

Dra. Tamara VÁZQUEZ-BARRIO

Universidad San Pablo CEU. España. tamarav@ceu.es

Dra. Teresa TORRECILLAS-LACAVE

Universidad San Pablo CEU. España. teresat@ceu.es

Dra. Rebeca SUÁREZ-ÁLVAREZ

Universidad Rey Juan Carlos. España. rebecasuarez@urjc.es

Diferencias de género en las oportunidades de la digitalización para la participación sociopolítica de los adolescentes

Gender difference within the digitalisation affordances for the socio-political participation of adolescents

Fechas | Recepción: 31/05/2019 - Revisión: 19/07/2019 - En edición: 25/07/2019 - Publicación final: 01/01/2020

Resumen

Las redes sociales facilitan la adquisición de información y el debate con otros usuarios y abren nuevos caminos hacia la participación social y para el empoderamiento individual, pero los datos indican que solo un tercio de los jóvenes las utilizan con este fin. El objetivo de esta investigación es identificar, a través de entrevistas en profundidad a expertos y dos grupos de discusión con chicos y chicas de 15 a 18 años, las oportunidades que surgen de la digitalización para la participación social y política y analizar el uso efectivo que hacen de esas potencialidades. La conclusión es que para los y las adolescentes Internet es fundamentalmente un espacio de ocio. La participación en asuntos públicos no ha emergido espontáneamente en su discurso. Las reacciones ante la pregunta sobre la utilidad de las redes sociales como herramientas para la participación política y social han oscilado entre el desinterés, el desconocimiento y el escepticismo respecto a sus efectos potenciales. Además, emergieron ciertas barreras para participar en el caso de las chicas que, ante el miedo a ser criticadas, prefieren silenciar sus opiniones en un ejercicio de evidente autocensura.

Palabras clave

Oportunidades TIC; participación político-social; adolescentes; redes sociales; segunda brecha digital; feminismo

Abstract

Social media affords information acquisition and debate with other users, and opens up new channels for social participation and individual empowerment. However, the data indicate that only a third of young people use them for these purposes. This paper's main objectives are, first, to identify the opportunities that digitalisation offers for social and political participation, by way of in-depth interviews with experts and two discussion groups with young people from 15-18 years old; and, second, to analyse the effective use of these potentialities by young people. The analysis concludes by highlighting that for adolescents the Internet is predominantly an entertainment space. Their discourse does not display spontaneous participation in public affairs. Responses to the question regarding the utility of social networks as tools for political and social participation reveal a lack of interest, unfamiliarity, and scepticism toward their potential effects. In addition, the results reveal that girls encounter some obstacles to participating, since they prefer not to express their opinion in order to avoid criticism. This, accordingly, becomes an evident self-censorship practice.

Keywords

ICTs affordances; socio-political participation; adolescents; social media; second digital divide; feminism

1. Introducción

La irrupción de las tecnologías digitales ha abierto un binomio de riesgos y oportunidades que van unidos indefectiblemente; sin embargo, la mayoría de los estudios realizados hasta la fecha se centran en presentar los riesgos online para los menores (Connell, Lauricella y Wartella, 2015; Gualdo, Sánchez y Sánchez, 2015; Haddon y Mante-Meijer, 2016; Reche, Peco, López, Montilla y Romero, 2016; Giménez, Luengo y Bartrina, 2017; López Gracia, 2017; Gamito, Aristizabal y Olasolo, 2017) siendo más limitados aquellos que investigan las oportunidades de la digitalización. Como señala Hodkinson (2017), tanto desde la perspectiva académica como en el discurso social predominan los aspectos más polémicos relacionados con la participación activa en redes sociales.

Kahne, Lee y Feezell (2011) establecen tres formas principales de participación online: (1) política o cívica, (2) cultural o de ocio, y (3) de amistad o relaciones sociales. En el ámbito concreto de la participación política o cívica de los adolescentes encontramos una corriente de pensamiento que enfatiza los efectos negativos de las tecnologías digitales, según la cual, Internet y las redes sociales reducirían el nivel de participación política, dentro de una discusión general sobre la falta de afección política de los jóvenes (Villanueva Baselga, Aguilar y Sánchez, 2017: 75). En esta corriente, Wojcieszak y Mutz (2009) y Gaines y Mondak (2009) afirman que Internet favorece la construcción de redes sociales homogéneas y esa falta de variedad informativa limita la formación y participación política de los ciudadanos. Putnam (2000) también postula que Internet debilita el grado de compromiso y participación política, argumentando que se trata de un medio que distrae de aquellos temas que se suponen cruciales. Gil de Zúñiga, Jung y Valenzuela (2012) indican que la mayor parte de la información que se busca e intercambia a través de las redes sociales no está relacionada con asuntos públicos, sino que cada vez tiene más peso el entretenimiento frente a la información. Villanueva Baselga, et al (2017) concluyen que las dinámicas de participación política de los adolescentes no difieren en exceso de las generaciones mayores y que, por tanto, las redes sociales no parecen haber afectado a su grado de implicación política.

Por el contrario, otros autores subrayan el potencial democrático de Internet, de asociación con otros individuos (Farrell, 2012) y de acceso a diferentes puntos de vista (Brundidge y Rice, 2009). Se trata de una aproximación científica que confirma que las características de las tecnologías digitales ofrecen posibilidades sin precedentes para estar informados, pero también para la participación democrática y para el empoderamiento individual gracias a la interactividad (Castells, 2009; Gillmor, 2004; Shirky, 2008; Tapscott, y Williams, 2006). En esta línea, Natal, Benítez y Ortiz (2014) ponen de manifiesto que las redes sociales no son un vehículo de uso exclusivo para las relaciones sociales, sino que están construyendo más participación y nuevas formas de ejercer la ciudadanía. Asimismo, la investigación desarrollada por Campbell y Kwak (2012) ha señalado que el uso de tecnologías como el teléfono móvil para buscar información está asociado con un incremento de la participación cívica y política de los ciudadanos. El trabajo de Valenzuela, Park y Kee (2009) muestra la relación directa entre el uso de Facebook y el compromiso con acciones cívicas y políticas y el de García, del Hoyo y Fernández (2014) concluye que los jóvenes no utilizan exclusivamente las redes sociales para prolongar sus relaciones off-line, sino que les ofrecen infinitas posibilidades de participación social activa.

