet de manera general, han cambiado la presencia y participación de las mujeres en las tecnologías de la información y en los entornos virtuales ,suponiendo un cambio en la comunicación interpersonal de personas y grupos; de aquí que exista todo un conjunto de trabajos dedicados a indagar los motivos de uso en relación con el aumento del capital social ,y especialmente los que hacen referencia a las redes sociales de

aprendizaje (Sloper & Berlanga, 2011) o los entornos personales de aprendizaje (Attwell, 2007).

Diversos estudios previos sobre tecnología de la información han mostrado los riesgos de exclusión digital en diversos sectores; entre los que encontramos las personas mayores y las mujeres, y cómo las motivaciones de uso, influyen en las maneras y hábitos en el uso de las tecnologías. De esta manera, la investigación sobre la participación de las mujeres en las TIC pone de manifiesto una brecha digital existente y persistente en el tiempo. De igual manera los estereotipos de género afectan al uso de las herramientas informáticas y a la distribución espacial, que se da de manera desigual,

considerando los espacios tecnológicos como masculinos (Sánchez-Vadillo et al., 2012).

Autores como Verges (2012) nos refieren lo que se ha llamado la segunda brecha digital, que hace referencia a las capacidades para aprovechar las oportunidades que internet ofrece. Dentro de esta segunda brecha digital encontramos una brecha de género, relacionada con la distancia entre mujeres y hombres más allá del acceso a las TIC. A pesar de ello, las políticas sobre inclusión digital están dando buenos resultados, logrando un aumento del uso funcional de la tecnología en mujeres (Plan de inclusión digital y empleabilidad, 2013). Este tipo de iniciativas buscan el empoderamiento de las minorías, considerado como proceso de adquisición de poder de las personas en desigualdad con respecto a otras, ya sea de manera colectiva o individual para que puedan participar de su vida y hacer cambios positivos en esta (Rubio & Escofet, 2013).

Diversos estudios han analizado las motivaciones de uso de las TIC (Verges, 2012), de las redes sociales en particular (Lin & Lu, 2011) y las motivaciones en el uso de Facebook (Tosun, 2012).

De esta manera, Smoke et al. (2011) identificaron nueve motivos en el uso de la red Social Facebook: como forma de pasatiempo habitual, para entretenerse relajadamente, para

compartir información, evadirse, por compañerismo, para promocionarse profesionalmente, para la interacción social y conocer gente nueva.

Otros estudios, también han demostrado motivaciones similares de uso, es el caso de Arteaga et al. (2014), que identificaron tres tipos de motivaciones: orientadas a las relaciones sociales, al intercambio de información y al entretenimiento.

De este modo y, en resumen, las investigaciones (Lin & Lu, 2011; Rebollo-Catalán & Vico-Bosch, 2014) relevan que los usos principales de las redes sociales se encuentran orientados, en su mayoría, a relacionarse socialmente, entretenerse, disfrutar y relajarse e informarse. A pesar de esto, no podemos decir que estos sean los únicos motivos que manifiestan las mujeres a la hora de hacer uso de una red social.

Vega-Caro et al. (2015) también destacan como motivos de uso el deseo de explorar, la curiosidad o la atracción, junto con finalidades de índole utilitaria. Estas autoras, al igual que Jiménez-Cortés et al., (2015), demuestran la estrecha relación entre gran variedad de motivos en el uso de las tecnologías y la inclusión digital; así como la importancia en el uso de las redes sociales como forma de ayuda para obtener recursos y apoyo de los contactos de la red, contribuyendo al aumento del capital social.

Este capital social resulta de vital importancia a la hora de aprender; al contar con personas de confianza para resolver sus problemas o conocer otras experiencias que sirvan como referente a la hora de utilizar estas redes.

3. OBJETIVOS

Como ya hemos expresado con anterioridad, el objetivo principal planteamos en esta propuesta de investigación, es conocer las experiencias de aprendizaje en las redes sociales de mujeres desempleadas y la posible influencia en su empleabilidad, así como realizar un análisis de los PLE para potenciar su empleabilidad.

Por otro lado; como objetivos específicos proponemos:

- a) Identificar necesidades de formación de las mujeres desempleadas en el uso de redes sociales.
- b) Conocer las experiencias de aprendizaje de las mujeres desempleadas en las redes sociales.
- c) Analizar características y configuración de los PLE de mujeres desempleadas con especial atención a los recursos, prácticas y usos que hacen.
- d) Identificar diferencias en la configuración de los PLE de mujeres desempleadas en función de la edad, nivel de estudios y experiencia de uso de las redes sociales.
- e) Estudiar la función e integración de estrategias formales e informales en su aprendizaje y uso de las tecnologías digitales.

4. METODOLOGÍA

Para la realización de esta investigación empleamos metodología cuantitativa y cualitativa. En una vertiente cuantitativa, este estudio se encuadra en lo que se denominan metodologías *ex post facto* (Mateo, 1997; Cea, 2001) mediante un estudio de encuesta con aplicación de cuestionarios de autoinforme.

En un plano cualitativo, nos planteamos la utilización de metodología biográfico-narrativa y etnometodológica. La metodología biográfico-narrativa se concreta en la aplicación de un diseño de relatos paralelos (Domingo Segovia, Fernandez Cruz, & Bolivar Botia, 2001) (Tojar, 2006) basado en entrevistas semiestructuradas. De forma complementaria, el estudio etnometodológico se materializa en la realización de un protocolo de pensamiento en voz alta, para lo cual nos basamos en estudios previos sobre aprendizaje informal en entornos virtuales (Greenhow & Robelia, 2009).

4.1.Participantes

El estudio se compone de distintas muestras según la metodología y técnica de recogida de datos.

De este modo, en el estudio cuantitativo mediante escalas de autoinforme participan 213 mujeres andaluzas desempleadas de 20 a 70 años con una experiencia mínima en el uso de las redes sociales de un año, las cuales fueron seleccionadas mediante un muestreo estratificado por cuotas, considerando edad y nivel de estudios. La tabla 1 resume los datos sociodemográficos de las mujeres participantes en el estudio.

Tabla 1. Datos sociodemográficos de la muestra del estudio cuantitativo.			
Variables	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
Edad	≤ 25 años	33	15,5%
	26 a 44 años	72	33,8%
	≥ 45 años.	108	50,7%
Estado civil	Soltera	55	25,8%
	En pareja	143	67,1%
	Separada	7	3,3%
	Viuda	8	3,8%
Hijos	Si	54	25,4%
	No	159	74,6%
Nivel de Estudios	Primarios	86	40,6%
	Secundarios	79	37,3%
	Universitarios	47	22,2%
Ocupación previa	Directoras y profesionales	20	12,3%
	Contables, administrativas y oficina.	35	21,5%
	Trabajadoras de servicios de restauración.	49	30,1%
	Trabajadoras del sector agrícola, ganadero, pesquero, forestal.	29	17,8%
	Artesanas y operadoras en ocupaciones elementales.	30	18,4%
Residencia	Urbano	153	71,8%
	Rural	60	28,2%

Fuente: Elaboración propia

En referencia al perfil tecnológico de las encuestadas, encontramos que presentan una elevada experiencia en el uso de redes ya que el 56,8 % hace más de 5 años que las utiliza.

También se observa que el dispositivo más utilizado es el móvil, 60,6 %, siendo de uso exclusivo en el 82,3% de ellas y que visitan internet con a diario; 88,7%.

Tabla 2. Descripción de usos tecnológicos de la muestra cuantitativa			
Variables	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
Experiencia de uso de Internet	< 1 año	13	6,1 %
	1-2 años	29	13,6 %
	2-5 años	50	23,5 %
	> 5 años	121	56,8 %
Frecuencia de uso de Internet	Mensual	10	2,3%
	Semanal	38	8,9%
	A diario	378	88,7%
Dispositivo de uso	Ordenador	17	8,4%
	Portátil	43	21,2 %
	Móvil	123	60,6 %
	Tablet	15	7,4 %
Disponibilidad del dispositivo	Uso exclusivo	171	82,3%
	Uso Compartido	37	17,8%
Uso habitual de las redes sociales	Solo WhatsApp	54	25,4%
	Además, Facebook y YouTube	111	52,1%
	Además, Instagram y twitter	48	22,5%
Horario de uso	a todas horas	58	27,4%
	por la tarde	27	12,7%
	tarde-noche	84	39,6%
	ocasional	26	8,0%
	mañana tarde	17	12,3%

Fuente: elaboración propia

En esta investigación han participado 5 mujeres con edades comprendidas entre 25 y 65 años, con un perfil muy diverso en edad, procedencia cultural, formación y nivel

profesional. Todas las mujeres tienen una experiencia mínima de uso de las redes de un año, usan más de 2 redes sociales y las usan diariamente.

Para su selección hemos usado una estrategia combinada de muestreo teórico y en bola de nieve, combinando procedimientos formales e informales. Para la selección inicial se ha usado un muestreo teórico de casos típicos considerando como criterios de inclusión la experiencia, intensidad y variedad de uso de las redes sociales. Se ha contado con la colaboración de la asociación AMIGA y Andalucía Orienta para la selección, localización y acceso a mujeres desempleadas con un perfil destacado en el uso de las redes sociales.

Los nombres que aparecen en la extracción de párrafos de las entrevistas son ficticios para garantizar su anonimato. La siguiente tabla muestra algunos datos sociodemográficos y relacionados el uso de redes y su variedad.

Tabla 3. Perfil de la muestra cualitativa del estudio.						
Nombre	Edad	Nivel de estudios	Estado sentimental	Ocupación previa	Uso de redes	Variedad de uso
LALI	54	Eso/ esa	Casada	Limpiadora	7 años	Facebook WhatsApp
LOLI	57	Sin estudios	Separada	Costurera	7 años	Facebook WhatsApp
NELI	57	Estudios superiores Licenciatura	Casada	Administrativa	12 años	Facebook WhatsApp LinkedIn
ADIA	26	Estudios superiores Grado	Soltera	Estudiante	5 años	Facebook WhatsApp Twitter
MARÍA	23	Eso	Soltera	Limpiadora	7 años	Facebook WhatsApp Twitter Instagram

Fuente: Elaboración propia

4.2. Recogida de datos

Se aplican diversos instrumentos para el desarrollo de esta investigación tanto en su vertiente cuantitativa como cualitativa.

Por un lado, para la parte cuantitativa del mismo, aplicamos una encuesta que incluye sendas escalas para medir el aprendizaje y las competencias de las mujeres en el uso de las redes sociales que han sido utilizadas y probadas con anterioridad (Rebollo Catalán, Vico Bosch, & García Pérez, 2015; Rebollo-Catalán, García-Pérez & Mayor-Buzón, 2015; García-Pérez, Rebollo-Catalán & García-Pérez, 2016). Esta ha sido realizada en formato electrónico con Google Docs., incluyendo una sección con información sobre finalidad y usos de la investigación y sobre la naturaleza anónima de las respuestas, obteniendo el consentimiento y autorización de las participantes para el uso de la información, también de manera electrónica.

La escala de aprendizaje, consta de 38 ítems con un rango de respuesta de 0 –nunca- a 2 – con frecuencia-, la cual incluye cuatro secciones: a) motivos de aprendizaje, compuesta por 10 ítems que se agrupan en usos generales y usos específicos; b) contextos y recursos de aprendizaje, compuesta también por 10 ítems aglutinados en informal-tecnológico, informal-social y formal- experto; c) estrategias de aprendizaje con 10 ítems que recogen estrategias de aprendizaje convencional, autónomo y colaborativo; y d) necesidades de aprendizaje compuesta por 8 ítems que miden los contenidos sobre los cuales las mujeres expresan necesidades formativas en relación con las redes. Todas estas medidas se han mostrado válidas y fiables en estudios previos (Rebollo-Catalán, García-Pérez & Mayor-Buzón, 2015; García-Pérez, Rebollo-Catalán & García-Pérez, 2016), con índices de fiabilidad por encima de .88.

La escala de competencias digitales incluye 25 ítems con un rango de respuesta de 0- nunca a 3- siempre, la cual incluye competencias tecnológicas, cognitivas, sociocomunicativas, éticas y emocionales. Todas estas medidas se han mostrado válidas y fiables en estudios previos (Rebollo-Catalán, García-Pérez & Mayor-Buzón, 2015; García-Pérez, Rebollo-Catalán & García-Pérez, 2016), con índices de fiabilidad de .90.

Para el desarrollo cualitativo de esta investigación, se ha empleado un procedimiento de entrevista en términos de encuentro colaborativos orientados a compartir y construir conocimiento sobre la experiencia de las mujeres en el uso de Internet y de las Redes

Sociales Virtuales, usándose como estrategia la inmersión sostenida (DeVault & Gross, 2007), que implica mantener diversos contactos con la persona entrevistada a lo largo del tiempo y recoger información de diversas formas.

El trabajo de campo se ha llevado a cabo mediante procedimiento de acción concertada con la Directora de la Asociación A.M.I.G.A, con sede en el Centro Cívico Blas Infante, situado en la calle Flor de Retama de Sevilla (Zona Este).

Para ello inicialmente se realizó una búsqueda intensiva mediante internet, para posteriormente concertar una entrevista con la Directora quien, siendo conocedora del propósito del estudio, proporcionó la muestra para la presente investigación.

Una vez concretado el día y hora para cada una de las entrevistas, acudimos al aula para la recogida de datos, informando a las participantes sobre la finalidad del estudio y presentando un documento de consentimiento informado (ver anexo 1) que fue debidamente cumplimentado por las mujeres. Asimismo, se informó de la voluntariedad, confidencialidad y anonimato.

Este proceso se llevó a cabo durante el mes de mayo de 2016, y la realización de las entrevistas es entre 30 minutos y una hora.

La recogida de información con cada mujer se planteó en dos momentos: 1) Entrevista inicial biográfica (tecnología autobiografía); 2) Protocolo de pensamiento en voz alta. Para la entrevista biográfica se elaboró un guion de preguntas en torno a tres grandes bloques temáticos con preguntas tipo:

- A. Experiencia de uso de las redes sociales: tipo, motivos de uso y dificultades; ¿Qué motivo te llevo a abrirte un perfil en esta red?; ¿Has tenido alguna dificultad o problema al usarlas?; ¿quién o qué te ha ayudado a resolverlo?; ¿Cómo fueron los primeros pasos que diste?
- B. Aprendizaje en Internet y las redes sociales: cómo, dónde y en qué momentos: ¿Has recurrido alguna vez a la red para preguntar sobre algún tema u obtener alguna

información?; ¿Sobre qué cosas te ha interesado aprender?; ¿Cómo crees que aprendes participando en las redes?

- C. Emociones y repercusiones del uso de las redes sociales; que aportan y posibles percepciones personales sobre las mismas: ¿Cómo te sientes cuando usas las redes sociales?; ¿Cómo te ves en las redes?; ¿Qué crees que te aporta cada una?; ¿Ha habido alguna información que te haya impactado y te haya hecho reflexionar?

Finalmente, para el protocolo de pensamiento en voz alta se han utilizado dos bloques de preguntas abiertas que hacen referencia a situaciones en Internet y en las Redes Sociales:

- A. En internet: ¿Cuándo has entrado –lugar, hora, dispositivo- y para qué? ¿qué has hecho? ¿qué pasos has dado (webs visitadas, secuencia en que lo has hecho, cosas que te han llevado a otras...)? ¿qué dificultades te encuentras y cómo las solventas? ¿consigues lo que ibas buscando? ¿por qué? ¿cómo te sientes mientras haces esta actividad? ¿qué sensación tienes después de terminar?
- B. En redes sociales: ¿Cuándo has entrado –lugar, hora, dispositivo y para qué? ¿qué has hecho y en qué secuencia? (entradas que merecen tu atención, acciones que realizas - actualizar el muro, cambiar mi estado, subir fotos, hacer comentarios, reenviar un contenido interesante, buscar y consultar información de interés, etc.-) ¿cuánto tiempo has estado conectada? ¿has hecho lo que te proponías? ¿crees que has cubierto tu objetivo al entrar? ¿por qué? ¿cómo te sientes mientras estás haciendo la actividad? ¿qué sensación tienes después de terminar?

4.3. Análisis de datos

El tratamiento cuantitativo de los datos procedentes de las escalas de aprendizaje y de competencias digitales se realiza mediante paquete estadístico SPSS-PC + versión 20. Se realizan análisis descriptivos básicos (frecuencias, porcentajes, medidas de tendencia central y dispersión para las variables contempladas en el estudio). Para este trabajo presentamos los resultados de los ítems de aprendizaje en una escala de tres puntos (nada, algo, mucho), una vez comprobada que dicha recodificación no afecta a su validez y fiabilidad.

Las entrevistas y los protocolos de pensamiento en voz alta fueron grabados en audio y transcritos posteriormente para su análisis. Se han seleccionado 190 fragmentos y su análisis se ha desarrollado en cinco etapas, inspirándonos en Strauss & Corbin (1998), según la cual el proceso se hace en espiral, retomándose hasta la saturación, es decir, hasta que no aparezca nueva información.

1. Segmentación: Obtuvimos segmentos más claros en las entrevistas.
2. Codificación inicial: Definimos las temáticas de los distintos usos que las mujeres hacen de las redes sociales.
3. Clasificación y relación entre códigos: Se realizaron los códigos teniendo en cuenta el punto donde se situaban en la entrevista
4. Codificación Fundamentada: Consistió en la organización y reducción de los códigos.
5. Contextualización. Identificamos las relaciones entre los códigos

En resumen, el análisis de las entrevistas se llevó a cabo a partir de repetidas lecturas, de su codificación e interpretación para tratar de descubrir patrones sistemáticos o categorías que nos permitan definir, interpretar y comprender cómo son los PLE de las mujeres desempleadas.