Si se desciende a los datos, el estudio realizado por del Carmen García y Del Hoyo (2013) recoge que el 26% de los jóvenes encuestados en su investigación afirmó que las redes sociales le habían animado a asistir a alguna movilización, pero que no lo habían hecho. El 51,1% declararon que se suelen sumar a algún evento online, pero que no se han animado a participar en el mismo acto offline y solo el 19% declaró haberse sumado a un evento online y haber participado también en el mismo fuera del ámbito virtual. En otro estudio de García, del Hoyo y Fernández (2014) se indica que solo el 34% de los jóvenes declaran utilizar las redes sociales para apoyar campañas de solidaridad, el 27% las utilizan para denunciar situaciones injustas y este mismo porcentaje asegura que las redes sociales les han llevado a participar en alguna acción de protesta social. Estas cifras indican que el público activo (Price, 1994) sigue siendo minoritario y constatan que no es el medio en sí mismo el que puede afectar al compromiso cívico de los individuos, sino la forma en la que los individuos utilizan el medio (Gil de Zúñiga, 2009; Gil de Zúñiga et al. 2012) o, dicho de otro modo, "solo quienes adoptan en la vida real una actitud positiva hacia la participación en actos de responsabilidad ciudadana, se sirven de las redes sociales para implicar a otros y promover el ciberactivismo ciudadano" (del Carmen García y Del Hoyo, 2013: 120).

A todos resulta evidente que las redes sociales facilitan, no solo la adquisición de información, sino también el debate con otros usuarios y abren nuevos caminos hacia la participación social activa, implicando a sus usuarios en eventos de los que antes difícilmente podrían tener noticia (Gil, 2012). Pero más allá de las potencialidades, las contradicciones existentes respecto a las repercusiones de las redes sociales en la participación social y política real ponen de manifiesto que es necesario continuar profundizando, con el objetivo de determinar si la universalización del acceso a la red tiene algún efecto en el comportamiento político de los adolescentes en general y, como plantea este trabajo, para las chicas en particular.

De acuerdo con los datos demoscópicos disponibles, los usos preferenciales globales de las redes sociales son iguales para chicos y chicas. Mantener el contacto con los amigos y amigas es la actividad diaria online más importante de los y las adolescentes. Sienten la necesidad de estar siempre conectados (Gamito, Aristizabal y Olasolo, 2017) y utilizan las redes sociales para divertirse y para relacionarse con sus amigos, para conocer a otros e intercambiar mensajes e imágenes (Ballesta, Lozano y Cerezo, 2015). Cuando se les pregunta qué ventajas perciben de las TIC centran los beneficios principalmente en las posibilidades comunicativas que éstas les ofrecen (Amorós, Buxarrais y Casas, 2002).

Aunque en el análisis global del uso de redes sociales no existen variaciones por géneros, descendiendo a la gama y tipo de actividades practicadas sí se observan algunas diferencias. Los juegos son la actividad que presenta más diferencias en función del sexo. Entre los chicos de todas las edades son más frecuentes los juegos, mientras las chicas adolescentes comparten más fotos, vídeos o música y visitan más perfiles en las redes sociales. García y Espinosa (2018: 136) coinciden en esta conclusión. Señalan que el uso de videojuegos es una práctica social principalmente masculina y además encuentran patrones de juego diferenciados entre chicos y las chicas que sí juegan. Ellos les dedican más tiempo y prefieren los que incitan al logro personal y a la superación, mientras que el número de chicas que juegan con frecuencia es reducido y las que lo hacen las prefieren con características sociales.

El uso de redes sociales para comunicarse con iguales y padres y madres presenta notables diferencias en función del género. Las niñas utilizan más las redes sociales en el contacto con sus padres y madres (18% frente al 13%) y, sobre todo, con sus iguales (61% y 49%, respectivamente) (Garmendia Lاراñaaga, Jiménez Iglesias, Casado del Río y Mascheroni, 2016: 36).

En lo que respecta a la participación política, el estudio 2736 del CIS (2007) muestra importantes diferencias por géneros. Los hombres escuchan o ven diariamente más noticias que las mujeres en la radio o televisión (77,3% frente al 74%), ven más programas sobre política (19,5% frente al 13,8%), les interesa más la política (mucho al 8,1% frente al 5,2% y bastante al 25,6% frente al 16,9%), hablan más sobre cuestiones políticas diariamente (10,9% frente al 8,4%) y tratan de convencer a los demás sobre sus puntos de vista más que las mujeres (5,8% frente al 3,2%). Asimismo, los hombres tienen una mejor autopercepción: un 10,9% de los encuestados están muy de acuerdo con la afirmación de que "generalmente la política es tan complicada que gente como yo no puede entender lo que pasa" frente al 20,2% de las mujeres.

En la participación en asociaciones u organizaciones se detectan patrones diferenciados. Los hombres participan más que las mujeres en asistir a manifestaciones (14% frente a 11,6%), participar en una huelga (5,7% frente al 3,7%), contactar con políticos para expresar su opinión (9,1% frente al 5,8%) y asistir a un mitin (11,8% frente al 9%). Las mujeres tienen una participación superior a los hombres en firma de peticiones (23,2% frente a 20,1%), comprar productos por razones políticas o para favorecer el medio ambiente (18,6% frente al 21,1%), boicotear productos por razones políticas (21,1% frente al 18,6%) y donar o recaudar dinero para alguna causa (28,7% frente al 21,9%). De acuerdo con lo anterior, el tipo de asociaciones a las que pertenecen hombres y mujeres también difieren y manifiestan sesgos de género. Los hombres participan más que las mujeres en partidos políticos, sindicatos, colegios profesionales y grupos deportivos, culturales o de ocio mientras que hay mayor número de mujeres asociadas a parroquias o asociaciones religiosas o de caridad, asociaciones ecologistas, pacifistas o de derechos humanos y otro tipo de asociaciones voluntarias.

En el estudio del CIS 2790 (2009) se refuerzan el asociacionismo diferenciado por género. Las mujeres prevalecen en ONGs, AMPAs, asociaciones de vecinos, organizaciones religiosas o parroquiales, culturales o artísticas; mientras que los hombres lo hacen en partidos políticos, sindicatos, organizaciones empresariales y asociaciones de consumidores.

En el caso de los más jóvenes (15-29 años), en el estudio del CIS 3039 (2014) se aprecia que los porcentajes de asociacionismo son inferiores que cuando se considera el conjunto de la población, pero se mantienen, aunque con distancias más cortas, los perfiles de género. Los jóvenes superan a los jóvenes en asociaciones religiosas, culturales, benéficas o asistenciales, cívicas (vecinales o de consumidores) y ecologistas; mientras que sus compañeros varones lo hacen en asociaciones deportivas, clubs sociales, estudiantiles, partidos políticos y asociaciones sindicales.

En lo que respecta a actividades políticas online, según el estudio 2736 del CIS (2007) también es mayor el de los hombres que el de las mujeres, excepto en dos actividades: realizar una donación (7,9% frente a 8,9%) y firmar una petición o adherirse a alguna campaña o manifestación (13,2% frente a 15,5%). En todas las demás los hombres han manifestado ser más participativos:

Tabla 1: Actividades políticas online

Actividad	Hombres	Mujeres
Contactar con algún político o partido político a través de Internet	4,9	4,1
Contactar con alguna administración para protestar	17,1	15,1
Comunicarse con alguna asociación u organización	30,6	26,5
Escribir comentarios en algún foro, blog o página web sobre temas de actualidad, sociales o políticos	22,1	17,5

Fuente: elaboración propia a partir de P28 Estudio 2736 del CIS

2. Metodología

El objetivo de esta investigación es identificar las oportunidades que surgen de la digitalización para la participación social y política de los y las adolescentes y analizar el uso efectivo que hacen de esas potencialidades.

Las preguntas de investigación que guían este trabajo son las siguientes:

Pl.1: ¿Cuáles son las oportunidades que surgen de la digitalización en términos de nuevas formas de participación política y social?

Pl.2: ¿Cuáles son las oportunidades específicas de género para la participación político-social?

Pl.3: ¿Cuáles son los modos de participación social y política online de los y las adolescentes?

Pl.4: ¿Cómo perciben las chicas las oportunidades de la digitalización para su contribución a los asuntos públicos?

Pl.5: ¿Cuáles son las barreras que las adolescentes experimentan cuando intentan expresar su opinión?

Para responder estas preguntas se han desarrollado cinco entrevistas en profundidad con expertos en la materia y dos grupos de discusión, técnica que permite incorporar "la voz de los participantes, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal y como son expresadas por ellos mismos" (Sandín, 2004: 125), tal y como las perciben y recopilar una gran cantidad de material discursivo y conversacional que, al ser procesado y analizado, posibilita una comprensión más completa y nítida de la realidad.

El universo de la investigación está constituido por adolescentes de Madrid de entre 15 y 18 años. La muestra son 20 menores; 10 chicos y 10 chicas. La muestra de los grupos de discusión se determinó siguiendo criterios estructurales. Se reunió un grupo homogéneo (Krueger, 1991; Morgan, 1988) formado por jóvenes que tenían que cumplir los siguientes criterios de selección:

- Todos los participantes tienen entre 15 y 17 años en la fecha del desarrollo del grupo de discusión, sin excepciones, 50% cada uno.
- Todos los participantes tienen cuentas activas de redes sociales. Para determinar este aspecto, en el cuestionario de reclutamiento se preguntó cuántas redes utilizaban y con qué frecuencia. Las opciones de respuesta incluían Twitter, Facebook, Snapchat, Instagram y Tinder. Todos utilizaban, al menos, dos de estas redes sociales.
- Todos los participantes usan las redes sociales diariamente. En el mismo cuestionario de reclutamiento se les preguntó con qué frecuencia utilizaban las redes sociales. Todos los participantes seleccionados respondieron a esta pregunta que todos o casi todos los días.
- Todos los participantes generan contenido (publicar, comentar, compartir, subir fotos).

Los participantes en los grupos fueron captados de manera profesional, habiendo sido contrastados en cuanto a su idoneidad a través del SACC, el Sistema ANEIMO de Calidad de las Captaciones. Los criterios de selección de los participantes en los grupos y el guion fueron establecidos por el Instituto Europeo para la Igualdad de Género, ente financiador de la investigación en la que participaron 10 países. En este artículo se ofrecen los resultados obtenidos en el caso español. Las fechas de realización del trabajo de campo fueron el 28 de febrero y el 1 de marzo de 2018.

Los grupos fueron moderados por un experto con el apoyo de dos anotadores. Cada discusión grupal fue de 100 minutos. Se grabaron en audio y vídeo y se transcribieron. La información obtenida fue analizada con la técnica del microanálisis para el posterior establecimiento de conceptos. Las transcripciones se analizaron párrafo a párrafo, fueron fragmentados en unidades de significado y clasificados en códigos abiertos. La información fue finalmente ordenada transcribiendo en algunos casos literalmente las afirmaciones más relevantes efectuadas por los participantes.

Las entrevistas a expertos se hicieron de manera presencial con una duración aproximada de 90 minutos cada una de ellas y se basaron en un guion semiestructurado. Los objetivos específicos de las entrevistas fueron:

1. Proporcionar información sobre las oportunidades de la digitalización para los jóvenes.
2. Apoyar la interpretación de los hallazgos de las discusiones de los grupos focales.
3. Señalar iniciativas relevantes, medidas y enfoques de políticas desarrollados en España.

Los perfiles de los entrevistados fueron los siguientes:

1. Dos investigadores sobre TIC y jóvenes en España, uno procedente del ámbito académico y otro de un centro de investigación privado e independiente.
2. Dos directores de sendas entidades de la sociedad civil dedicadas a la formación, investigación y divulgación del uso de las TIC por parte de niños y adolescentes.
3. Un experto en el área de digitalización de una multinacional española.

Las entrevistas en profundidad tuvieron lugar durante el primer trimestre de 2018. Fueron transcritas y analizadas siguiendo la misma metodología que los grupos de discusión.

3. Resultados

3.1. Oportunidades de la digitalización para la participación política y social

Los expertos entrevistados coinciden en señalar que Internet es un altavoz para los individuos y para los colectivos y sus causas. Este aspecto es especialmente relevante para las mujeres, que encuentran en internet un canal: (1) para expresar sus opiniones, (2) para visibilizar a otras mujeres y (3) para denunciar situaciones de acoso y desigualdad.

E3: Internet es un canal poderoso para transmitir ideas relativas a la igualdad de género y para dar visibilidad a las mujeres, creando de este modo modelos para las niñas y las adolescentes. En los libros de historia las mujeres no aparecen excepto como acompañantes de los hombres. Todo está centrado en la historia de los "líderes" de la humanidad, la historia está contada por hombres, la mujer no tiene presencia. En internet se puede cambiar la percepción de la historia. Las niñas y jóvenes pueden acceder a información sobre otras mujeres.