A consecuencia de este proceso, las categorías de análisis que hemos utilizado son:

- Experiencias vitales, que incluyen aficiones, perfil formativo, creencias. Todo lo que permite situar a la mujer y saber qué papel juegan en su vida las tecnologías.
- Practicas visibles. También consideradas como las producciones personales en la red.
- Practicas invisibles, relacionadas con los procesos de aprendizaje que llevan a cabo. Estas prácticas hacen referencia a lo que las mujeres hacen como consumidoras de contenido.
- Apoyos y recursos facilitadores en el aprendizaje y el uso de las tecnologías. Queremos hacer visibles los recursos en los que se apoyan y cuentan las mujeres durante el desarrollo de este tipo de actividades.

5.RESULTADOS

5.1. Necesidades de formación en el uso de redes sociales

Las mujeres muestran un bajo nivel de necesidad de formación en el uso de las redes sociales en general, alcanzando la media más alta la necesidad de saber más sobre privacidad y seguridad en las redes ($M = 1,24$; $DT = .767$), seguido de la necesidad de saber más sobre servicios y recursos de búsqueda de empleo ($M = 0.97$; $DT = .818$) (Ver tabla y figura 1). Resulta llamativo que las puntuaciones no superan el valor medio de la escala de una percepción media de necesidad de formación, siendo muy baja la necesidad percibida de conocer aplicaciones para el mundo profesional o estrategias para mejorar la reputación digital, aspectos éstos muy presentes actualmente en los procedimientos de selección de recursos humanos.

Tabla 1. Desv. Típica y Medias de necesidades.

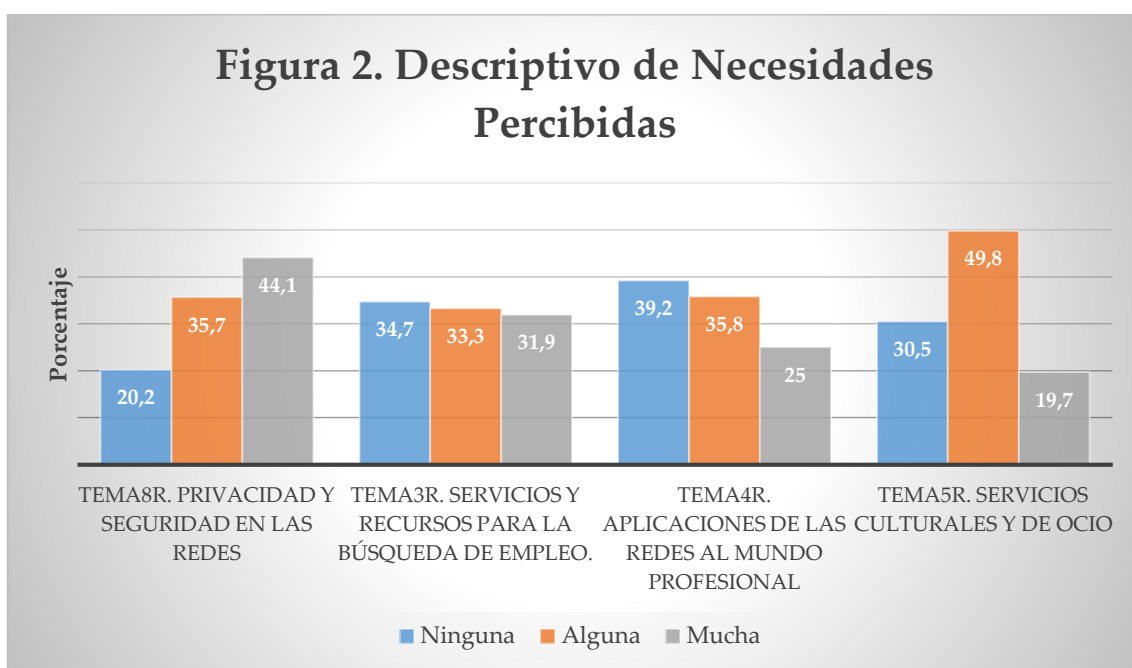
ITEMS	Desv. Típica	Medias
Privacidad y Seguridad	,767	2,17
Búsqueda de empleo.	,818	1,82
Cultura y Ocio	,702	1,81
Mundo profesional	,790	1,67

Figura 1. Necesidades Percibidas



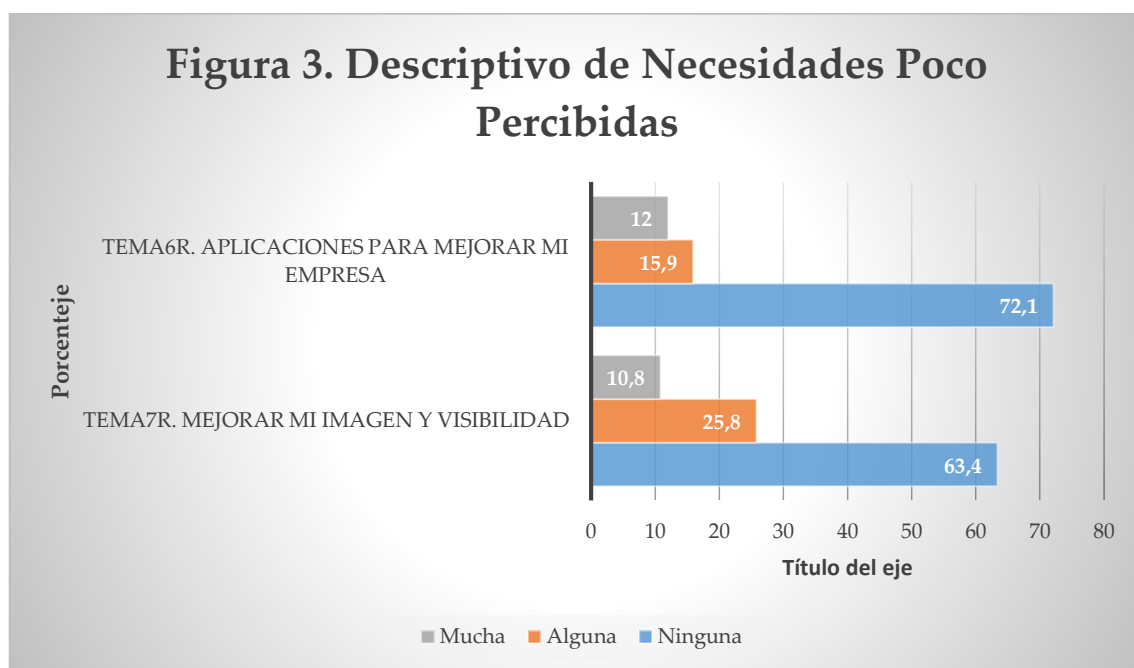
Fuente: Elaboración propia

Figura 2. Descriptivo de Necesidades Percibidas



Fuente: Elaboración Propia

Los contenidos sobre los que las mujeres expresan una mayor necesidad de saber más son: la privacidad y seguridad en las redes, (44%); servicios y recursos para la búsqueda de empleo, (31,9%); aplicaciones de la red al mundo laboral (25%) y todo lo referente a servicios culturales y de ocio (19,7%, ver figura 2). Cabe destacar la poca necesidad de formación que presentan las mujeres en temas de índole profesional u orientados a la empleabilidad (ver figura 3).



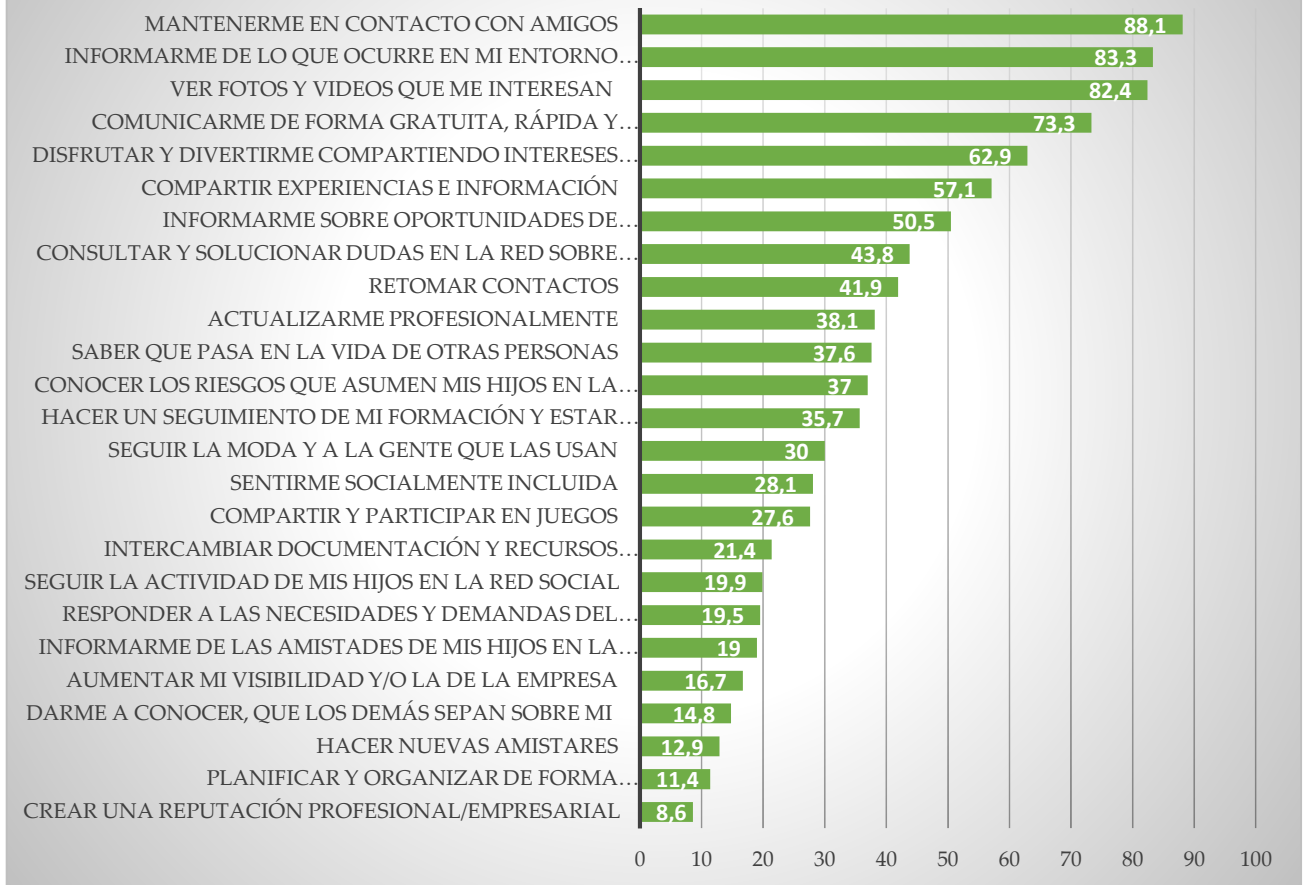
Fuente: Elaboración propia

5.2. Experiencias de aprendizaje en las redes sociales

5.2.1. Motivos de aprendizaje

Generalmente las mujeres aprenden a usar las redes por motivos diversos. Podemos encontrar por ello motivos de carácter más personal como podrían ser reducir distancia, expresarse más abiertamente, relacionarse con personas diversas, atender necesidades y participar en la comunidad (ver figura 4); y otros más específicos relacionados entre otros con la gestión administrativa, desarrollar hobbies o gestionar estudios (ver figura 4).

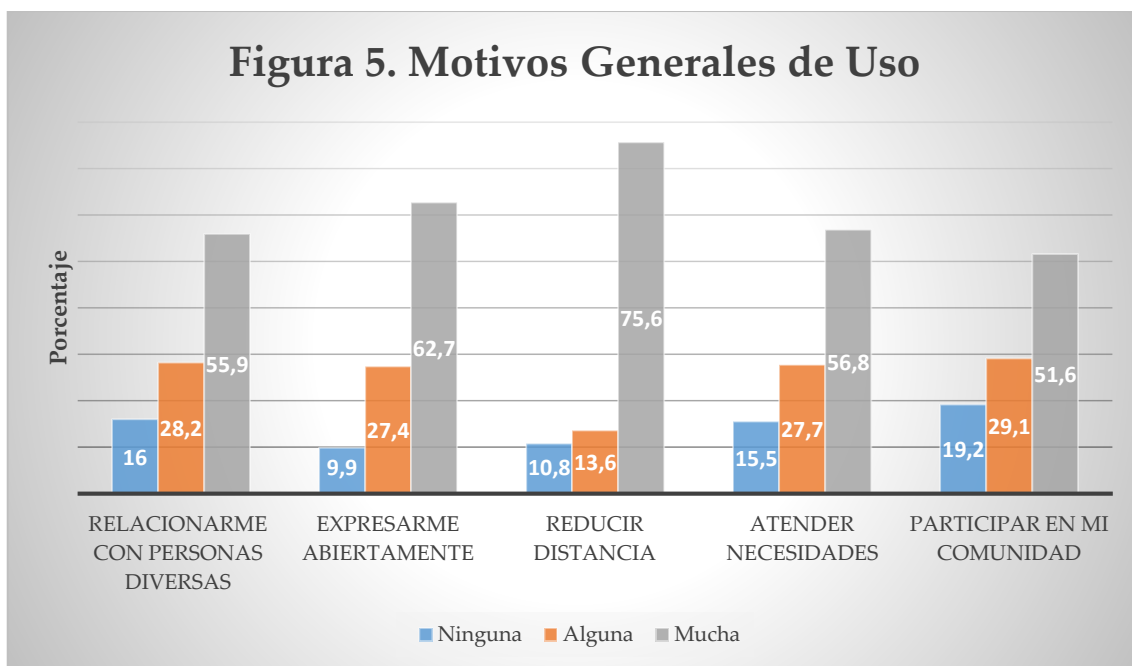
Figura 4. Descriptivo de Motivos de Uso



Fuente: Elaboración propia

Con carácter general, las mujeres expresan una gran variedad de motivos generales o cotidianos de uso que específicos, mostrando más de la mitad de las encuestadas que las usan para reducir distancia, expresarse más abiertamente, atender necesidades personales y de su familia, relacionarse con personas de diversas culturas, edades, etc. y participar en la comunidad (Figura 5). El motivo más generalizado de uso es reducir distancia geográfica con personas, grupos y comunidades.

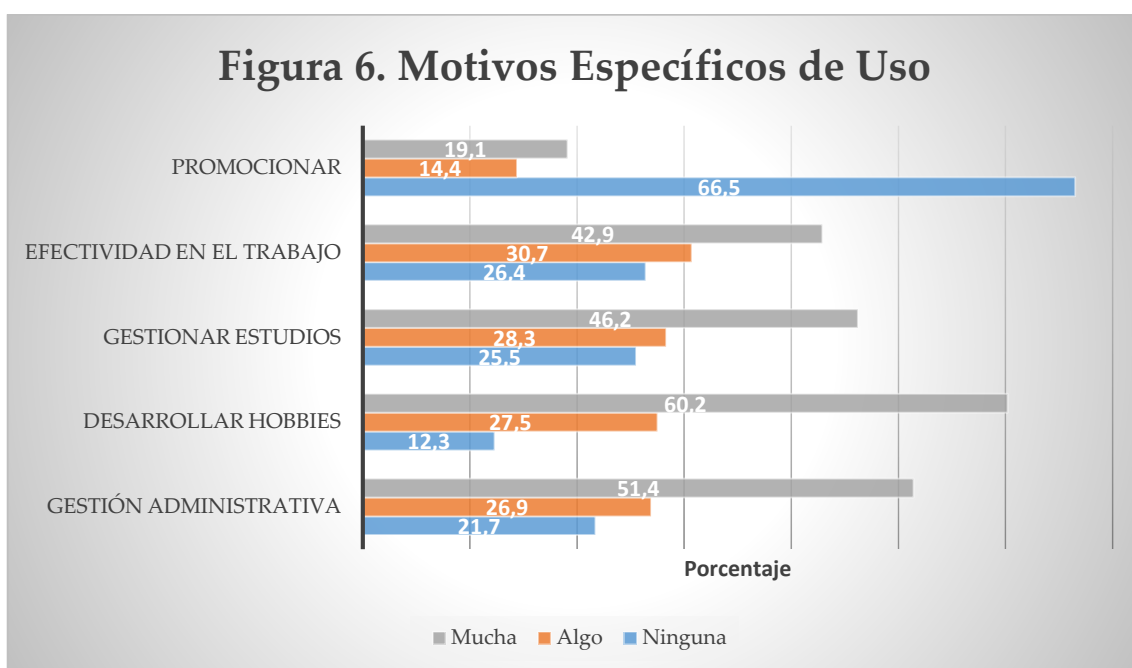
Figura 5. Motivos Generales de Uso



Fuente: Elaboración Propia

En una vertiente aplicada, también podemos observar que las mujeres aprenden a usar las redes por diversos motivos, siendo más del 51,4% las que dicen hacerlo para realizar gestiones administrativas, experimentar y desarrollar sus hobbies (60,2%) y gestionar mejor sus estudios (46,2 %) (Figura 6). Un alto porcentaje de mujeres no las usa para promocionar y dar visibilidad a su empresa (66,5%), posiblemente por su situación de desempleo.