E3: Internet es un buen canal de denuncia para colectivos que tendrían complicado hacerlo de otro modo. Un ejemplo es el Movimiento #Metoo. El anonimato es negativo para los que lo utilizan para cometer delitos, pero también permite hacer denuncias públicas que de otro modo no serían posibles

La digitalización permite salir del aislamiento y mejorar la autoestima, lo que para muchas mujeres y niñas es especialmente relevante. La red permite llegar a otras mujeres, a otras historias, abre un mundo de posibilidades, por ejemplo, a través de las charlas TED.

E2: "No es lo más obvio, no son los contenidos más presentes y más accesibles en la red, porque los medios mainstream del mundo online reproducen y amplifican los estereotipos de género que existen en el mundo offline, pero si se quiere y se sabe buscar, hay contenidos que pueden abrir ventanas de oportunidad para la igualdad y el empoderamiento de las mujeres"

E3: Hay adolescentes que afirman que en el contexto tecnológico pueden mostrarse como son, pueden mostrar más facetas de su vida, de su personalidad, descubren que hay otras personas que piensan como ellos, que tienen sus mismas inquietudes políticas, religiosas, musicales, culturales, etc.

También los grupos LGTB, migrantes, movimiento trans o grupúsculos más pequeños, organizados entorno a intereses particulares, pueden encontrar en internet una comunidad que les haga sentirse "parte de". Estas redes de apoyo permiten salir a las personas de su aislamiento, les dan la posibilidad de darse cuenta de que lo que les ocurre no solo les pasa a ellos y de que pueden conectarse. Muchas veces es difícil encontrar estas redes, hay que saber lo que se está buscando y cómo encontrarlo, pero cuando dan con la clave les puede cambiar la vida: "Ver a otros y a otras te da perspectiva. Es viajar con la cabeza" "les permite descubrir otros mundos, verificar cosas en las que piensan, experimentar, descubrir..."

Internet es también una herramienta para la participación política, la acción colectiva y el activismo juvenil. En este sentido, las oportunidades distintivas de la red son, por un lado, la capacidad de llegar de forma directa a los ciudadanos y, por otro, la capacidad de utilizar servicios digitales para la movilización de forma casi personalizada. Antes era necesario formar parte de una asociación y ahora uno puede iniciar un movimiento y llegar a la gente de forma autónoma.

E2: "Internet permite encontrar los canales para llegar a otra gente, gestionar la acción colectiva. Antes estaba más profesionalizado, ahora cualquiera puede llevar a cabo iniciativas".

No obstante, en cuanto a las oportunidades, todos los expertos entrevistados insisten en señalar que hay que diferenciar entre las que brinda internet y las que los menores aprovechan. Internet favorece y facilita la movilización, pero depende de la actitud personal hacia este tipo de acciones.

E1: "Siempre ha habido personas jóvenes que se han movilizado por determinadas causas, miembros de asociaciones que defienden determinados derechos, gente que firma por determinadas iniciativas".

Estas actitudes se trasladan al mundo online. Internet favorece una mayor participación porque las personas que tienen una actitud positiva hacia este tipo de acciones tienen más fácil actuar.

E1: "El cambio está en las facilidades que internet supone para participar cuando hay actitud proclive a la participación"

Puesto que las actitudes personales determinan la participación política y social online, las desigualdades no desaparecen.

E2: "Formas de ser y de hacer que vemos en lo off line se trasladan al mundo online. Es un espacio que nos habita y habitamos y se trasladan las desigualdades, con otros formatos, por lo que no sorprende que los hombres sean más proactivos, que busquen más contenidos en internet y que las mujeres sean más observadoras, porque es lo que sucede también en el ámbito offline".

3.2. Análisis motivacional de uso de Internet y las tecnologías digitales: el lugar de la participación sociopolítica

Todos los chicos y chicas entrevistados afirmaron que utilizan Internet de forma cotidiana. Sus principales actividades online son: entrar en las redes sociales, escuchar música, ver vídeos y películas, buscar información de todo tipo (académica, de actualidad y para buscar trabajo), leer libros, realizar compras-ventas, jugar a videojuegos, conocer gente y comunicarse con otros/as. Todos estos usos se pueden agrupar en tres grandes categorías: información, comunicación y entretenimiento. En el discurso espontáneo ningún participante se refirió a la participación política o social entre sus actividades online habituales.

En lo que respecta a la búsqueda de información destaca el uso de internet como un "solucionador de problemas". Más que información sobre noticias de actualidad, los jóvenes buscan en Internet respuestas para resolver cualquier tipo de problema al que se enfrentan, lo que ya es indicativo de la falta de atención a los asuntos públicos, sean de tipo político o social.

Además de la utilidad informativa, Internet es principalmente un canal de comunicación con familiares y amigos y una gran fuente de entretenimiento.

Cuando se les pregunta acerca de qué es lo mejor que tiene Internet, la mayoría señaló a YouTube, Netflix y las redes sociales como sus sitios favoritos, lo que refuerza la observación sobre el uso lúdico de Internet para los participantes en el estudio. Uno de los expertos entrevistados señala en relación con esta cuestión que

E1: "el entretenimiento se basa fundamentalmente en el visionado de vídeos de YouTube, que es el servicio digital más utilizado junto a las redes sociales para interactuar con el grupo de iguales. En cuanto a la selección de redes sociales, están donde están su grupo de iguales. En la actualidad los niños y adolescentes se han trasladado de Facebook a Instagram. Usan esta red para relacionarse socialmente. Es una continuidad de sus relaciones offline. El trato suele ser frívolo y superficial"

De acuerdo con lo anterior y según lo expresado por los participantes en ambos grupos, la red social más utilizada es Instagram; todos/as los/las participantes la utilizan cotidianamente. En general, es utilizada para compartir fotos de carácter personal y social, por ejemplo, cuando se visita un sitio o cuando están entre amigos/as. También se utiliza para seguir a personajes famosos como influencers o jugadores de fútbol, aunque la mayor parte de las interacciones son con los propios amigos/as.

La mayoría tiene su cuenta de Instagram bajo la opción privada. Pero aun así, no conocen a todos sus contactos y seguidores. Los criterios para hacerse amigos/as en las redes sociales son muy laxos. En algunos casos pueden ser conocidos "de vista", como por ejemplo amigos de amigos de amigos, pero en otros casos puede ser por las recomendaciones que la propia aplicación propone.

Ma (G1): "Tengo dos cuentas en Instagram, una para mis amigos (privada) y otra para la música. Quiero tener seguidores en el mundo de la música y lógicamente esa no puede ser privada".

Mi (G1): "Te haces amigos con gente que tiene los mismos gustos. Amigos en común. Puedes conocer a alguien de vista y te empieza a hablar por Instagram, y entonces ya, amigos."

En este punto, emergió espontáneamente en ambos grupos la cuestión vinculada a la seguridad y privacidad que estas redes ofrecen. En todos los casos hay una percepción de pérdida de control, aunque la misma está más acentuada entre las chicas. Esta diferencia sobre la percepción de peligro que se puso de evidencia en el transcurso de los grupos de discusión fue señalada también por otro de los expertos entrevistados:

E2: Internet es un espacio de libertad, aunque las mujeres lo viven en menor medida. Las mujeres detectan mucho más que los hombres los peligros de las redes. Borran más contactos porque reciben insultos, acoso... Triplican la detección del problema. Son mucho más cautas y sufren más las consecuencias, (...) se reproduce lo que sucede off line y tiene que ver con la educación que cada uno recibe. La percepción del miedo y el peligro de las mujeres duplica a la del hombre. Ocurre también en los peligros offline. La mujer vuelve a casa de noche y tiene miedo y el hombre no.

Así como Instagram fue mencionada como la aplicación predilecta para compartir contenido de carácter personal y social de los/las participantes, Twitter fue señalada como la red más orientada hacia las discusiones y los temas de actualidad. Algunos/as participantes tenían una cuenta en este sitio, pero no la mayoría, lo que una vez más pone en evidencia la prevalencia del uso lúdico de la red.

Algunos participantes también tienen cuentas en Snapchat y Facebook, aunque se evidencia una participación menor en estas aplicaciones y para finalidades comunicativas con los círculos próximos, en ningún caso se hizo mención al uso de esta red para la participación política y social.

P (G1): "Facebook lo utilizo más para cotillear. Twitter es más por si me apetece soltar algo, cosas que me cabrean, para dar mi opinión. Instagram lo veo más privado porque subo fotos mías y de mi ámbito personal. En Twitter expreso mi opinión".

3.3. Participación social y política online de los y las adolescentes

En el discurso espontáneo de los participantes no surge la participación política y social entre los usos que ellos hacen de las redes sociales. Cuando son preguntados explícitamente sobre las posibilidades que ofrecen las tecnologías para la participación en asuntos públicos, se observa una apatía generalizada en ambos grupos, con la excepción de un solo participante entre los varones.

Las primeras reacciones en ambos casos ante la pregunta sobre la utilidad de las redes sociales como herramientas para la participación política y social han oscilado entre el desinterés, el desconocimiento y el escepticismo respecto a sus efectos potenciales.

- Desinterés. No se percibe ningún tipo de entusiasmo por involucrarse o intervenir en el ámbito público vinculado a temas sociales y políticos. Ninguno/a ha mencionado que sigue cuentas relacionadas con cuestiones políticas ni sociales en las redes y ninguno tiene intención de hacerlo.

- Desconocimiento. Solo dos participantes, ambas mujeres, conocían la plataforma Change.org. Una de ellas afirmó que había entrado en el sitio web algunas veces, pero que nunca apoyó ninguna petición ya que no tenía claridad sobre qué se hacía luego con las firmas. La otra participante sí firmó una petición que le había compartido una amiga, pero también expresó sus dudas respecto a la utilidad de este medio.

La (G1): "Hay una plataforma llamada Change.org para peticiones. Casi voto alguna vez, pero al final no lo hice. Porque no sé qué van a hacer con ello."

Ma (G1): "He utilizado esa plataforma alguna vez. Mis amigas o mi madre me mandaron algo que era importante para ellas o para mí y voté. En realidad, no sabes cuál será el resultado, pero de todas formas he votado".

- Escepticismo. Existe una sensación generalizada de que un tweet o un posteo no tendrán ningún efecto sobre la realidad. Por este motivo la participación en discusiones públicas ha sido caracterizada como una "pérdida de tiempo", un "sin sentido", y que las mismas "no conducen a ningún lado". Ha estado muy presente la idea de que es imposible convencer a otras personas o cambiarles de opinión en los debates.

E (G1): "No es miedo, es pasividad. No me quiero meter en eso porque a la gente le encanta discutir. Das tu opinión, pero nunca vas a convencerlos, es una pérdida de tiempo. Ni siquiera intentan entender. Por supuesto mi opinión contribuye, pero veo como la gente discute y es ridículo."

E (G1): "Yo paso por facilidad. No me apetece meterme en eso. La gente que participa en esas cosas no va a cambiar de opinión, me parece una pérdida de tiempo."

Otro motivo que los participantes en ambos grupos aducen para no participar en debates sobre cuestiones políticas o sociales en redes sociales es el tono de estas conversaciones. Todos coinciden en señalar que las discusiones se vuelven agresivas con facilidad y que nada cambia por más de que uno se involucre.

Ma (G1): "Uso mis redes sociales para compartir fotos que me gustan y eso. Pero cuando leo comentarios en las historias de Instagram, por ejemplo, la gente discute mucho y se atacan unos a otros. Luego la gente empieza a unirse a un lado o al otro... y al final esto no conduce a nada"

(G1): "Nunca doy mi opinión, pero sí veo que quienes lo hacen son un poco extremistas a veces. Si no coincides con ellos, te dan un follow o te replican"

Indagando un poco más, podemos observar que entre las chicas no sólo hay desafección respecto a los asuntos sociales y políticos, sino que también hay miedo a las posibles reacciones que genere su intervención en público, lo que se traduce en una llamativa auto censura, que no se observa en el caso de sus compañeros varones.

Algunas participantes han planteado que en caso de opinar sobre temas "serios", pueden ser criticadas, pueden perder amigas o ser etiquetadas y catalogadas como algo que no son. El miedo termina primando un sentido conservador que las lleva a preferir guardar silencio, antes que exponerse a la posibilidad de ser criticadas o de entrar en polémicas con otras personas.

Mi (G1): "A mí me da cosa porque tú te expresas y a otro le puede molestar, yo prefiero no opinar. Porque sé que alguien va a contestar. Cuando hacen comentarios machistas no me gusta, pero yo me callo. Me da cosilla."

Ma (G1): "Trato de ser cuidadosa. En tu círculo de amigas, normalmente la mayoría piensa igual que tú, pero sé que algunas amigas piensan diferente en ciertos temas y nunca hablo de ello porque sé que va a generar controversia y que puede afectar nuestra amistad"

P (G1): "Si das muchas veces tu opinión y la gente no está de acuerdo contigo, aunque no te conozcan te van a tachar de eso"

En general se percibe que las chicas no quieren favorecer situaciones de conflicto con las personas más cercanas ni situaciones de enfrentamiento por diferencia de opiniones entre desconocidos. En este contexto manifiestan preferir mantener actitudes neutras, no provocadoras, por miedo.