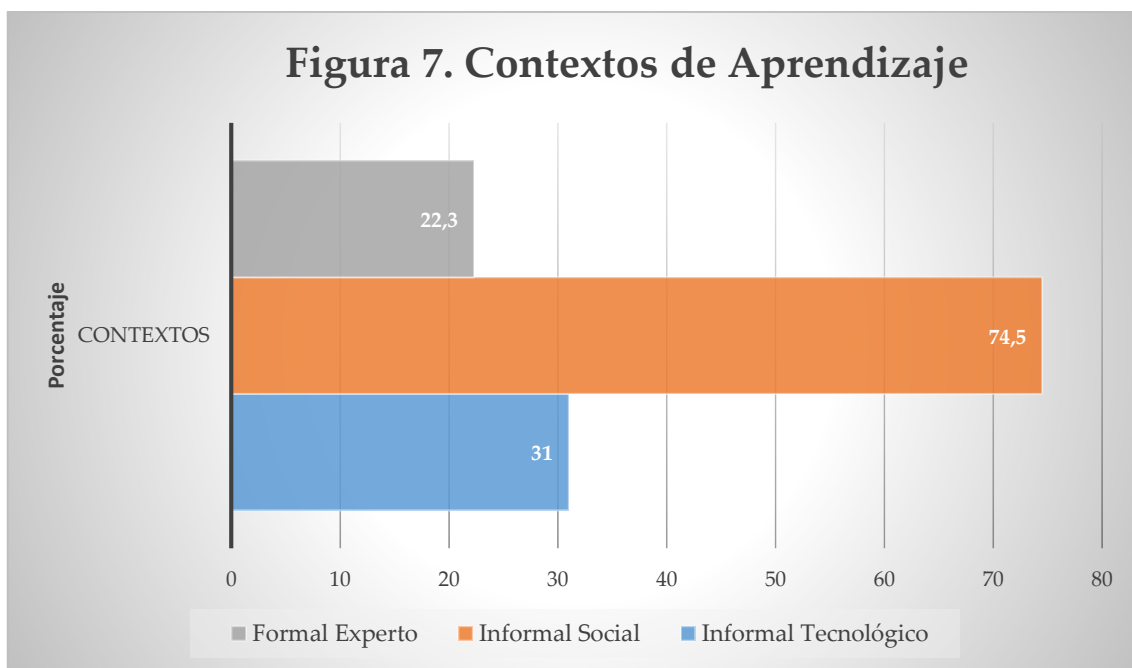
Figura 6. Motivos Específicos de Uso



Fuente: Elaboración Propia

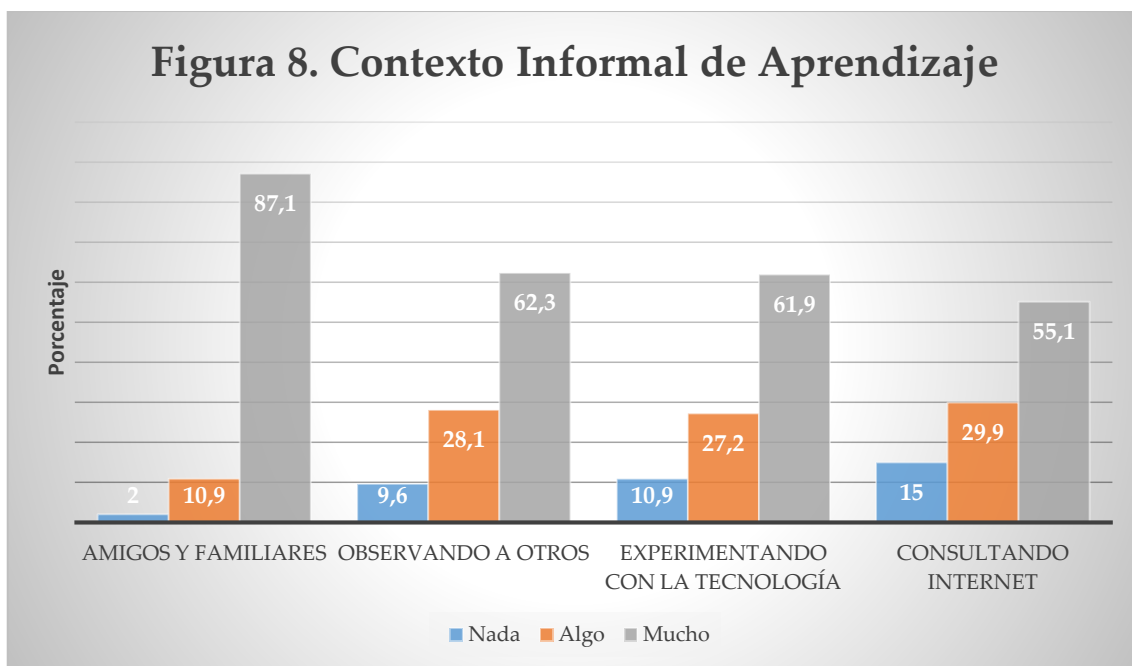
5.2.2. Contextos de aprendizaje.

En lo que respecta a los contextos de aprendizaje, vemos que las mujeres acuden en mayor medida a contextos informales para aprender a usar las redes sociales (ver figura 7) y que para ello utilizan una gran variedad de recursos.



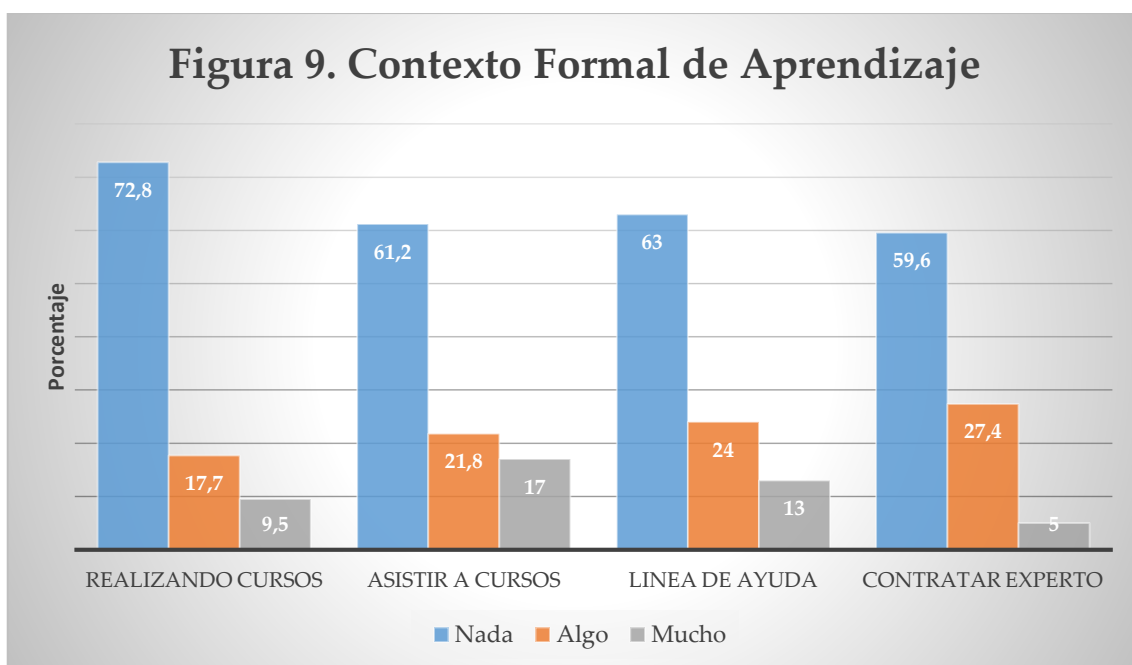
Fuente: Elaboración Propia

De este modo, podemos observar que lo hacen más frecuentemente pidiendo ayuda a amigos o familiares u observando a su círculo social más próximo, seguido de la propia experimentación con la tecnología (ver figura 8)



Fuente elaboración propia

En lo que respecta a los contextos formales de aprendizaje, podemos ver que las mujeres acuden poco a ellos, ya que en ninguno de los casos ascienden al 20% las mujeres que lo hacen así (ver figura 9).



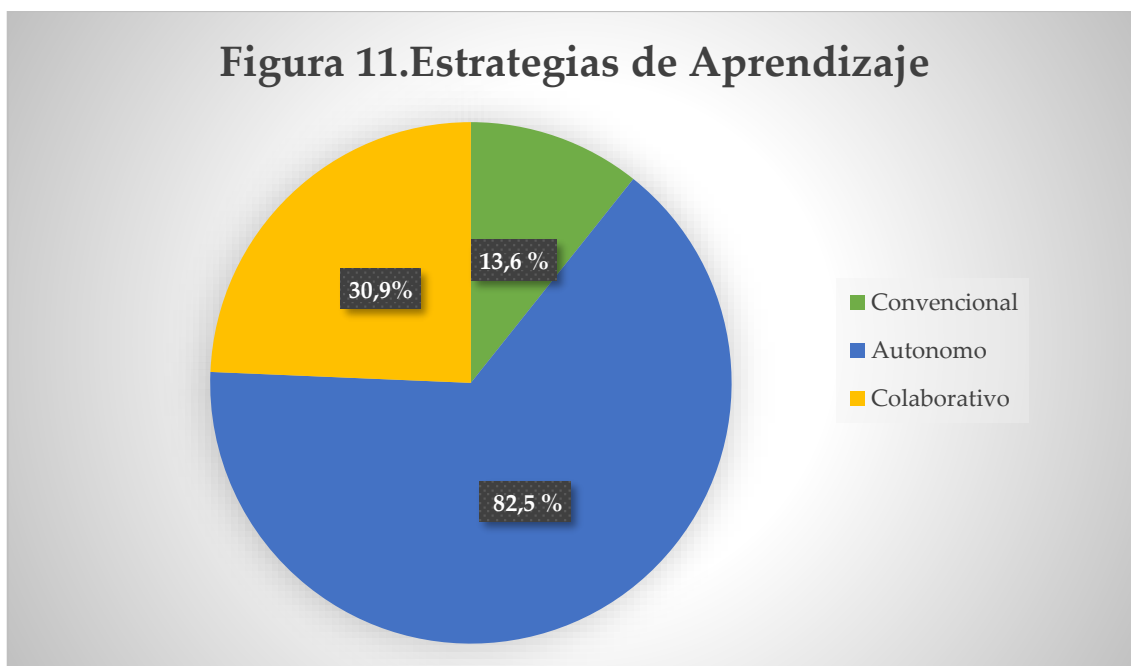
Fuente: Elaboración Propia

5.2.3. Estrategias de aprendizaje



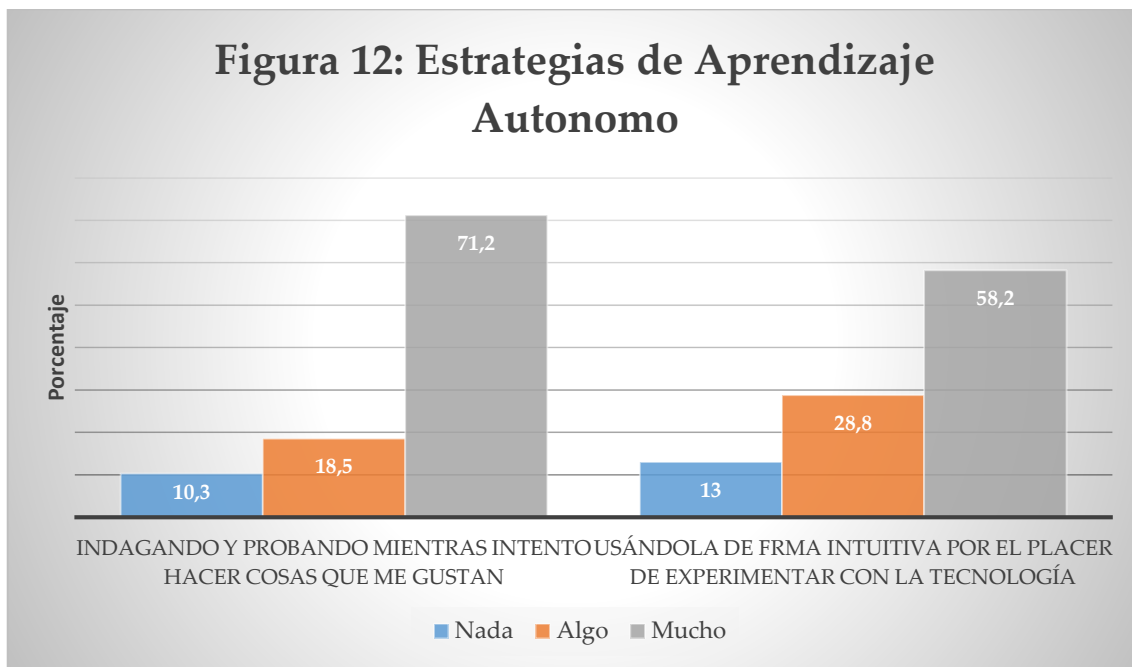
Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta a las estrategias de aprendizaje, podemos destacar que las más usadas por las mujeres son las que tienen que ver con el aprendizaje autónomo (ver figura 11)



Fuente: Elaboración Propia

De esta manera podemos destacar que las estrategias de aprendizaje más utilizadas son indagando y probando con la propia tecnología y usándola de forma intuitiva por el placer de experimentar con la tecnología (ver figura 12).



Fuente: Elaboración Propia

Las mujeres muestran una baja preferencia a usar estrategias de aprendizaje colaborativo, siendo sólo el 30% las que dicen hacerlo las que dicen hacerlo mediante estas opciones.

Las estrategias que obtienen un menor valor de preferencia en uso por las mujeres son las que provinieren del “aprendizaje convencional” basado en la realización de cursos, siendo solo 22,4 % las que deciden hacerlo de esta manera. (ver figura 10). Cabe destacar el porcentaje de mujeres que tienen como estrategia ponerse en contacto con un experto, 45 % (ver figura 10). Este tipo de estrategia se situaría dentro de las estrategias más convencionales.

5.3. Influencia de las formas de aprendizaje en la competencia digital.

Las puntuaciones globales de las mujeres en competencia digital indican un nivel moderado (M= 50,02; DT=16,074) (ver tabla 4); siendo un 11,2% las que alcanzan un nivel

básico, un 60,2 % un nivel moderado y el 28,6 % un nivel avanzado de competencias digitales en el uso de las redes sociales (tabla 5).

Tabla 4. Descriptivos de las competencias digitales					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Competencia digital global	206	2	90	50,02	16,074
N válido (por lista)	206				

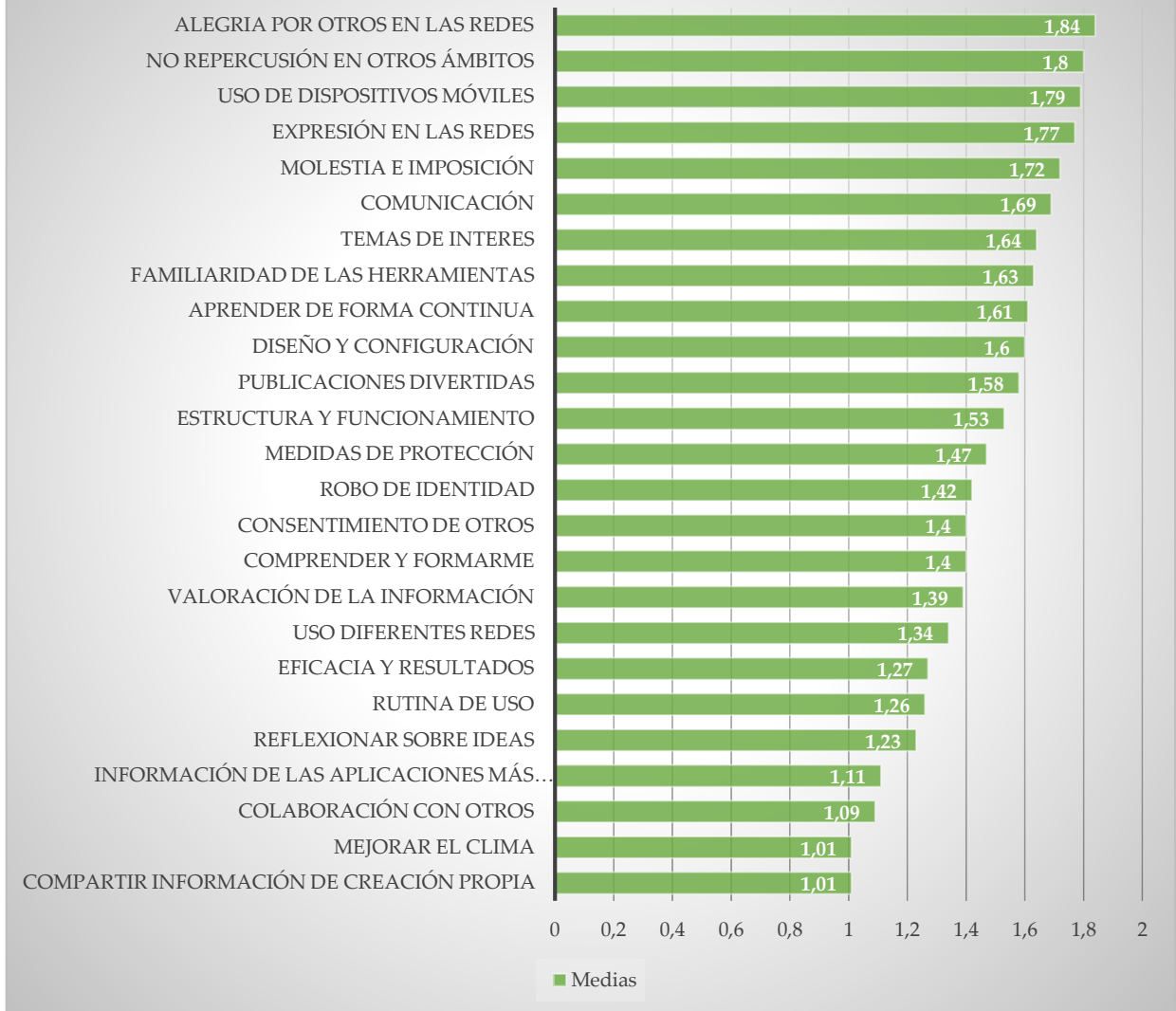
Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Descriptivo de Niveles de Competencia digital.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Básica	23	10,8	11,2	11,2
	Moderada	124	58,2	60,2	71,4
	Avanzada	59	27,7	28,6	100,0
	Total	206	96,7	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,3		
Total		213	100,0		

Fuente: Elaboración propia

La figura 13 muestra el conjunto total de competencias digitales analizadas, de las cuales destacaremos 5 de las 25 propuestas, por obtener puntuaciones mayores a 1,5 en la escala, (ver tabla 7).