Solo un participante del grupo de chicos mostró una mirada optimista respecto a las posibilidades de las redes para la participación política y social de los jóvenes.

R (G2): "Las redes sociales son un pilar para la expresión de la gente joven. Cuanta más gente use las redes, más se podrán involucrar en estos movimientos. Menos gente se queda callada. Expresar tus ideas en redes sociales es importante".

3.4. Del discurso espontáneo a la campaña #MeToo

Al presentar el ejemplo de la campaña internacional #MeToo las reacciones en los dos grupos fueron muy diferentes. En el caso de las chicas, el tono de la conversación cambió. Todas las participantes mostraron su apoyo y adhesión al contenido de la campaña, con diferentes matices en el nivel de entusiasmo con la temática.

Las chicas consideraron que la campaña fue acertada y que aborda un problema sentido por todas las mujeres, ellas incluidas. Si bien el eje no era el contenido de la campaña, este punto dio lugar a relatos que evidenciaron que en alguna medida todas las chicas conocen de primera mano el acoso machista, ya sea virtual o físico.

Algunas chicas expresaron un nivel de apoyo mayor a la campaña y la consideraron "muy importante". En otros casos también se pudo ver acuerdo con el contenido, pero un nivel de expectativa y entusiasmo menor, incluso un cierto escepticismo por sus potenciales resultados. Una chica planteó que las redes sociales son una herramienta para empoderar a las mujeres y que esta campaña sirve para generar

consciencia, pero otra participante afirmó que no cree que estas acciones cambien la mentalidad de los acosadores.

En general, las chicas expresaron que sí podrían adherirse en las redes sociales a una campaña como esta, aunque ninguna lo había hecho por las reservas comentadas en el epígrafe anterior, sin embargo, todas dejaron claro que no participarían en una movilización en la calle y los argumentos fueron coincidentes con los expresados respecto a la movilización online: miedo y serias dudas respecto a los cambios reales que estas manifestaciones puedan producir, pero en el caso de la movilización offline, todavía mayores que en el caso del clickactivismo.

Mi (G1): "No me gustan las manifestaciones. Me dan 'miedillo', pero sí daría mi apoyo online a esas personas que lo han pasado tan mal."

Lu (G1): "Si tengo que ir a una manifestación, lo pensaré antes de actuar. A veces una manifestación no cambia nada. Por ejemplo, un violador es gente que está enferma y nunca va a cambiar por más que vayas a una manifestación."

P (G1): "Podría apoyar, pero no ir a una manifestación. Está bien unirse a gente que piensa como tú, pero normalmente no cambia nada"

El ejemplo de la campaña #MeToo generó que algunas chicas cambiaran o matizaran lo que habían manifestado previamente respecto a la participación en la vida pública a través de las tecnologías digitales. Algunas participantes expresaron una mirada más optimista respecto a las potencialidades de las redes sociales como canal de expresión.

E (G1): "Ahora las redes sociales se usan para empoderar el rol de las mujeres. Antes no era así. Estas campañas son para generar consciencia en la gente."

Ma (G1): "Creo que no nos debemos quedar calladas y ayudar a que haya un cambio. Es un primer paso. Yo no puedo hacer nada por esas chicas, pero está bien la denuncia pública. Por eso es bueno que existan estas campañas."

P (G1): "Es solo un tweet, puedes expresarlo o no. Probablemente nadie te ataque y estás ayudando a gente que lo necesita. Lo vemos todos los días en las noticias. Si te unes, y la de al lado también, se nota."

Si bien el clima de la conversación cambió y aparecieron algunas apreciaciones más favorables sobre la participación en la vida social y sobre la utilidad de las redes sociales como herramientas para tal fin, las reservas mencionadas previamente volvieron a aparecer. Nuevamente pudimos observar la existencia de temores y barreras para la participación de las chicas en los asuntos sociales y políticos, y también la sensación de miedo en algunos casos a ser etiquetadas de "feministas".

Ma (G1): "Cuando hablas de un tema tan importante online, me gusta dar mi opinión, pero estás muy expuesta al *bullying*. Puedes defender tus ideas, pero otras personas te pueden atacar diciendo que eres una 'feminista' y esa no era tu intención. Puedes apoyar algo, pero con cuidado porque la gente te etiqueta o malinterpreta."

Por el lado de los varones, las reacciones fueron muy diferentes. La mayoría exhibió reflejos reactivos frente a la campaña y el tema en general, mientras que un solo participante tuvo una valoración positiva. Las primeras opiniones plantearon una mezcla de indiferencia y desinterés que rápidamente derivaron en un cuestionamiento.

Algunas intervenciones dudaron de la veracidad de los relatos expresados por las mujeres, mientras que en otros casos también se cuestionó que Twitter sea el medio indicado para estas denuncias. Estas reacciones dejaron ver una ausencia absoluta de empatía con el reclamo y sus protagonistas.

G (G2): "Yo también puedo crear un usuario llamado *BonnyLeClaire* y decir que fui abusado sexualmente y no significa nada".

Go (G2): "Yo sinceramente creo que Twitter no es el lugar para esto. Deberían denunciarlo si tienen evidencias, y probarlo. En Twitter, esto puede ser una mentira".

Nuevamente, el participante que mostró un mayor interés por las cuestiones políticas y sociales marcó un contrapunto en la conversación. Desde su punto de vista, esta campaña es justa y positiva. Frente a esta opinión, algunos participantes matizaron su mirada, que de todas formas se estructuraba en relación a la desconfianza. Según estas opiniones, algunos planteamientos del movimiento #MeToo y el feminismo en general son razonables, pero no en la medida en que "se extralimitan".

En este sentido, varios participantes comentaron que las mujeres que llevan adelante estas ideas muchas veces quieren subvertir el orden establecido y buscan imponer la superioridad de las mujeres sobre los hombres. En la misma línea de razonamiento, han expresado que está bien la reivindicación de la igualdad, pero no el afán de que las mujeres "sobrepasen a los hombres". Por estos motivos, un participante interpretó que este movimiento "se está radicalizando".

G (G2): "No me considero parte de ningún movimiento ni estoy a favor de él. En la medida en que se busque la igualdad está bien, pero no la superioridad de un género sobre otro."

M (G2): "Si quieren la igualdad entre géneros, está bien. Pero no como los extremos que quieren que sean más, que quieren pasar uno sobre otro."

Esta actitud defensiva de algunos chicos también pudo verse expresada en intervenciones que aclaraban que ellos no habían abusado de nadie. Un participante planteó que muchas veces se "mete a todos los hombres en el mismo saco", lo que consideraba una generalización injusta.

M (G2): "No me gusta cuando dicen 'los hombres son malos porque no sé qué y no sé cuánto'. Yo soy un hombre y no hice ninguna de esas cosas. No se puede generalizar."

Nuevamente algunos participantes se refirieron a la inutilidad de manifestarse a través de las redes sociales. En este punto, el chico que había mostrado una opinión diferente al resto dijo que se estaban "subestimando los poderes de las redes sociales".

R (G2): "Pienso que es bueno tener medios de expresión. Es una forma de hacer estos temas públicos. El acoso sexual contra las mujeres es obvio por eso es muy bueno que existan este tipo de movimientos."

Esto le valió la adhesión de otros dos participantes, aunque la mirada sobre el tema de conjunto de estos chicos estaba más cerca de la otra mitad de la mesa, donde se sostenía una posición abiertamente reactiva al tema.

Un dato relevante es que la mayoría de los varones identificaba este asunto como parte central de la agenda de las mujeres en las redes sociales y más allá de las mismas

Ma (G2): "No sigo muchas mujeres (en redes sociales) pero no paro de ver noticias sobre el feminismo y todo eso, a todas horas."

La (G1): "En Instagram todos hablan sobre feminismo y sobre casos de violencia de género"

Más allá de esta campaña en particular, la tónica predominante del debate también estuvo marcada por el desinterés respecto a los temas sociales y políticos. En este sentido, podemos ver que las redes sociales ofrecen un canal de expresión y de organización a los jóvenes, pero que el mismo se inserta en un marco general signado por la desafección política y social. Nuevamente podemos analizar que las redes, a pesar de abrir nuevas perspectivas y horizontes de participación y expresión, en mayor medida reflejan y reproducen el estado de ánimo general que existe con relación a los asuntos políticos y sociales. Esta visión fue expresada con claridad por un participante del segundo grupo:

J (G2): "Depende de la persona, no de las redes sociales. No importa cuánto se fomente en las redes, si la persona no se quiere involucrar, no lo va a hacer"

4. Discusión y conclusiones

Internet tiene enormes potencialidades para la participación política y social de los adolescentes y jóvenes. Asimismo, posee cualidades como el anonimato, la interactividad y la horizontalidad que posibilitan el empoderamiento de los ciudadanos y, especialmente, de las mujeres y grupos organizados entorno a intereses particulares, pero no existe conciencia entre los jóvenes sobre estas oportunidades.

Para los expertos entrevistados las principales oportunidades que surgen de la digitalización en términos de participación política y social son: (1) altavoz para los individuos y para los colectivos y sus causas, (2) medio para salir del aislamiento y mejorar la autoestima y (3) herramienta para la acción colectiva, la protesta y el activismo juvenil. Estas oportunidades son especialmente relevantes para las mujeres, que encuentran en internet un canal: (1) para expresar sus opiniones, (2) para visibilizar a otras mujeres y (3) para denunciar situaciones de acoso y desigualdad.

Todos/as los/las participantes en los grupos de discusión utilizan Internet de forma cotidiana. La principal función de las redes sociales para los jóvenes tiene que ver con sus relaciones sociales. Las tecnologías digitales forman parte de su vida diaria en el ámbito escolar, familiar y en sus relaciones con amigos/as.

En término de oportunidades, para ellos Internet es fundamentalmente un espacio de ocio. Las principales ventajas de las redes sociales que se han identificado en la conversación tienen que ver con el entretenimiento, la comunicación con amigos/as y conocidos/as, y con la búsqueda de información. La participación en asuntos públicos no ha emergido espontáneamente en su discurso en ninguno de los dos grupos.

Al introducir la cuestión de la participación en la vida pública, lo primero que se observa es un importante nivel de desafección y desinterés. En los dos grupos los/las participantes se han mostrado ajenos a los asuntos sociales y políticos, tanto en las redes sociales como fuera de ellas. Un solo participante se mostró interesado en los asuntos públicos. Su punto de vista contrastó con los/las demás participantes. Según este joven, las redes sociales son un canal de expresión y tienen una enorme potencialidad para hacer oír y organizar reclamos, y de esta forma promover el cambio social.

Las reacciones ante la pregunta sobre la utilidad de las redes sociales como herramientas para la participación política y social han oscilado entre el desinterés, el desconocimiento y el escepticismo respecto a sus efectos potenciales. No se percibe ningún tipo de entusiasmo en los participantes por involucrarse o intervenir en el ámbito público vinculado a temas sociales y políticos; no siguen la información de actualidad y desconocen la existencia y utilidad de plataformas como Change.org. Además, existe una sensación generalizada de que la participación y movilización online por causas sociales o políticas no tendrán ningún efecto sobre la realidad, lo que permite concluir que no existe una conciencia entre los jóvenes sobre las repercusiones y el potencial que pueden tener estas redes sociales. En este punto este estudio coincide con los resultados obtenidos por Subirats, Fuster, Moreno, Berlinguer y Salcedo (2014: 132) quienes señalan que la "utilidad como palanca para cambiar las cosas tampoco la tienen del todo clara (los jóvenes). Dudan sobre el impacto real de las movilizaciones en la Red y en la calle. Parecen enfrentados a un muro. Y son conscientes de los límites del "clickeo" y del "megusteo". Pero, ese es su mundo y en él siguen interactuando". A estos motivos se une el desagrado hacia el tono agresivo de las conversaciones sobre asuntos públicos.

Además del desinterés por estos temas, también emergieron ciertas barreras para participar, sobre todo en el caso de las chicas. Todas han coincidido en que no vale la pena intervenir en debates en redes sociales. Según ellas, las discusiones online conducen inevitablemente a enfrentamientos y las expone a posibles hostilidades. Incluso cuando tienen una opinión formada sobre algún tema político o social, las chicas han planteado que prefieren guardar silencio y "no meterse". El principal temor es a ser criticadas o etiquetadas. Podemos ver que las chicas son muy conscientes de los peligros y riesgos que hay en las redes sociales, tales como el acoso, el *ciberbullying*, etc., tanto que podemos percibir que ellas tienen miedo. En este aspecto los resultados son coincidentes con los obtenidos por Alonso-Ruido et al. (2015) quienes sostienen que "son ellas las que tienen mayor conciencia sobre el peligro de las redes sociales, afirmando que su uso puede llegar a ser "peligroso" o "muy peligroso" en el 44.2% de los casos frente al 35.1% de los chicos que así lo afirma"

Este miedo las ha llevado a desarrollar una autocensura, inexistente en el caso de los chicos, y que pone de manifiesto la vigencia de la segunda brecha digital (Castaño, 2008) entre los adolescentes, un grupo en el que la primera brecha, basada en el acceso a Internet, ha sido completamente superada.