Figura 13. Ranking de Competencias Digitales



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7. Descriptivo de las competencias digitales más frecuentes

Variables	Media	Desv. Típica
CD24.Me alegro mucho cuando a una persona de mi red social le sucede algo bueno	1,84	,440
CD21. Uso las redes sociales sin que este hábito perjudique otras actividades en mi vida normal	1,80	,497
CD13. Sé expresarme con la suficiente claridad en las redes sociales como para que se me entienda	1,79	,559
CD1. Uso dispositivo móviles (tfn. móvil y/o iPad, Tablet) para manejar las redes sociales.	1,79	,541
CD20. Me preocupo por no molestar ni imponerme a los demás en la red social	1,72	,570

Fuente: Elaboración propia

Las acciones en las que las mujeres muestran menos competencias son hacer comentarios para mejorar el clima, elaborar y compartir contenido propio, colaborar con otras personas en proyectos comunes y usar las redes mantenerse al día sobre las aplicaciones más actuales.

Tabla 8. Descriptivos de las competencias digitales menos frecuentes		
Variables	Media	Desviación estándar
CD3r Uso las redes para informarme de las aplicaciones más populares y actuales que existen (juegos, webs, blogs, Apps,...)	1,11	,843
CD14r. Uso la red para colaborar con otras personas en proyectos o intereses comunes	1,09	,762
CD15r. Actúo de forma creativa en las redes sociales compartiendo información que he elaborado por mí misma (textos, imágenes, vídeos, ...)	1,01	,787
CD18r. Hago comentarios con la intención de mejorar el clima en las redes sociales	1,01	,821

Fuente: Elaboración propia

Para identificar si existen diferencias en la configuración de los PLE en función de la edad hemos optado por una prueba Anova (ver tabla 9).

Tabla 9. ANOVA de competencia digital global y edad.					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	10622,500	2	5311,250	25,464	,000
Dentro de grupos	42341,422	203	208,578		
Total	52963,922	205			

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de las pruebas post hoc de Tukey muestran diferencias significativas en la competencia digital en función de la edad, encontrando que son las mujeres más jóvenes las que presentan un nivel más avanzado de competencia digital.

Tabla 10. Prueba post hoc de Turkey de Competencia digital en función de la Edad.				
EdadT en tres niveles	N	Subconjunto para alfa = 0.05		
		1	2	3
mayor o igual a 45	104	43,23		
26 a 44	70		54,89	
menor o igual de 25	32			61,44
Sig.		1,000	1,000	1,000

Fuente: Elaboración propia

5.4. Desempleadas y las Redes: Análisis de PLE en función de Edad, Nivel de Estudios y Hábitos de Uso.

Para conocer con mayor profundidad qué usos, prácticas, rutinas y habilidades presentan las mujeres desempleadas en Internet y las redes sociales se presenta este apartado. En él se mostrarán, de manera ilustrativa, dos casos de mujeres desempleadas y cómo realizan su actividad en las redes sociales e internet en general.

De esta manera, utilizaremos representaciones gráficas para exponer sus prácticas y PLE apoyándonos en Cobo & Moravec, (2011); Castañeda & Adell, (2013); Rebollo-Catalán; Jiménez-Cortez y Rodríguez-Díaz (2015) y basándonos en las categorías propuestas en el apartado, Análisis de datos: a) Experiencias vitales; b) Prácticas visibles; c) Prácticas invisibles y d) Recursos y apoyos facilitadores para su aprendizaje.

A continuación mostramos las prácticas de dos mujeres de diferente perfil en función de la edad, el nivel de estudios y el grado de actividad digital.

Por un lado mostramos a Adia, una mujer de 26 años con una alta actividad en Internet y estudios Universitarios; y a Lali de 54 años con un perfil de escasa actividad en Internet y estudios de carácter Básico.

Adia tiene 26 años, estudios Universitarios, está soltera, no tiene hijos y usa las redes sociales para estar en contacto con sus amigos y conocidos, también sigue páginas en dichas redes, relacionadas con sus hobbies y con su formación. Presenta un nivel muy alto en el uso de las tecnologías ya que se quiere dedicar a la programación de videojuegos.

Su principal red es Youtube desde hace cinco años. Ella orienta sus prácticas de uso de la red a interesarse por diversos temas ,así como, estudiar e indagar de manera autodidacta para su futuro empleo.También tiene pensamiento de promocionar un futuro negocio de manualidades mediante las mismas. En lo que respecta a redes sociales más utilizadas como Facebook, Adia tiene un perfil personal aunque su actividad es muy puntual y orientada a mantener el contacto con sus amigos así como consultar noticas de las páginas a las que se encuentra subcrita mediante esta red, nada más. Su perspectiva ante esta red es negativa, e incluso ha pensado en dejarla en algún momento.

Adia tiene una experiencia extensa en el uso de la red y dos aficiones que conectan con su planteamiento futuro de empleo: la literatura y los videojuegos. De esta manera, sus aficiones se convierten en una experiencia vital e identitaria que condicionan las prácticas que hace de las redes sociales y de internet de manera general.

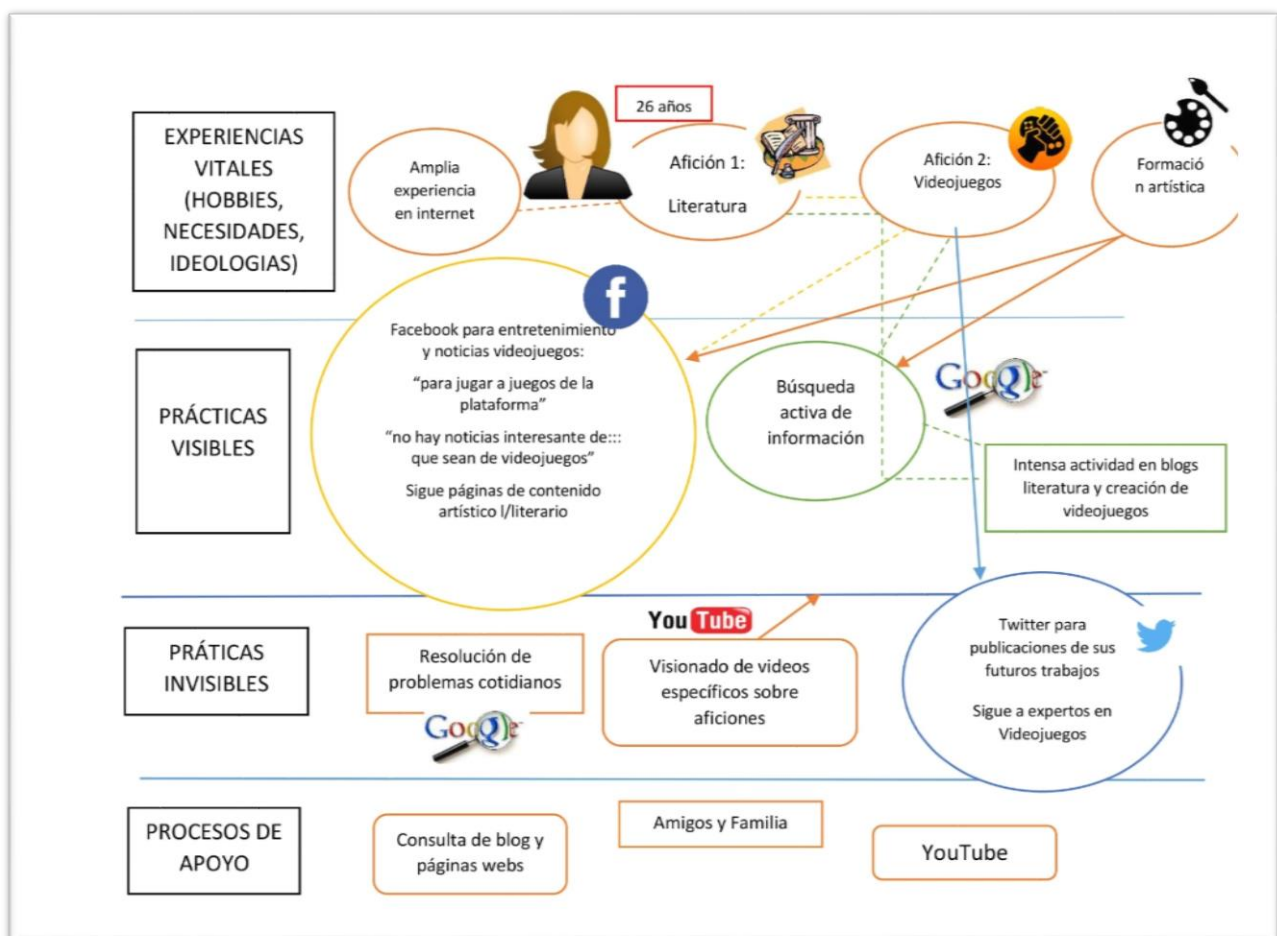


Figura 15. Prácticas Digitales de Adia

Adia muestra una práctica prácticamente enfocada al desarrollo y creación de Videojuegos; a lo que quiere dedicarse en un futuro. Para ello se vale de todas las herramientas a su disposición en internet. Toda su actividad de una manera o de otra, incluso las personas a las que sigue, se dedican a probar, desarrollar y comercializar este tipo de producto. A pesar de ello, la práctica se puede diferenciar en dos; por un lado, su hobby literario lo enfoca hacia la creación de guiones visitando blogs de este tipo en Google y el resto de las redes sociales, como se ha comentado con anterioridad, para los temas más técnicos y comerciales (figura 15).

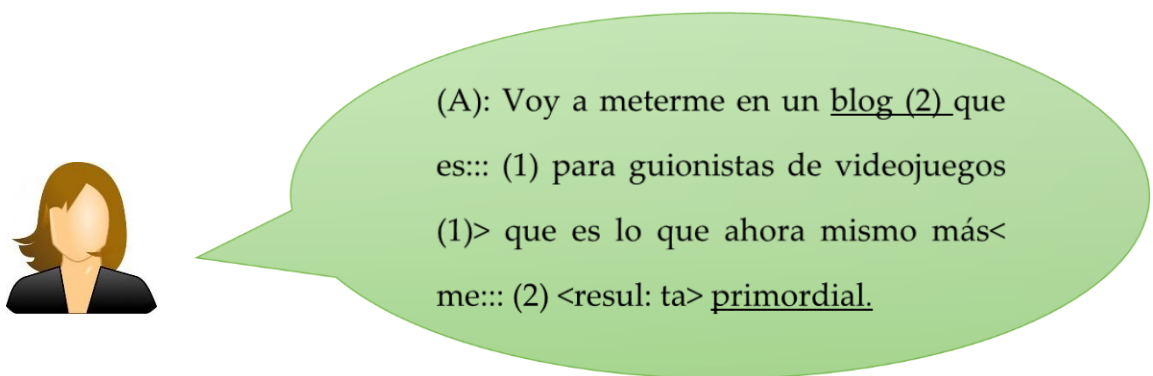


Figura 15.1. Discurso de Adia sobre Intereses e Internet.

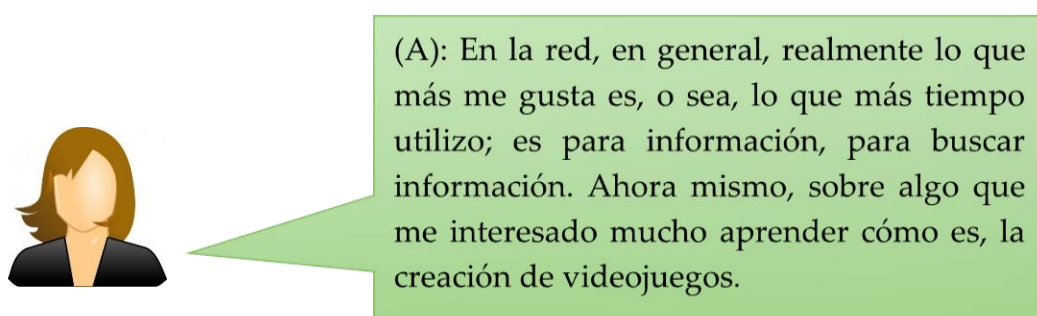


Figura 15.2: Discurso de Adia sobre su estrategia en Internet en general

En lo que respecta a las prácticas invisibles y que dan soporte al aprendizaje, Adia recurre a una rutina de uso para resolver problemas y aclarar dudas de forma autodidacta en su mayoría. Sus recursos más utilizados son Google, YouTube y determinados Blogs.



(A): Primero::: suelo buscar en Google > para que salgan todas las cosas que hay< y entonces empiezo a ver todas la::s, de todos los blogs(.), paginas.

Figura 15.3. Discurso de Adia sobre su estrategia para aprender en Internet



(A): Si es algo por ejemplo > para algo manual de la casa que se te ha roto< o lo que sea, si (.) después accedo a YouTube.

Figura 15.4. Discurso de Adia sobre su estrategia para aprender en Internet.

Los principales procesos de apoyo que tiene Adia, en su mayoría, tiene internet como protagonista, recurriendo a Google y a YouTube, nuevamente, para solucionar sus problemas. En estos procesos también se vale de la App WhatsApp con la que se comunica con sus seres queridos y amigos para resolver sus dudas y problemas.

Por su parte, Lali tiene 54 años, estudios básicos que consiguió obtener ya a edad adulta, está casada y tiene un hijo de 23 años que vive en casa. Hace siete años que utiliza las redes sociales gracias a un curso del Inem y antes se dedicaba al sector de la Limpieza. Su principal afición es el Baile.

La red principal para Lali es Facebook; red que resulta clave para su desarrollo personal y profesional, llevando a cabo dos tipos de iniciativas diferenciadas; Búsqueda de Empleo, siguiendo páginas como Andalucía Orienta y; una de carácter más personal comunicarse con sus familiares y amigos. Lali hace un uso básico de esta red donde sube fotos y comparte contenido pre elaborado de Internet (figura 16).

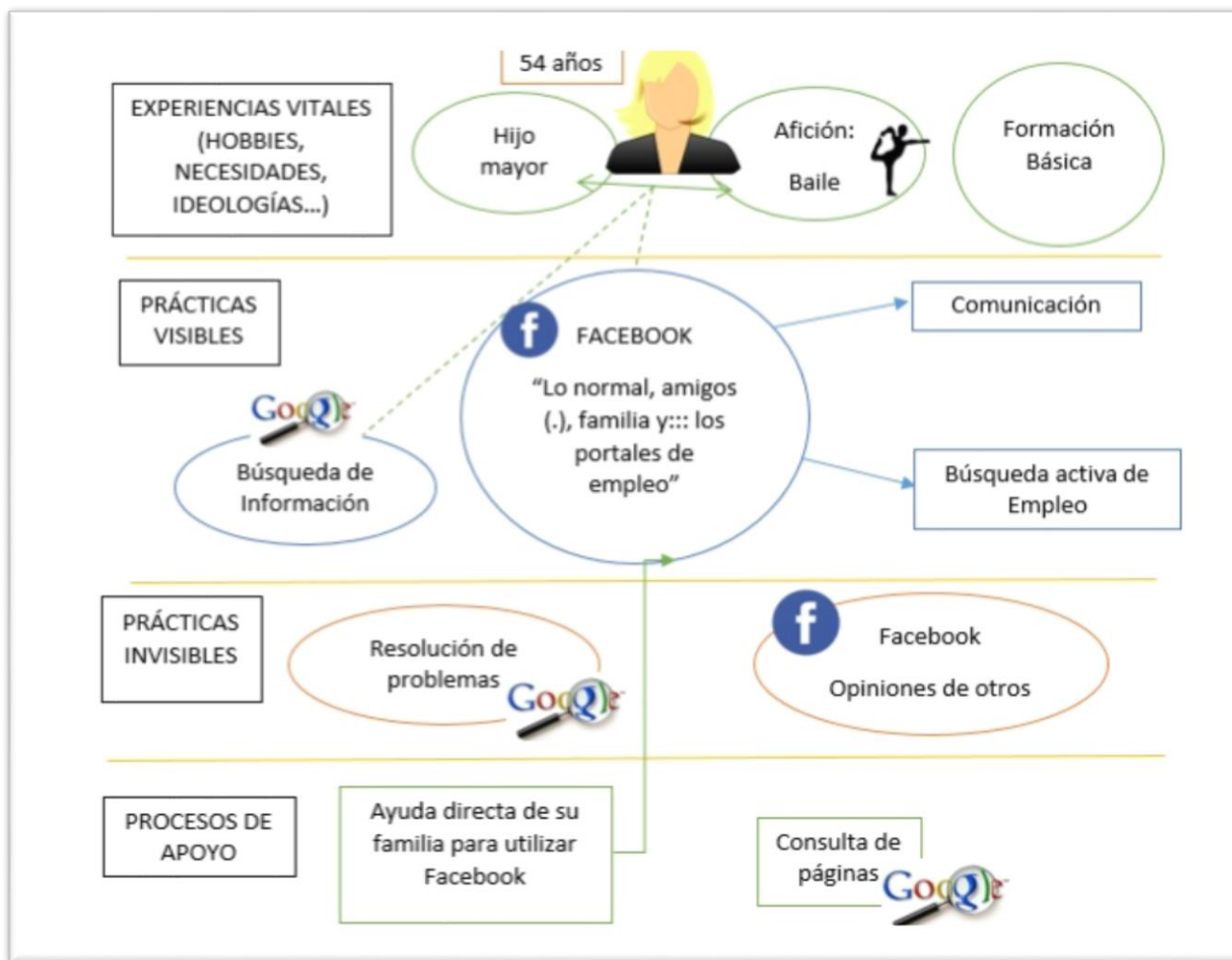


Figura 16. Prácticas Digitales de Lali

Lali tiene 54 años, tiene estudios Básicos obtenidos ya a edad adulta, está casada, tiene un hijo de 23 años que vive en casa y usa las redes sociales para buscar empleo y comunicarse con sus seres queridos. La principal red social que usa Lali es Facebook desde hace siete años. Ella orienta las prácticas de uso de la red a estar cerca de los suyos y comunicarse; también para buscar empleo y compartir contenido que busca por internet. Lali, a pesar de tener un perfil personal en esta red, tiene una actividad puntual, debido a que realiza muchas actividades y se encuentra casi por completo enfocada a la comunicación y contacto con sus familiares. A pesar de ello, está suscrita a páginas de Búsqueda de Empleo que consulta siempre que encuentra una oferta acorde a su perfil.

Lali tiene una amplia experiencia en las redes sociales gracias a un curso impartido por el Inem, a pesar de ello el uso que realiza de ellos es básico. Su afición es el Baile; a pesar de ello no hace uso de las redes ni Internet para mostrar interés por ella. De esta manera su afición no es una experiencia vital a la hora de utilizar las redes.

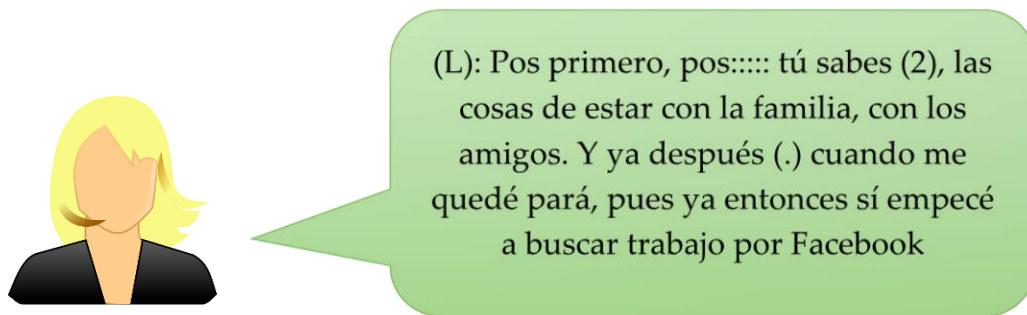


Figura 16.1. Discurso de Lali sobre el uso de las redes

En lo que respecta a las prácticas invisibles y que dan soporte al aprendizaje, Lali recurre a una rutina de uso para resolver problemas utilizando Google de manera general, igualmente, afirma que se puede aprender a través de otros en las redes; de sus comentarios y publicaciones.

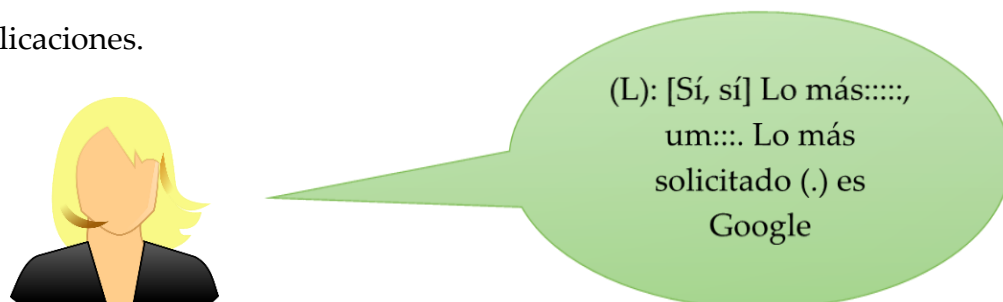


Figura 16.2. Discurso de Lali sobre su estrategia para aprender en Internet

Los principales procesos de apoyo de Lali se basan en internet y su hijo y marido; utilizando internet de manera general para la resolución de dudas y a sus familiares, para dudas específicas sobre las redes sociales.

En resumen, las tecnologías digitales para las mujeres desempleadas, por el momento, no son realmente importantes y se encuentra marchada por numerosos factores. De esta manera, en algunos casos, se observa una falta de conocimientos de las tecnologías digitales, según casos. Es por esto que las mujeres desempleadas requieren orientación a la hora de usar las redes sociales para poder hacer un uso óptimo de las mismas en función a necesidades, y de esta manera poder permitirles un máximo aprovechamiento de sus procesos de aprendizaje.

6.DISCUSIÓN

Basándonos en los resultados de este proyecto podemos afirmar que las mujeres desempleadas, al igual que la generalidad de ellas, muestran una variedad de motivos de uso de las redes sociales bastante amplio. Destacamos especialmente los motivos relacionales orientados a mantener y retomar contactos con familiares y amigos. Estos resultados concuerdan con los resultados otras investigaciones realizadas en estudiantes y adultos jóvenes (Arteaga et al., 2014; Lin & Lu, 2011) y en mujeres (Jiménez-Cortés et al., 2015; Rebollo-Catalán & Vico-Bosch, 2014) en las que se identifican motivos relacionales, de información y de entretenimiento al usar las redes.

Por otro lado, los resultados también indican que fortalecer y consolidar la red personal compuesta por amigos y familiares resulta ser el principal motivo de uso inicial de las redes, así como, el sentido que le dan las mujeres a las redes para la realización personal, al poder compartir intereses, hobbies, y cuestiones de índole cultural con otras personas, viéndose reforzada su identidad. Estos resultados concuerdan con los de investigaciones previas (Jiménez- Cortés et al.,) que han demostrado la relación entre el uso de las redes y el refuerzo de la identidad a través de grupos con intereses afines. Los resultados de nuestro estudio indican que los hobbies e intereses, en el caso de las mujeres desempleadas más jóvenes, son la vía de entrada para participar en grupos que les sirven como contexto de aprendizaje y empoderamiento personal.

En lo que respecta a los recursos y prácticas de uso las mujeres ponen de manifiesto la importancia del aprendizaje en entornos informales y la participación en grupos donde comparten intereses, al igual que en otros estudios previos (Verges, 2012; Rubio y Escofet, 2013). Este aprendizaje informal puede ser desarrollado también para la búsqueda activa de empleo.

De esta manera, los estudios sobre alfabetización digital y nuevas alfabetizaciones (Meyers et al., 2013; Area & Pessoa, 2012; Sloep & Berlanga, 2011) y el Plan de Inclusión Digital y Empleabilidad, insisten en la importancia de contemplar la participación en culturas y

prácticas digitales como parte esencial de la educación para una ciudadanía digital responsable, además de como una vía de inclusión social aportando a aquellos colectivos más desfavorecidos las competencias necesarias para un desarrollo personal óptimo y una inclusión social satisfactoria.

También hallamos algunas investigaciones que han demostrado la relación entre intensidad de uso y habilidades digitales en relación con Internet y otras tecnologías (Hargittai, 2010)

Finalmente, otras investigaciones como las de Castaño et al. ,(2012), nos muestran la importancia de las habilidades de uso en internet y las redes sociales para una mejor inserción laboral, ya que estas son valoradas por los mercados de trabajo, siendo mejor remunerados, aquellos trabajos donde se utiliza internet de manera habitual. Por este motivo es necesario dotar a las mujeres desempleadas de dichas competencias que les permitan acceder, nuevamente, al mercado laboral y mejores y más concretas ofertar laborales.

Por todo lo expuesto anteriormente consideramos la importancia de este proyecto, al tratarse de manera centralizada en mujeres desempleadas, colectivo en riesgo de exclusión social y sus actividades tecnológicas.

7. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

Los resultados de este estudio muestran:

- ✚ Las mujeres desempleadas acuden mayormente a contextos informales de aprendizaje, apoyándose en amigos y familiares u observando a su círculo cercano para aprender más sobre nuevas tecnologías.
- ✚ Sus estrategias de aprendizaje son autónomas basadas en la experimentación con la propia tecnología y su utilización intuitiva. Se ha de destacar que pocas de las mujeres desempleadas recurren al aprendizaje colaborativo u convencional.
- ✚ Las mujeres presentan una gran variedad de motivos para usar las redes sociales, destacando, en su mayoría, motivos de uso más generales. De esta manera se presenta como principal motivo, reducir la distancia; dándole mucha importancia también a expresarse abiertamente.
- ✚ Dentro de los motivos específicos para utilizar las redes sociales, las mujeres manifiestan usarlas para desarrollar sus hobbies y realizar gestiones administrativas.
- ✚ En lo que respecta al desarrollo de competencias en las redes sociales las mujeres afirman que las competencias más desarrolladas son la alegría por otros en las redes, y, la capacidad de usar la red sin perjudicar otros aspectos de su vida cotidiana. La competencia menos desarrollada dentro de las redes es la capacidad de crear contenido; presentan una capacidad muy baja para compartir contenido creativo elaborado por ellas mismas.
- ✚ Hemos encontrado una variable importante o que condiciona el uso de las redes sociales, en cantidad y calidad, en el desarrollo de PLE y uso de la red; la variable edad.
- ✚ La edad condiciona el número de redes a las que las mujeres acceden, ya sea por desconocimiento o no saber utilizarlas.
- ✚ Las desempleadas de mayor edad, en su mayoría, no alcanzan a utilizar la red social YouTube. Muy pocas de ellas, son las que afirman usarlo alguna vez para actividades determinadas. Esto se contrapone a las desempleadas más jóvenes que

tienen YouTube como una herramienta de consulta y ayuda para el desarrollo de sus entornos personales de aprendizaje.

- ✚ Google se corona como el buscador de información más utilizado para apoyar el aprendizaje. La mayoría de las mujeres afirman ser lo primero que consultan cuando quieren encontrar una información u aprender de manera rápida.
- ✚ Las mujeres desempleadas de mayor edad presentan menores estrategias de aprendizaje y recursos para acceder a las redes sociales.
- ✚ En función de la edad, las motivaciones para utilizar las redes sociales, el impulso inicial de las mujeres de mayor edad para utilizar las redes viene del contacto con otras personas que ya utilizan estas redes. En el caso de las más jóvenes, son que ya que todos sus conocidos o amigos las utilizan.
- ✚ Una de las necesidades de formación más apremiantes en estas mujeres es la seguridad y privacidad en las redes, servicios culturales de ocio, así como, recursos para la búsqueda de empleo.
- ✚ Las mujeres muestran una recepción positiva de las redes sociales, de forma general, incluyéndolas en su día a día, gracias a los dispositivos móviles y también las ayuda a tener más presencia y participación social.
- ✚ Es de destacar, que, en el caso de las desempleadas de mayor edad, debido a la utilización reducida de redes su crecimiento y empoderamiento personal se ve bastante limitado, ya que no utilizan la red de manera colaborativa.
- ✚ Las redes sociales presentan en todas estas mujeres, la posibilidad de mantener la relación y el contacto con grupos vinculados a su trayectoria vital (antiguos amigos, compañeros, etc.) Esta motivación se presenta importante, en el caso de las mujeres más mayores para recuperar ámbitos de actividad y etapas vitales.
- ✚ En materia de empleo, pocas son las mujeres desempleadas que desarrollan sus actividades alrededor de la búsqueda activa de empleo, sobre todo en los casos de desempleadas de larga duración. Estas se encuentran un poco desmotivadas y se consideran un colectivo abandonado por las propuestas del Estado.

- ✚ Por otro lado, estas mujeres no se plantean iniciar un empleo por cuenta propia, es decir, emprender. Aunque se dan casos aislados.
- ✚ Llama la atención la baja percepción sobre necesidades de aprendizaje que tienen estas mujeres con respecto a formarse en el uso de internet y redes sociales y específicamente en la búsqueda de Empleo

Por todo lo expresado anteriormente, nos parece imprescindible incidir en la necesidad de formación en aspectos aplicados a las nuevas tecnologías, en mujeres desempleadas, para paliar la tangible brecha digital a la que están expuestas y ayudarlas en su empoderamiento personal y en la mejora de su capital social. Para ello creemos que resulta de vital importancia, primero, hacer llegar estas necesidades al Servicio Estatal de Empleo, para poner en su conocimiento el estado de dicha cuestión y como, estas mujeres se encuentran totalmente desconectadas de sus posibles propuestas.

Segundo, sería recomendable revisar las estrategias formativas, en materia de nuevas tecnologías, que se están llevando a cabo, para determinar si son acordes con las necesidades presentadas o se encuentran muy alejadas de la realidad.

Tercero y último, sería recomendable una revisión de los servicios de orientación a la hora de usar las redes sociales, y las tecnologías en general, para poder hacer un uso óptimo de las mismas en función a necesidades, y de esta manera poder permitirles un máximo aprovechamiento de sus procesos de aprendizaje.

BIBLIOGRAFIA

- Area, M., & Pessoa, T. (2012). De sólido a líquido: Las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 19 (38) 14-20.
- Arteaga, R., Cortijo, V., & Javed, U. (2014). Student's perception of Facebook for academic purposes. *Computers & Education*, 70, 138-149.
- Attwell, G. (2007). Personal Learning Environments. The future of e-learning? . *eLearning Papers* 2(1) 1-6.
- Cabero Almenara, J. (2014). *Los entornos personales de aprendizaje (PLE)*. Málaga: IC Editorial.
- Cabero Almenara, J. (2016). *Tendencias Educativas para el siglo XXI*. Madrid: CEF.-.
- Campos Freire, F., & Alonso Ramos, N. (2015). Las herramientas digitales sociales en línea para la autopromoción laboral. Hacia un estado de la cuestión. *Revista Latina de Comunicación Social* , 70, 288-299.
- Castañeda, L., & Adell, J. (2013). *Entornos Personales de Aprendizaje: claves para el ecosistema educativo en red*. Alcoy: Marfil.
- Castaño, J., Duart, J. M., & Sancho, T. (2012). Una segunda brecha digital entre el alumnado universitario. *Cultura y Educación*, 363-377.
- Cea D'Ancona, M. (2001). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnica de Investigación Social*. Madrid: Síntesis.
- Cobo Romaní, C., & Moravec, J. W. (2011). *Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Barcelona: Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius/Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Corbi (2011). [imagen]. Recuperado de <http://www.ticovision.com/cgi-bin/index.cgi?action=viewnews&id=6649>
- DeVault, M.L. and Gross, G. (2007) Feminist Interviewing: Experience, Talk and Knowledge (pp. 173-192). In Sharlene N. Hesse Biber (Ed.). *Handbook of Feminist Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Domingo Segovia, J., Fernandez Cruz, M., & Bolivar Botia, A. (2001). *La Investigación biográfico-narrativa en Educación: Enfoque y Metodología*. La Muralla.
- Fernández Rodríguez, E., & Anguita Martínez, R. (2015). Aprendizajes invisibles en contextos de educación expandida. Retos y oportunidades en la sociedad hiperconectada. *Profesorado: Revista de currículum y formación del profesorado*, 19 (2) 2-13.

- Ferrari, A., & DIGCOMP a framework for developing and understanding digital competence in Europe. (Y. Punie y B.N. Brecho, E. (2013). Luxemburg: Publications Office.
- García Pérez, R., Santos Delgado, J. M., & Buzón García, O. (2016). *Journal of Educational Technologies in higher education*,3 (13) en prensa.
- Greenhow, C., & Burton, L. (2011). Help from my "Friends" .Social capital in the social network sites of low-income high school students. *Journal of Educational Computing Research*, 45 (2), 223-245.
- Greenhow, C., & Robelia, B. (2009). Old communication, new literacies: Social network sites as social learning resources. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (4) 1130-1161.
- Gros, B. (2015). La caída de los muros del conocimiento en la sociedad digital y las pedagogías emergentes. *EKS*, 16 (1) 58-68.
- 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.
- Janssen, J., Stoyanov, S., Ferrari, A., Punie, Y., Pannekeet, K., & Sloep, P. (2013). Experts' views on digital competence: Commonalities and differences. *Computers & Education*, 68 ,473-481.
- Jiménez-Cortés , R., Rebollo Catalán, Á., García Pérez, R., & Buzón García , O. (2015). Motivos de uso de las redes sociales virtuales: análisis de perfiles de mujeres rurales. *Relieve*, 21 (1) 1-12.
- Jimenez-Cortés, R., Rebollo Catalan, Á., & García Pérez, R. (Coord). (2016). Aprendizaje con tecnologías digitales para la E-Inclusión. Madrid: Síntesis.
- Lin, K., & Lu, H. P. (2011). Why people use social networking sites. An Empirical study integrating network externalities and motivation theory. *Computers in Human Behavior*, 27 (3), 1152-1161.
- Mateo Andrés, J. (1998). La investigación "ex-post-facto". Barcelona: Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya.
- Meyers, E. M., Erickson, I., & Small, R. V. (2013). Digital literacy and informal learning environments: An introduction. *Learning, Media and Tecnology*, 38 (4), 355-367.
- Plan de inclusión digital y empleabilidad (2013). Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Recuperado de http://www.agendadigital.gob.es/planesactuaciones/Bibliotecainclusion/1.%20Plan/Plan-ADpE-7_Inclusion-Empleabilidad.pdf

- Rebollo-Catalan, Á., & Visco Bosch, A. (2014). El apoyo social percibido como factor de la inclusión digital de las mujeres de entorno rural en las redes sociales virtuales. *Comunicar: Revista científica de Educomunicación*, 43 (31) 2173-180.
- Rebollo-Catalán, A., García Perez, R., & Mayor Buzon, V. Las competencias digitales en las redes sociales como indicador de las nuevas alfabetizaciones. Madrid, España.
- Rebollo-Catalán, Á., Vico Bosch, A., & García Pérez, R. (2015). El aprendizaje de las mujeres de las redes sociales y su incidencia en la competencia digital. *Prisma Social : revista de ciencias sociales*, 15 122-146.
- Rubio, M. J., & Anna, E. (2013). Estudio sobre los usos de las TIC y las posibilidades de empoderamiento en las mujeres. *Revista Iberoamericana de Educación*, 62 (3) 2-12.
- Sanchez Vadillo, N., Ortega Esteban, O., & Vall-llovera, M. (2012). Romper la brecha digital de género. Factores implicados en la opción por una carrera tecnológica. *Athenea Digital* 12 (3), 115-128.
- Sloep, P., & Berlanga, A. (2011). Redes de aprendizaje, aprendizaje en red. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 19 (37) 55-63.
- Smoke, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y. (2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior*, 27, 2322-2329.
- Strauss, A., & Corbin, J. M. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. London: Sage Publications.
- Tojar Hurtado, J. (2006). *La investigación cualitativa: Comprender y actuar*. Madrid: La Muralla.
- Tosun, L. P. (2012). Motives for Facebook use and expressing 'true self ' on the Internet. *Computers in Human Behavior*, 28 (4) 1510-1517.
- Vega Caro, L., Vico Bosch, A., & Rebollo Catalán, Á. (2015). Motivaciones de uso de las redes sociales para el desarrollo del capital social de las mujeres de entornos rural. *Icono* 14, 21 (4) 142-162.
- Verges-Bosch, N. (2012). De la exclusión a la autoinclusión de las mujeres en las TIC. Motivaciones, posibilitadores y mecanismos de autoinclusión. *Athenea Digital*, 13 (3) 129-150.
- Wheeler, S. (2015). *Learning with 'e's. Educational theory and practice in the digital age*. UK: Crown House Publishing Limited.

8. ANEXOS

8.1. Documentos para la recogida de datos

DOCUMENTO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Te proponemos participar en un estudio científico que surge con el propósito de estudiar las experiencias de las mujeres en el uso de las redes sociales virtuales y su integración en su vida cotidiana con el fin de valorar los beneficios para la autorrealización personal y profesional en el marco de la Sociedad de la Información. La información obtenida resulta de gran interés para aumentar el campo de conocimientos para la inclusión digital de las mujeres. El conocimiento científico obtenido con este trabajo puede ser muy útil para diseñar acciones formativas destinadas a mujeres con el fin de aumentar sus capacidades tecnológicas orientadas al empleo y al desarrollo profesional.

La participación no conlleva riesgos para las mujeres. Los datos obtenidos serán tratados con confidencialidad y podrán ser utilizados en el marco de los objetivos del proyecto, previa autorización de las personas participantes, pasando a formar parte de una base de datos más amplia para análisis y divulgación de resultados en ámbitos académicos y sociales.

Por ello, solicitamos tu colaboración procediendo a realizar la entrevista de la forma más veraz y sincera posible y teniendo en cuenta que las personas que le harán la entrevista son personas en formación, agradeciendo de antemano tu colaboración, solicitamos que nos des tu consentimiento para proceder a esta recogida de datos.

OTROS ASPECTOS QUE USTED DEBE CONOCER:

- Los responsables de esta investigación se comprometen a proteger y a custodiar los datos que usted nos proporcione, guardando el anonimato de las participantes.
- La entrevistadora ha firmado una declaración jurada de confidencialidad para hacer un uso adecuado de la información.

- Bajo ningún concepto se revelará la identidad de las personas que participan en el estudio.
- Los resultados obtenidos en este estudio podrán ser divulgados a la comunidad científica, previa autorización.
- Si usted antes de firmar este documento desea más información, no dude en pedirla.

CONSENTIMIENTO

Yo, D^a.,
 mayor de edad, declaro que:

- He sido informada de la naturaleza y objetivo del estudio, así como de la ausencia de riesgos por participar en el mismo.
- He sido informada de mi derecho a retirar este consentimiento cuando lo estime oportuno, sin necesidad de justificar mi decisión y sin que de ello se derive ninguna consecuencia adversa a mi persona.
- He comprendido perfectamente todo lo anterior y doy mi consentimiento a realizar la entrevista que se me proponga, previo conocimiento del contenido si lo preciso.
- Puedo retirar este consentimiento cuando lo desee en cualquier momento y abandonar mi colaboración.

Fecha:

Fdo.:.....

DECLARACIÓN JURADA DE CONFIDENCIALIDAD

A través de este documento se te informa de que vas a participar como entrevistadora en el trabajo de campo de la investigación que tiene como propósito estudiar las experiencias de las mujeres en el uso de las redes sociales virtuales y su integración en su vida cotidiana con el fin de valorar cómo aprenden y los beneficios que tienen para la autorrealización personal y profesional en el marco de la Sociedad de la Información, es preciso contar con su compromiso de confidencialidad.

La información obtenida resulta de gran interés para aumentar el campo de conocimientos y de actuación acerca de la inmersión digital de las mujeres. El conocimiento científico obtenido con este trabajo puede ser muy útil para diseñar acciones formativas destinadas a mujeres con el fin de aumentar sus capacidades tecnológicas orientadas al empleo y al desarrollo profesional.

Por ello, se realizarán entrevistas a mujeres andaluzas de zonas rurales, mujeres emprendedoras o desempleadas de diferentes edades (de 25 a 65 años) y nivel de estudios. Durante el proceso y como entrevistadora debes custodiar y proteger los datos, así como las transcripciones de la información velando por la necesaria confidencialidad de la misma.

DECLARACIÓN Y FIRMA

Yo, D^a. LAURA M.^a MORENO ROMERO.....
mayor de edad, declaro haber sido informada de la naturaleza y objetivo del estudio, así como de mi responsabilidad en la participación de la misma. Por ello, declaro bajo juramento que me comprometo a:

- Proteger y custodiar datos procedentes de las mujeres entrevistadas.
- Guardar la necesaria confidencialidad de la información de las mujeres entrevistadas.
- No divulgar los datos obtenidos por ningún medio, salvo autorización expresa de los autores del mismo.
- No publicar los resultados del estudio ni aplicar las entrevistas del mismo en trabajos posteriores sin citar la autoría y sin autorización expresa de los autores del mismo. En caso de adaptaciones o aplicaciones que cuenten con la autorización, será preciso indicar el origen o fuente de dicha aplicación.
- No utilizar ni aplicar la investigación con fines distintos para los que se ha realizado, velando en todo caso porque su aplicación sea siempre en beneficio del colectivo destinatario de la misma. No obstante, para hacerlo se deberá solicitar la conformidad de los responsables de la investigación.

Fecha: 15/05/2016.....

Fdo.:.....

8.2. TRANSCRIPCIONES DE ENTREVISTAS

8.2.1 Entrevista a Adia

Introducción

Adia parece una chica bastante seria, nada más llegar nos limitamos a un apretón de manos. Posteriormente, debido a la proximidad en la edad, charlamos un poco para que se sienta más cómoda. Parece que tiene muchos intereses y es una persona activa y despierta a pesar de ello se muestra vergonzosa en muchos momentos.

Madre mía. Hola me llamo Laura, vengo en la Facultad de Ciencias de la Educación y estamos haciendo un trabajo para saber cómo usan las mujeres las redes sociales, si las usan para aprender y cómo lo hacen. Por eso te hemos pedido charlar contigo y que nos cuentes tu experiencia particular nos interesa conocer tu rutina, que sueles hacer y también qué aportan en tu vida. Las redes sociales son muy utilizadas por las mujeres pero desconocemos mucho sobre qué aportan en sus vidas. Todo lo que nos cuentes puede ser importante para conocer las experiencias de las mujeres en el uso de internet y las redes sociales y poder ayudar a otras mujeres con menos experiencia en el uso de tecnologías. Por eso te pedimos que nos cuentes con detalle todo lo que consideres significativo o importante sobre tu experiencia. Queremos que sepas que todo lo que nos cuentes es confidencial y anónimo, y en ese sentido puedes estar tranquila, aunque no tienes que contar nada que no quieras compartir es importante que sepas que todo lo que nos cuentes puede servir para mejorar la experiencia e información de otras mujeres y por lo tanto puede ayudarlas en forma de participa y usar las tecnologías. Eh, Por ello nos gustaría que nos contestaras sinceramente a una serie de preguntas y te agradecemos de antemano el tiempo que nos dedicas y tu colaboración para guardar el anonimato y la información y que la información se guarde sin referencia explícita a tu persona de forma que podamos tratar la información de forma confidencial , puedes adoptar tu nombre o un nombre ficticio que por el cual quieras que me dirija a ti de ahora en adelante ¿qué prefieres?

Adia:

Adia

Laura: Vale pues, pues vamos a empezar con unos datos sobre el perfil de:::, sobre tu perfil. ¿Qué edad tienes?

Adia:

Veintiséis

Laura:

¿Cuál es tu nivel de estudios?

Adia:

Universitarios

Laura:

¿A qué te dedicas actualmente?

Adia:

Ahora mismo en desempleo

Laura:

Eh::: ¿ cuál es tu estado civil?

Adia:

Soltera (risas)

Laura:

Um: ¿Tienes hijos?

Adia:

Ninguno

Laura:

(risas) ¿Con quién vives?

Adia:

Sola

Laura:

¿Desde cuando tienes un perfil en las redes sociales?

Adia:

Eh:::: u:::f:::: Pues el que de verdad es el mío, es de Facebook y será desde el dos mí:::l once, por ahí.

Laura:

ºValeº. ¿En qué momento del día sueles entrar y con qué dispositivo? Móvil, tablets, portátil ¿?

Adia:

Eh::: a:: las redes sociales, por ordenador y::: u:::f, cuando me viene; no tengo un horario

Laura:

Vale (entre risas) ¿ Cuánto tiempo sueles estar conectada en los momentos más habituales en los que accedes?

Adia:

Poco tiempo, un cuarto de hora; veinte minutos

Laura:

Vale::: e::h. ha, ha,ha Me he perdido. ¿Cómo es tu red? El número de amigos en tu red, número de seguidores, perfiles de empresas, amistades, familia, laboral, aficiones. ¿?

Adia:

Pues el perfil que tengo; hombre si, si que tengo ahora una cuenta en infojob pero vamos ese todavía por ahora ninguna red. Y en Facebook, poca gente ummm creo que no llego ni a los 40 amigos, la verdad.

Laura:

Risas. Estas peor que yo [---] en Facebook. ¿ que variedades de personas consideras que forman tu red? Edades, culturas, países, ideologías?

Adia:

De países son todos de aquí, de España. Y::: de edades, hombre, la gente que es de mi universidad que más o menos son sobre los 22/23 años a los 30 y algún familiar que hombre, pueden llegar a los cuarenta y tanto; cincuenta.

Laura:

De acuerdo. Aparte de Facebook ¿qué otras redes sociales utilizas?

Adia:

Twitter, aunque solamente para ver lo que sube la gente y:::, y bueno si, YouTube que sería híbrido.

Laura:

Risas

Adia

Que ese si lo utilizo mucho.

Laura:

Vale

Adia:

Y ya está.

Pues pues entonces... es que ahora vienen unas preguntas específicas de cada red social por ejemplo eso, como me has dicho que utiliza:::s , Facebook. ¿ Qué motivo te llevo a abrirte un perfil en Facebook?

Adia

En Facebook el motivo que me llevo fue para jugar a los juegos de la plataforma.

Laura:

Risas. El farmville

Adia:

(Risas) Si, totalmente. Para lo único que me lo abrí totalmente.

Laura:

Eh:::, ¿Cómo fue la situación? Es decir, ¿quién te impulso? [---] ¿Quien?

Laura:

Vale

Adia:

Una amiga.

Laura:

¿Cómo fueron los primero pasos que diste en la red? Más o menos

Adia:

Los primeros pasos... pero e::::n

Laura:

En Facebook

Adia:

Ah en Facebook. Los primero pasos.. (*Piensa*) yo creo que fue agregar a la persona que me::::, que me lo dijo y automáticamente ponerme a jugar a los juegos de Facebook [---] Ya después si, fui agregando más gente fui agregando, sobre todo lo que si me gusta mucho en Facebook es, si sigo::: yo que sé, cantantes; si sigo paginas por ejemplo de inglés o de cocina, de recetas. Eso sí. Y realmente yo, las veces que me meto en Facebook es para eso. Para ver que nuevas cosas han publicado esas paginas, no los particulares.

Laura:

º vale º. A ve. ¿Tienes anécdotas de estos primeros momentos que recuerdes y que quieras contar? En Facebook. Por ejemplo.

Adia:

¿ En Facebook? ¿Anécdotas? (dubitativa) º no hay así ninguna:::: º No en Facebook, no.

Laura:

Vale. Bueno pue::::s. Lo mismo:: co::::n Twitter, por ejemplo. ¿Qué motivo te llevo a abrirte un perfil en twitter?

Adia:

En twitter pues el motivo fue pues por lo de::, como me quiero dedicar a lo que so::::n venta de arte y cosas de esas. > Bueno, de arte< De hacer yo cosas mías propias, pues> yo decía hombre twitter viene bien para cuando ya me ponga hacer cosas ir colgándolas<, las fotos y todo eso. Pero realmente hoy en día, el manejo como mientras que no tengo esas cosas

pue::s realmente es para eso, para los youtubers que sigo, los cuatro o cinco para ver cuando publican, para ver que comentario hacen en relación a video juegos a las ultimas noticias de lo que sea.. Eso

Laura:

Vale. ¿Quién te impulso? ° Tu sola °

Adia:

Si. En el twitter yo sola

Laura:

(*Risas*)¿Cómo fueron los primeros pasos que diste en esta red?

Adia:

Pue::s, creo que lo primero que hice fue agregar a un youtuber, fue lo primero. Na más que me hice la cuenta, agregué a uno que:: que es eso de:: de literatura:: y cosas así.

Laura:

[---] ¿Tienes anécdotas de estos primeros momentos, que recuerdes? En twitter

Adia:

Sí que al cabo de una semana, o así, me conecté a twitter y veía que tenia seguidores > y digo yo, pero como si nadie sabe que me hecho la cuenta>< ¿? (risas)

Laura:

(risas) ¿quién me sigue?

Adia:

(risas) En plan de ¿ perdona?

Laura:

A mí me ralla cuando entro e::n en segui, por ejemplo en e::l, esta mierda, Instagram. En Instagram. Que me hice Instagram por (2) una amiga, y:: y entro y veo que ha subido una foto y alguien que no conozco le ha dado al corazoncito y yo tu quien eres stalker ¿ TÚ QUIÉN ERES? (risas) en plan, ¿ de dónde sales? (entre risas) Eh:: en plan, bueno eso, hemos dicho twitter ¿? Ahora YouTube, eso. YouTube. ¿Qué motivos te abrieron, te llevaron a abrirte un perfil en YouTube?

Adia:

Para poder comentar en los videos. Porque:: al no tene::r tu , porque si en YouTube te puedes meter sin tener una cuenta pero (2) para poder tu comentar en los videos necesitas tener la cuenta.° Entonces fue por eso °. Para pode::r participar.

Laura:

¿Quién te impulso?

Adia:

Yo sola

Laura:

Tu sola. Vale. ¿Cómo fueron los primeros pasos en YouTube?

Adia:

En YouTube, ¿de hacerme la cuenta? O::: o, o ¿ desde que utilizo YouTube?

Laura:

º Desde que utilizas YouTube º

Adia:

Desde:: que utilizo YouTube pue:::s , lo primero que hacía en YouTube era ver videos que estaban hechos con imágenes de series y escuchar la música. O escuchar música pero vamos mayormente era eso, los videos montaos con imágenes de series, de películas, lo que fuera con música de cualquier cantante.

Laura:

¿Alguna anécdota? De YouTube

Adia:

U:::f te puedo contar desde anécdotas de videos raros que me he visto hasta:::, yo que sé, (entre risas) es que YouTube tiene demasiadas cosas .

Laura:

Youtube es una fuente de anécdotas, es en plan, a ver que no tiene youtube. Yo desde que vi el video del homúnculo ya me veo cualquier cosa. Me lo imagino y tu “que eso es un pollito en descomposición, señor” (risas)

Adia:

Exactamente

Laura:

Yo cuando lo ví. Dije yo “Pero si eso es un pollito en descomposición... Joder que fatiga. Bueno, a ve, E:::h, ¿ WhatsApp? Lo mismo. ¿ qué motivo te ha, te llevó a abrirte un what’s up?

Adia:

Pues WhatsApp por una amiga.

Laura:

(Risas) TU AMIGA LA DEL FACEBOOK, LA DEL WHATSAAP, ES LA MISMA SEGURO. Eh:::, ¿ Cómo fue la situación? ¿Quién te impulso? º Tu amiga, ya me lo has dicho º. ¿Cómo fueron los primeros pasos en WhatsApp?

Adia:

¿ En Whatssa:::p? pue:::s, (10) intentar aprenderte, > mira que es fácil whatsapp> pero sobre to eso ¿no? El rollo de::: (2) , de la privacidad:::d, de subir las fotos de:::,de ir manejando un poco, ° mayormente°

Laura:

¿Tienes anécdotas (5) de whatsapp?

Adia:

(11) (se ríe)

Laura:

¿ No? (risas)

Adia:

No, no, no. De whatsapp no

Laura:

To la gente que he entrevistado me suele decir (4) “ pos yo (1) iba a enviar una foto y me equivoqué (2) se la envíe a otra persona (entre risas)

Adia:

No, es que yo normalmente eso nunca me ha pasado ni con los mensajes porque se cerciono::: de que es la persona

Laura:

En cuestión (risas) Bueno, vamos a seguir. ¿ qué te gusta hacer en la red? Juegos (.) ver fotografias (.) debatir sobre temas de interés ¿?

Adia:

¿En la red en general?

Laura:

Si esto es en general

Adia:

En la red en general, realmente lo que más me gusta es, osea lo que más tiempo utilizo es para información, para buscar información; sea ahora mismo sobre algo que me interesa mucho tanto aprender todo lo que pueda de lo que es la creación de videojuegos. ¿ cómo es el mercado? Todo eso. También lo que es literatu:::ra, nuevas técnicas de arte, y cualquier cosa que se me vaya ocurriendo. > De repente a lo mejor escucho cualquier tontería, aunque sea incluso hasta de medicina< del cerebro; cualquier cosa que me llamé la atención y buscar información sobre ello.

Laura:

Ahí está. Jugar también juegas, que todos lo sabemos (risas)

Adia:

No sí. Lo que pasa que realmente, a lo mejor si me puedo tirar diez horas en internet ¿? De las diez horas, ocho o nueve horas realmente es más de estar buscando información que:::

Laura:

Que haciendo cualquier otra cosa

Adia:

Si.

Laura:

A ve, siguiente pregunta. ¿Qué tipo de contenido sueles publicar? Si es que publicas algo. Videos, fotografías, enlaces a noticias, etc.

Adia:

En la red no publico absolutamente nada. Por hoy en día, no he publicado nada. Nisiquiera un comentario en el muro de Facebook.

Laura:

Risas. Pues entonces nada. ¿Ha habido alguna información o imagen que te haya impactado o te haya hecho reflexionar?

Adia:

º Muchisimas º.

Laura:

¿Sobre qué tema era? [Más o menos, la que quieras]

Adia:

[U:::ff]

Laura:

Decir

Adia:

(6) Eh::: Hombre, vamos a ver, por ejemplo, noticias que sea:::n de guerra, o cosas de esas, realmente (.) ya de por si:: en el telediario (3) o en cualquier periódico o lo que sea, entonces pues a ver , que realmente sea de la red, de la red, ¿que yo me haya enterao en la red? (5) Pue:::s por ejemplo, YouTube , es una cosa que me hace::, claro, como hay mucha gente que publica el día a día de sus vidas, y eso, es ver eh:::, tanto el que lo publica, > la gente que hace ese contenido< el ver como puede llegar hasta tal punto la falsedad de una sociedad y después como yo> como usuaria que lo consume< (5) es realmente la:::, la soledad que tenemos, ¿ no? Porque realmente, la mayoría de la gente que consumimos mucho YouTube

(2) es por eso, porque estamos solos y es como nuestra nueva tele o la radio antigua. Para tener algo ahí

Laura:

Uhum. No y aparte como es eso; hacen videos e:::n Pla:::n, directos y cosas de esas, pues es como si tuvieras a alguien en tu casa. En realidad es como si vivieras con alguien.

Adia:

Eso. Y además eso, cuando pasa el tiempo, > pues de verlos muchas veces< al final lo consideras como una especie de "amigo" .

Laura:

Jum. Generas una familiaridad. Sí, sí. Eh::: ¿ Qué es lo que::: no te gusta o te incomoda de la red?

Adia:

(suspira) (7) el que si tú tienes u:::n perfil de:::, um:::, para los amigos, para conocidos y tal, si tu vas a publicar (.) algo, que::: todo el mundo se entere , que todo el mundo esta pendiente::: de lo que haces, y si lo no haces también están pendiente de que no lo haces. Eso e:::s. Y:::, de internet, en general, (5) pues que cualquier persona puede colgar cualquier material y entonces tienes que estar (3) erre que erre buscando a ver si es verdad toda la información que te encuentras ; no te puedes fiar ni aunque hayas buscando en diez mil blogs o en diez mil páginas. Nunca puedes saber de qué esa información primaria ya venga mal y todo el mundo la va repartiendo y todo el mundo tiene el mismo error.

Laura

[--] Ese es el problema. Yo en esto de Facebook, el otro día; yo que no suelo [--] el muro de Facebook. Pero me levante con la cabeza así un poco tonta y puse::: ¿ qué fue lo que puse? Me siento desconcertada o se siento > yo que sé cualquier paranoia de esas< ¿Te puedes creer que me llamó hasta mi padre por teléfono? (risas) En plan, NIÑA QUE TE PASA, ¿ ESTAS BIEN?, Y DIGO, COMO SE NOTA QUE NO PUBLICO NADA QUE EL DÍA QUE PUBLICO ALGO ME LLAMA LA GENTE. TOL MUNDO "PERO::: ESTAS BIEN, PERO ESTAS BIEN" " ¿ TE PASA ALGO? Y yo um::: si:::. Simplemente que me he levantado con la vena publicadora y he puesto "Laura (.) Se siente confundida" y ya, > por sentirte confundida< Todo el mundo te llama. [--] Eh::: ave , ejem, ¿ por dónde vamos? Por aquí. ¿Estas unida a algún grupo? O ¿lo has creado tú?

Adia:

He estado::: en grupo del Whatsaap (4) y::: ¿ que yo creara? Bueno si, y también , > por ejemplo< en Facebook, para hacer algún trabajo o lo que sea. Para estar mandándonos los trabajos. ° Pues los cuatro (.) cinco o seis personas que fuésemos en el grupo teniamo:::S un grupito ahí en Facebook °. Y::: (2) y eso, y en el WhatsApp realmente (2) son que me añaden. Siempre en plan de::: se monta el grupo de la clase, pues te añaden. De familia? ¿ He tenido dos o tres y yo decía " pa que, si somos los mismos" (risas)

Laura:

Somos la misma familia no hemos cambiao todavía

Adia:

Exactamente

Laura:

Eh::: y ¿ cómo funciona el grupo o grupos?

Adia:

(8) ¿Cómo funciona? Pues cada uno pone lo que le va dando pos la gana de comentar (entre risas)

Laura:

“Estoy aburrido”. “ Estoy desayunando una tostá”

Adia:

Si, y hay momentos en que sí, que a lo mejor eso, te ves las conversaciones a lo mejor somos quince veinte personas en el grupo, y te ves la conversación entre dos o tres na ma (.) Y se llevan a lo mejor desde las diez de la noche, hasta las dos o las tres de la mañana y tú ya diciendo “ voy a tener que silenciar el móvil > porque no me dejáis tranquila< (risas)

Laura:

(risas) No me dejáis dormir .Eh:::¿ cómo es tu compromiso en los grupos estos en los que estas? ¿ mandas contenido, [aportas contenido]?

Adia:

[Actualmente], en los del grupo de WhatsApp creo que solamente he comentado para decir “Hola” Um;, el principio. Y ya está. Yo creo que no he vuelto a comentar nada más. Porque yo es que, sinceramente, si tengo::: , > es que normalmente los grupos que me han añadió eran porque eran de familia de mi tia< entonces claro, yo, >si los he conocido en algún momento pero realmente< aunque son personas muy cercanas, muy tal. Pero claro yo, um:::, no tengo tampoco mucha relación entonces, si tenía que preguntarle algo a mi tía, > por ejemplo, si era algo sobre un bautizo de los niños de mi primos o lo que fuera< yo iba directamente o a mis primos o a mi tia a decirle >“ Oye que tal y que cual< No lo comentaba, aunque ellos lo comentaban por el whatsapp este grupal, no lo decía yo por ahí. Y los del grupo si, pos lo de universidad o lo que sea, sí, porque estás trabajando:::

Laura:

Ah:::, ha(.) ha(.) ha . ¿Has tenido alguna dificultad o problema al usar estas redes? ¿ has querido hacer algo que no sabías hacer por ti misma?

Adia:

Si tengo algo, algu:::n problema que no sepa hacer algo; > o le pregunto a alguien que tenga < porque normalmente tanto el WhatsApp, ° el facebook°. Todas esas cosas las utiliza casi

todo el mundo (.) y sobre todo, hombre que yo soy una persona joven y pues (.) casi todo el mundo que tiene mi edad lo utiliza, entonces, pues si tienes algún problema se lo dices a alguien. Y sino rápidamente en la red (.) lo busca::s

Laura:

¿ qué tipo de problemas, a lo mejor, te has podido llegar a encontrar? ¿ técnicos, como funciona lo de la privacidad? ¿ como::: configurar algo?

Adia:

(4) Yo los problemas que he tenido, ahora mismo, el único que me da problemas es WhatsApp; y::: es por el móvil, en si e:::l , el dispositivo. Y::: de red, realmente:: (3) no he tenido ningún problema co::n, con la páginas que utilizo. > A lo mejor alguna vez que , a lo mejor por ejemplo > Facebook o youtube, cualquiera de estas esta::: , le da una saturación o se cuelga su servidor (.) ° o lo que sea °. Es por, un problema suyo. Pero realmente (.) no, ° no encuentro ningún problema::: °.

Laura:

° vale ° Eh::: ¿ quién o qué te ayudo a resolverlo?

Adia:

(6) E:::l, el único problema que, si es el que tengo ahora mismo:: (.) no se puede solucionar (.) es cuestión del dispositivo y::: ya a no ser que lo tire y me compre otro nuevo . No se puede solucionar.

Laura:

Déjate que el Huawei tiene que durar. (Risas) ¿Que sueles hacer en internet cuando quieres aprender (.) algo, de forma rápida?

Adia:

Primero::, suelo buscar en google, > para que salgan todas las cosas que hay> y entonces empiezo a ver todas la::s, todos los blogs (.) páginas. En escrito (.) y cuando ya más o menos me e hecho una idea en escrito y si es algo por ejemplo para > algo manual de la casa que se te ha roto< o lo que sea, si (.) después accedo a YouTube para verlo (.) ya como se hace (.) en físico. > Pero siempre primero es< por lo que es el escrito y si es cualquier cosa que no tenga que ser vista por mi pues está claro que cualqui:::r, eso buscar en muchos blogs (3) para comparar.

Laura:

Consumidora de blogs. Madre mía.

Adia:

Si o de blogs o de páginas que no sean blogs. > Yo que sé, um::, a lo mejor< una asociación de fontaneros ¿? O lo que sea.

Laura:

Aham. ¿ Has recurrido alguna vez a la red para preguntar sobre un tema u obtener alguna información?

Adia:

Yo nunca he preguntado e::n . Yo siempre e::n, e::l buscador y siempre habrá alguien que ya lo haya preguntado antes que tu

Laura:

º Totalmente. Yo he visto cada pregunta:::. Yahoo respuestas º (risas)

Adia:

Risas. Exactamente

Laura:

Yahoo respuestas, no veas vamos. ¿ a dónde sueles acudir para hacerlo? ¿Páginas web ¿ ¿ YouTube? ¿ a las redes? . Para buscar información (.) ya me lo has dicho antes.

Adia:

YouTube, google y para hacer preguntas, no

Laura:

Eh:::, ¿ sobre qué cosas te ha interesado aprender?

Adia:

(6) Pu:::f pues cualquier cosa::. Pu:::f, yo es que todas. Yo creo que (.) TODO en la vida (.) lo he buscado en internet ya. (Risas)

Laura:

Eh:::, ¿ qué relación tenían estas cosas con tus aficiones o profesión?

Adia:

(7) Hombre, por ejemplo,> ahora lo último que más me interesa buscar< pue::s (.) directamente es como profesional. º Como a lo que me quiero dedicar, ¿no? º º Lo de los video juegos porque es lo que ma:::s, más eso º. Yo no busco como en plan "hay el último video juego ¿qué calidad tiene? ¿Cuánto vale? No (2) , sino a mi lo que me interesa es ¿ cómo está hecho? ¿Cuál e::s , quien es la gente que está detrás? ¿Cuanto?

Laura:

¿Cuánto tiempo,(.) cuánto dinero?

Adia:

Entonces ahora mismo todo lo que estoy buscando (.) realmente (.) es más profesional que por divertimento::: o cualquier cosa.

Laura:

º Bueno (1) está bien º ¿en qué momento los amigos (.) o contactos de la red te han resultado útiles?

(12) Em:::, (4) es que lo que pasa que los contactos en la red para mí so::n , directamente, los contactos que tengo en el día a día (.) así que:: (.) no le tengo que preguntar por la red (.) sino directamente llamo y digo “ oye:: mira: que::”

Laura:

“Que pasa esto” ¿Cómo crees que? (se traba intentando hacer la pregunta) Que bien. ¿Cómo crees que aprendes participando en las redes? Por ejemplo (.) leyendo alguna entrada en un mu::ro, debatir sobre una noticia, ver un video º que los demás han publicado º

Adia:

(5) Eh::: yo los momentos en los que más puedo participar en las redes (tose y carraspea) , es eso, comentando contenido que ha subido gente en YouTube, también en páginas, por ejemplo a mí me gusta mucho leer escritos que hace la gente que le gusta mucho un libro, una película o una serie; lo que sea (.) y escriben sobre una escena de la película > ¿ como le hubiera gustado a ellos ser? < o lo que fuera. Y entonces yo, comento si me gusta, si no me gusta, que puede::n mejorar. Si he visto > pues mira tiene (sonido bucal) tales faltas de ortografía< o oye mira tal

Laura:

(3) Eh::: Pero tu entonces (.) crees que con eso (2) ¿se aprende, no? Por ejemplo, tu um::: de estas cosas que me has dicho de::: , la gente que escribe y tal. Tú crees que alguien que entre y lea ese fragmento, o lo que sea, o los comentarios que alguien deje, puede aprender.

Adia:

Depende de la persona y lo que vaya a buscar pero, por ejemplo, en YouTube los comentarios que yo leo en la gente (1) eh (.) si:::, en la (.) también el video se tiene que da:::r (.) a que sea algo interesante > y que después los comentarios puedan ser interesantes< . Y::: (.) por ejemplo (.) yo hay un chico, que lo conocí hace menos de medio año, que aparte (.) que yo me he fijado más en él por qué se quería dedicar también hacer video juegos, la parte que es la creación 8.) El guion (.) y eso. (2) Y también habla de otras muchas más cosas. Y::: (.) entonces te ves debates (.) gente que pregunta (.) gente que da su opinió::n . Y entonces, eso también te (.) Aparte (.) YouTube aparte de estar preguntando, nosotros mismo nos vamos respondiendo muchas dudas. Y en lo de los escritos, por ejemplo, ya (.) si (.) es más como ocio pero también (1) si tu lees esos comentarios también te pueden ayudar en gramática (.) en cómo hacer una historia ↑(.)

Laura:

¿Entonces tú realmente crees que se puede aprender en internet?

Adia:

Claro. Lo que pasa que yo, siempre lo digo, ni tampoco solamente guiarte de los libros (.) ni solamente ir a la escuela a un profesor (.) TODO, todo necesita de todo. O sea se internet es un complemento (.) y al igual que un libro es un complemento (.) un profesor es un complemento (.) . Todo se complementa. Si lo tienes todo:: (1) perfecto. Porque tendrás mucha más idea.

Laura:

Aprender, aprendes seguro. (Risas) ¿Cuándo te::? A ver ¿cómo te sientes cuando usas las redes sociales? ¿Qué crees que te aportan cada una de ellas?

Adia:

¿Las redes sociales? ¿. Me genera::n > un poquito de ansiedad<. (6) Porque:: no (.) logro (.) entender. No que me parezca mal, pero yo, yo por mi no existirían las redes sociales.(3) porque::: um::: yo soy un poco más de que si yo quiero contacto con alguien (.) lo quiero directo. Si no te tengo físicamente (.) > porque vivimos lejos< una persona de la otra?¿ (5) Pero existe el teléfono . yo prefiero antes (.) > el llamar por teléfono y tener una conversación< antes que escribir un comentario. No es que::: no. No me reporta nada. No (4) entonces eso (.) me genera:: más ansiedad.

Laura:

Y:: ¿ qué te aporta por ejemplo, YouTube? Hemos hablado de que al menos algo aporta, ¿no?

Adia:

A mi YouTube (.) me reporta tanto::: , ^o bueno me aporta ^o (risas) Me aporta tanto conocimiento (.) como diversió::n (4) y::: sobre todo (.) eso y::: cuando estas haciendo algo que no te requiere mucha concentración de tu cerebro < ya sea eso< pintando (.) o:: cualquier cosa. Puedes tener (.) > en vez de la tele< que no me gusta el contenido que tiene la tele y la radio. Todavía no he encontrado yo::: (.)

Laura:

¿ Tu programa de radio?

Adia:

Si. Todavía no controlo yo mucho la radio. > Aunque de vez en cuando la escuche<. Pero todavía no se mucho los horarios (.) los programas ^o que me pueden resultar interesantes ^o (.) pues entonces tengo (.) YouTube. Como:::, como mi radio:::

Laura:

Personal

Adia:

Si

Laura:

Eh:::, a ve, ¿ crees que eres una persona activa en las redes sociales? Um::: no.

Adia:

No, activa ° no soy °

Laura:

[Eh:::]

Adia:

[Pero quisiera serlo más] Por lo menos en YouTube y esas cosas. ° Eso si::: °

Laura:

Y ¿cómo crees que te ven en las redes?

Adia:

En las redes (.) como un ente que no tiene cara (1) no tiene nada (risas)

Laura:

Risas. No tiene nada (.) es un ente invisible

Adia:

Si (risas)

Laura:

Y ¿Cómo te ves tú? (5) > como un ente invisible< ¿?

Adia:

Si:: (.) yo ahora mismo es eso (.) me veo más como una persona que eso (.) está todavía almacenando información (.) y ya cuando algo que aportar interesante > porque sí, hay momento en los que he comentado< porque yo veo (.) a mí me gusta leer los comentarios o, o si tiene > yo que se< quinientos comentarios el video (.) > no me voy a leer los quinientos comentarios< pero sí que me suele gustar leer (.) bastantes comentarios para ver si (1) ha habido alguien que haya tenía una idea parecía a lo que yo quiero comentar. (4) Entonces si veo que (.) > aunque si ha sido parecida, pero eso solamente es levemente parecida< entonces si (2) aporto yo mi información ahora si veo que hay cuatro (1) o diez comentarios. Digo yo “ pa que poner otro comentario igua:::” Es que me parece una perdida (.) [de espacio]

Laura:

[De tiempo] y de espacio. Eh::: Eh::: ¿ qué crees que piensan o dicen de cómo te ven en las redes? (5) ¿ qué crees que piensan o dicen de cómo te ven en las redes? (3) En pla:::n, que crees que piensa la gente:: (1) de lo poco que tu::: haces. (Risas)

Adia:

Eh::: Como, como::: prototipo de persona::: que yo pudiera ser(1) Eh::: Yo se de que (.) > tanto los youtubes (.) todos los generadores de contenidos< ya sea hacer un blog o lo que sea. Hombre pues la gente que somos como::: yo (3) Eh::: les da coraje porque no aportamos ningún comentario en si::: esta bien (.) está mal. Es que no les decimos absolutamente nada (.) visualizamos el contenido (.) y ya esta. Entonces claro::: eh::: (sonido bucal) (5) es que no estas aportando absolutamente nada para la persona.

Laura:

Claro

Adia:

Entonces por eso (.) Yo por lo meno::s (.) lo minimo e:l, el::: decir si me gusta o no me gusta el video, si. Y yo por ejemplo ahora que se a metido todo el salseo en YouTube (.) ahora >a todos los videos que van sobre salseo< les doy directamente a que no me gusta.

Laura:

Es que hay muchos videos de salseo. [Ahora mismo]

Adia:

[Exactamente] y::: aunque te digan “ Pero es que si te > te metes en el video< les estas dando una reproducción más. Y digo “ Es verdad” Pero también estoy dando que es un punto negativo (.) y eso cuenta mucho más.

Laura:

° Hombre claro ° veinte mil puntos negativos (.) quitaran el salseo de YouTube. ° el sálvame ° Pu:::f (.) Madre mía. Yo con lo del Dalas (.) > que lo estuve viendo< (.) pero me dediqué un día entero eh. Un día entero (.) una mañana entera (.) a enterarme que había pasao con el Dalas (.) De un video a otro(.) > de otro video a otro< gente que ya estaba usando el propio tema ese para poner a la novia del Dalas como la cosa más mala del mundo (2) Dalas la cosa más mala del mundo. Yo diciendo me cago en la leche (.) me pongo la tele (.) el sálvame hacen lo mismo.

Adia:

° si (.) si °

Laura:

Me cago en la leche (.) que triste (sonido bucal) ¿ Porque crees que no eres activa en las redes sociales?

Adia:

(7) Yo siempre me pongo la excusa de que (.) porque no tengo tiempo. O sea que (.) como > cuando yo me siento en internet< eh::: estoy constantemente yendo > porque también mi cabeza es así< tiene que:: (.) necesito mucha::: (2) mucha estimulación > o sino pierdo la concentración rápido< (2) entonces yo consumo (.) y voy siguiendo consumiendo (.)> pumpumpum<. Entonces claro (.) en ese momento > si es verdad (.) no tengo tiempo para

escribir< porque ya sale otra cosa. (3) Pero realmente es (.) porque::: um::: (4) tienes que pararte a pensa::: (.) si realmente vas a aportar algo a la persona que lo ha hecho. Que mínimo que te tienes que parar un buen rato a pensar (.) ¿que es lo que quiere decir? Que tenga importancia (.) que ha esa persona en concreto (.) le vaya a servir y si (.) > no solamente a la persona que ha hecho el contenido> a los (.) demás que lo han visto. > Entonces como< tienes (.) muchísimo tiempo, (.) porque para escribir un::: “ me ha encantado el video” (.) pa eso::: (.) si que de verdad (.) ° me parece una absurdidad ° entonces si que es muchísimo más tiempo (.) entonces ahí si que digo (1) (sonido bucal)¿ Y si no digo algo interesante:::? > al final de que por mucho me haya comido la cabeza< ¿y si:::? (3) En fin (.) son muchos y si (.) entonces al final por eso no ° comentas °.

Laura:

Por los “ y si”

Adia:

Entonces por eso, cuando yo tengo una idea y ha terminado el video (.) rápidamente lo comento (.) porque sino::: (.) no voy a comentarlo.

Laura:

° Claro (.) el instante ° ¿Has pensado alguna vez en abandonar una red completamente?

Adia:

Si (carraspea) (4) Facebook. (.) Por ejemplo. Porque no la utilizo y no me reporta nada (.) Facebook

Laura:

° Ya pero esque::: quien sabe ° Yo la tengo abierta::: pero ya no se ni porque (.) también (.) en realidad porque yo::: ya ves tú. Las fotos que ponen (.) las ponen otros por mi . (risas) Así que poco más. Pue:::s nada. PUES YO HE ACABAO YA. Te voy a leer la despedida porque te la tengo que leer.

Ah (.) antes de despedirnos quiero agradecer el tiempo que nos has dedicado y la información que has compartido. Por lo que hemos hablado (.) pie:::nso que tu experiencia puede ser muy interesante para otras mujeres. Y por eso te quería preguntar o proponer que participaras en una actividad específica que solo planteamos a algunas mujeres que (.) por su experiencia particular pueden resultar valiosas para conocer en profundidad. Eh::: esto supone que sigamos en contacto y volvamos a vernos pronto. La otra cuestión que si voy a pedirte es que si conoces a otras mujeres en tu misma situación de desempleo (.) que piensas que es muy activa en las redes sociales y su [---] conocimiento pueda ser valiosa. Fin!

8.3. TRANSCRIPCIONES DE PROTOCOLO DE PENSAMIENTO EN VOZ ALTA

8.3.1 Protocolo Adia

Estamos a día treinta:: de mayo:: del 2016 son la una y media y me dispongo a entrar en internet (1) > lo primero que voy hacer es meterme en YouTube< (4) para ver:: cuales son los últimos videos de la gente a la que estoy subscrita (2) para ver si hay algo interesante.

(5) eh:: solamente:: ha subido tres videos (2) de los cuales solo (.) uno me podría interesar > porque es del YouTube que ahora mismo sigo más< (4) y:: como no:: (sonido bucal) (1) > ahora mismo lo dejaré ahí pendiente para verlo después más tarde<

(4) <Ahora me pongo: :> me dispongo > a meterme un momento en twitter< para ver los últimos:: (4) comentarios de los youtubers (4) para ver si (.) va haber algún directo (7) y:: si ha habido un directo pero (1) ya ha terminado (7) y:: no hay nada > interesante< (9) a si > ahora< (2) me:: bueno a poner a:: (3) buscar información (2) sobre:: (8) > sobre concursos de escritura para ver en los próximos meses< cuales son (.) los concursos que hay::

(4) Si hay algunos interesante (35) (Durante estos 35 segundos se escucha el sonido del ratón como “bajando pantalla”) La página en la que estoy a la que estoy accediendo para:: ver:: los concursos (1)> los próximos concursos< (2) es:: una:: (2) > web bastante:: (3)< bastante completa (2) están siempre al tanto y:: (1) y actualizan um:: (1) constantemente (2) y está muy fácil de:: (2) de navegar por ella y encontrar la información que:: que estás buscando (19) y aquí hay un curso > para el mes de noviembre< (9) que es para comics (3) que puede resultar bastante interesante (6) asin que lo voy (2) a (.) poner en favoritos (3) para poder:: acceder a el cuando:: > quiera volver a echarle un vistazo< (18) Y para diciembre:: hay (2) un curso> de novelas gráficas< (12) que también (1) puede resultar muy interesante > porque no tienen temática< que:: es libre (17) así que también lo voy a dejar:: (2) en favoritos (12) y:: (8) ahora voy a acceder a un blog (3) sobre literatura.

(48) Me acaba de saltar (1) eh:: (2) un mensaje:: eh:: que bloquea > por así decirlo< la:: (1) el visualizador de la página (2) para subscribirme para que:: em:: > me puedan llegar todas las noticias< eh:: (2) ahora mismo no:: estoy interesada en ello < porque> prefiero:: meterme en los blogs y ver:: (2) directamente > que contenido nuevo han::< se ha añadido (.) antes que tener que estar en el correo (4) Le doy a “ No (.) gracias” y:: ya me deja poder ver el contenido de la página (19) y:: (4) a publicado (2) hace (.) el ultimo:: (3) la última entrada es de hace tres días (2) > así que está bastante bien< (4) y es sobre un software para escritores (3) que puede ser muy interesante > porque::< en este blog ya han hablado de varios:: software para:: escribir(4) y:: está muy bien explicado (.) además viene con:: (1) con videos en YouTube para verlo directamente como se usa (2) y además también (1) tiene capturas (4) para ir paso a paso a:: (2) um:: (3) poniendo:: el:: (3) > nuestras preferencias< (2) y como:: hacernos con el sistema (18)

Me resulta bastante:: interesante (.) leer (3) criticas (2) en blogs sobre:: sobre sistemas para:: > para escritores< (2) para ver si habría alguno que me podría resultar interesante (2) Y

también > sobre todo< para estar al día de las nuevas técnicas que los:: > los escritores profesionales< o:: > semiprofesionales< (19)

Este blog es muy interesante porque > no solamente es para< escritores (1) sino también:: (2) hablan um:: (2) dan consejos (2) para también lo que sería:: (2) el cine (.) el teatro (2) todos lo que son las letras > también he leído::< también vi > las otras veces que me he metido en este blog< (2) para comics (1) o novelas gráficas ° está muy bien ° (5) Y:: todos es muy fácil (2) um:: (2) de ver rápidamente (1) > que es lo que quieres ver< (17) Y:: < ahora::> (12) voy a meterme en un blog (2) que es:: (1) para:: guionistas de videojuegos (1) > que es lo que ahora mismo más< me:: (2) <resul:ta::> primordial (2) leer sobre ello (15) y voy a ver los cursos online que hay (2) para:: guion de videojuegos (6) voy a de:: me ha llevado a una:: a otra página (2) > donde están los cursos> (4) Y se puede ver ° más información ° (1) pero me:: (2) salta (2) con el Microsoft (1) unlock (2) para configurarlo (2) > con lo cual< esto me entorpece (.) me hace perder tiempo (1) para poder acceder a la información que quiero (1) porque:: > debería de saltarme directamente a::< otra página (1) y no a:: > recursos del ordenador de software<.

(4) Y voy a:: (5) voy a salirme > con lo cual no puedo acceder a esa información< ahora mismo (2) asin que tendré que (1) buscar (2) otra página (1) y tal vez > a lo mejor< hasta incluso:: (1) no pueda acceder a este curso (7) Aunque aquí viene (.) más información:: que no tienes que:: darle a:: (4) a la que te sale arriba del todo (.) porque > realmente aquí abajo te viene todo bastante::< (2) bien explicado (.) entonces no entiendo porque hay un botón que te dice más información (1) que te pide (1) tener:: configurar (1) un software de tu > ordenador< (.) cuando:: abajo (1) en la misma página te > vienen explicao< de que va el curso (34) Y voy a echarle un vistazo a programación community > que ahora mismo< (2) es bastante:: (2) utilizado y:: (2) está bastante al día (2) para los juegos(1) Indie (27).

Lo que pasa que aquí (.) eh:: > meterme en la página< (2) del curso:: de > programación de unity< (2) dice que:: el motor Unity es gratis > según la licencia< (1) que se:: (2) > que se necesite< (7) pero sin embargo luego el curso:: (2) hay tres tipos de curso (7) y:: el curso > que supuestamente es para::< (4) para más avanzado no está (2) disponible (15) y tampoco explican si:: (.) > solamente te dan::< el curso:: (2) si:: viene directamente:: con la:: (2) con la instalación del:: (1) del motor (.) si > tú tienes que buscarte::< (1) por ti mismo el descargarte el motor:: (7) con lo cual (.) falta información 1(10) y:: nada más.

8.3.2. Protocolo de María

Son las ocho y veinte(.)cinco de la tarde, (2) estoy conectada desde(.) un ordenador portátil, en:: la habitación de:: de mi casa. >Lo primero que a hacer es revisar mis redes sociales< voy a::, como el ordenador está encendido voy a:: abrir una pestaña de Google Chrome (2) y voy a mirar en primer lugar Facebook.

(5) Normalmente lo utilizo(.) para ver la:: la actividad de mis amigos(.) y lo que han publicado algunas páginas que sigo. Lo primero que me sale es(.) la página de Antena 3(1) que:: (3) eh:: publica cosas de:: (.) ha publicado cosas de series. (3) Normalmente lo que me:: >más me interesa de la página de Antena 3< son las noticias que publica (2) eh:: >no veo series<, por tanto::, no eso lo paso se seguida.

(2) Después me encuentro con (.) eh::> ya los perfiles de mis amigos< (3) eh:: voy a:: (.) voy a compartir una foto(2) de una frase (3) y:: vale (.) voy a compartir, le doy a compartir ahora (5), sigo,(2) y(1) ehm::, (1) me encuentro con una página que se llama “Polvo de estrellas”(2) que ha subido una foto:: de con una frase (3) muy bonita, por cierto. (5) eh:: seguimos con:: otro perfil de:: >de mis amigos<, (4) de supercurioso (2) que ha publicado “12 una:: es como un:: un post que es: “12 datos de Deadpool que te gustará saber”,(3) <es como un superhéroe>(3). Eh:: sigo.

(3)Y:: (.) creo que(3) no voy a:: (3) voy a ver ahora:: twitter (4) y:: (2) eh:: >voy a escribir “twitter”<. (3) Vale, lo primero que:: (2) que busco >que voy a buscar es el perfil de:: (.) de una persona en concreto< voy a ver si ha escrito,(4) no ha escrito mucho hoy, pero:: (2) voy a:: a re twitrear (1) eh:: una:: (2) una frase que ha puesto >y además la voy a marcar en favorito<(3) y es eh::: (2) sobre un un post que ha subido a su blog. (1) Voy a ver el blog >ya que estoy< (3) y::, (3) bueno el blog (1) eh::: la entrada de blog (2) habla (2) sobre (1) eh::: las:: pro:: los profesionales:: de la:: (1) > son profesionales de la eh:: fotógrafos<.

(3) Y:: creo que:: (.) >no ha publicado nada más<. (3) Ha re twitteado ella (3) y:: >voy a buscar otro perfil< de:: (4) una amiga (4) voy a ver (4) vale.(.) Ella sí ha publicado mucho más,(3) eh::, (3)voy a:: (4) vale, (2) >vale pues< no::, (2) ya lo he visto todo (2) eh::: >yo no voy a publicar nada< (2)Solo he:: >re twitteado y he marcado como favorito la::< el (2) el tweet del post de esta:: señora(.) que:: he aludido antes(1) y:: bueno voy a mirar eh::: >también mi Gmail<.

(5) Y:: no tengo nada. (.) >Le voy a dar<,(.) he puesto en google: (1) “Gmail” >normalmente todas las contraseñas guardadas< (2) y:: (1) eh::, (1) no no tengo:: nada nuevo (3) así que:: (2) bueno voy a:: (1) he visto Facebook, (.) twitter(2) >voy a mirar ahora Instagram< desde

el ordenador, Instagram no:: no me deja publicar fotos, (1) he puesto en google "Instagram"(2) y vuelvo a tener la:: la contraseña guardada >así que le doy directamente< se me abre la pantallita de:: de Instagram (2) y eh::: (2) bueno, como he dicho,(1) >no lo único que puedo hacer es< aquí es dar me gusta <a las fotos> (3) eh::: ha publicado una::: una amiga (2) le voy a dar me gusta(2) después ha publicado::: una otra famosa (2) no me gusta mucho la foto,(2) ha publicado: también Alex o::,(1) eh::: Alex Odogherti (1) >que es un actor< (2) que ha publicado un vídeo (1) le voy a dar a me gusta(3) y::: bueno, Patricia Conde >ha subido una foto<, (2) eh::: Nuria Roca,(2) eh::: ^o qué más:: ^o, (2) ha subido también una foto de una camiseta, >de una marca que me gusta mucho< (2) le voy a dar a me gusta (3) y:: (.) eh bueno, creo que::: (1) ya está >porque las otras fotos las vi antes<. (2) Así que::: (1) ya está. (.) Cierro la pestaña (.), cierro también la pestaña de Facebook (1) y la pestaña de::: (2) de::: (1) de Gmail.

Ehcoehla:: (1) no he encontrado dificultades ninguna porque:: es algo que hago con:: asiduidad (2) >entonces bueno< en las redes sociales no::: no suelo encontrar::: (2) eh::: ninguna:: (1) ninguna dificultad, eh::: (1) bueno no he subido foto ni he: cambiado:: ningún:: muro (.) nada (1) solo he re twitteado y marcado como favorito(2) eh::: he estado conectada más o menos (1) yo creo que apenas (.) diez minutos. Normalmente como lo miro:: >muchas veces< pues::: al día pues: normalmente las actuaciones ac ac actualizaciones que tengo son:: son pocas.

Entonces pues eso, le dedico >unos diez minutos< ca:: cada ratito: o si me:: (1) algo interesante (1) me:: me aparece >pues le dedico:: < le dedico un poco más (2) eh::: he hecho lo que me proponía(1) puesto que::: bueno el (.) el objetivo era mirar si había actualizaciones en mis redes sociales (2) y:: m::: me siento bien,(.) estoy tranquila,(.) estoy contenta(2) y::: bueno (.) tengo la misma sensación >antes de hacer la actividad que después< puesto que::: >como ya he dicho< estoy bien (.) estoy animada y no he visto nada::: nada nuevo así que::: todo bien.