Hablando específicamente sobre las redes sociales, Instagram es la más utilizada. Todos/as tienen una cuenta en esta red. En general, la utilizan para subir fotos e interactuar con amigos/as. También siguen a gente famosa, como jugadores de fútbol en el caso de los varones, e *influencers* en el caso de las chicas, lo que reproduce en buena medida ciertos estereotipos de género. Todos los participantes gestionan más de un perfil en redes sociales. Facebook, Snatchap y Twitter son las otras redes que utilizan, aunque en menor medida que Instagram. Se pone de manifiesto la segmentación de usos por aplicación, siendo Twitter la única red social que relacionan con la participación sociopolítica.

Al hablar de la campaña #MeToo, la tónica del debate entre las chicas se vio modificada. Todas compartían el contenido de la campaña. Esto generó un clima de mayor optimismo respecto a la posibilidad de promover cambios y participar a través de las redes sociales. Las barreras comentadas previamente no desaparecieron, pero entraron otros elementos en el debate. Todas consideraron que se trata de un tema muy sentido, y manifestaron su completa adhesión a estas consignas.

Por el lado de los varones, hubo un participante que estuvo de acuerdo con el contenido de la campaña (el mismo chico que ya se había mostrado interesado por las cuestiones políticas). Pero los demás tuvieron reacciones entre negativas e indiferentes. La mitad de la mesa mostró mucha resistencia frente a los planteamientos del #MeToo y tuvo una actitud defensiva. Consideraron que las propuestas feministas tienden a ser radicales y pretenden que las mujeres sobrepasen a los hombres.

El punto en común que evidenciaron los dos grupos es que la cuestión del feminismo y los programas por la igualdad de los géneros están instalados en el debate público. Tanto chicos como chicas dejaron ver que es un problema presente en las redes sociales, en las escuelas y en los medios de comunicación.

5. Referencias bibliográficas

- [1] Amorós, P.; Buxarrais, M. R. y Casas, F. (2002). *La influencia de las TIC en la vida de los chicos y chicas de 12 a 16 años*. Barcelona: Instituto de Infancia y Mundo Urbano. Disponible en <http://bit.ly/2SDV4Ssw>
- [2] Ballesta, J.; Lozano, J.; Cerezo, M. y Soriano, E. (2015). Internet, redes sociales y adolescencia: un estudio en centros de educación secundaria de la región de Murcia. *Revista Fuentes*, 16, 109-130. <http://dx.doi.org/10.12795/revistafuentes.2015.i16.05>
- [3] Brundidge, J. & Rice, R. E. (2009). Political engagement online: Do the information rich get richer and the like-minded more similar. In A. Chadwick (Ed.), *Routledge handbook of Internet politics* (pp. 144- 156). London, New York: Routledge.
- [4] Campbell, S. & Kwak, N. (2012). Mobile Communication and Strong Network Ties: Shrinking or Expanding Spheres of Public Discourse? *New Media and Society*, 14(20) 262-280. <https://doi.org/10.1177/1461444811411676>
- [5] Castaño, C. (2008). *La Segunda Brecha Digital*. Madrid: Cátedra.
- [6] Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- [7] Centro de Investigaciones Sociológicas (2007). Internet y participación política (Estudio nº. 2736). Disponible en <http://bit.ly/2OdUWuq>
- [8] Centro de Investigaciones Sociológicas (2009). Calidad de la democracia (II) (Estudio nº. 2790). Disponible en <http://bit.ly/30Nhn1h>
- [9] Centro de Investigaciones Sociológicas (2015). Postelectoral elecciones autonómicas 2015. Comunidad autónoma de las Islas Baleares (Estudio nº. 3039).
- [10] Connell, S. L.; Lauricella, A. R. & Wartella, E. (2015). Parental co-use of media technology with their young children in the USA. *Journal of Children and Media*, 9(1), 5-21. <https://doi.org/10.1080/17482798.2015.997440>
- [11] Farrell, H. (2012). The consequences of the Internet for politics. *Political Science*, 15(1), 35-52. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-030810-110815>
- [12] Gaines, B. J. & Mondak, J. J. (2009). Typing together? Clustering of ideological types in online social networks. *Journal of Information Technology and Politics*, 6(3-4), 216-231. <https://doi.org/10.1080/19331680903031531>
- [13] Gamito, R.; Aristizabal, P. y Olasolo, M. (2017). La necesidad de trabajar los riesgos de internet en el aula. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 21(3), 409-426. Disponible en <http://bit.ly/2M8Jcq7>
- [14] del Carmen García, M. y Del Hoyo, M. (2013). Redes sociales, un medio para la movilización juvenil. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 18(34), 111-125. Disponible en <https://bit.ly/2J8nmkH>
- [15] García, M. C.; del Hoyo, M. & Fernández, C. (2014). Engaged Youth in Internet. The Role of Social Networks in Social Active Participation. *Comunicar*, 22(43), 35-43. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-03>
- [16] García, M. I. D. y Espinosa, I. R. (2018). Diferencias de género en la relación de las juventudes habaneras con las TIC. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 10(16), 133-147. Disponible en <https://bit.ly/2Kkn1HQ>
- [17] Garmendia Larrañaga, M.; Jiménez Iglesias, E.; Casado del Río, M. Á. y Mascheroni, G. (2016). *Net Children Go Mobile. Riesgos y oportunidades en internet y uso de dispositivos móviles entre menores españoles (2010-2015)*. ONTSI.
- [18] Gil, M. A. R. (2012). Participación política de la juventud, redes sociales y democracia digital. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (93), 106-115. Disponible en <http://bit.ly/2GCy01N>
- [19] Gil de Zúñiga, H. (2009). Blogs, journalism and political participation. En Z. Papacha-rissi (Ed.), *Journalism and citizenship: New agendas in communication* (pp. 108-123). Nueva York: Routledge

- [20] Gil de Zúñiga, H.; Jung, N. & Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>
- [21] Gillmor, D (2004). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, California: O'Reilly Media. <https://doi.org/10.1145/1012807.1012808>
- [22] Giménez, A. M.; Luengo, J. A. & Bartrina, M. (2017). What are young people doing on Internet? Use of ICT, parental supervision strategies and exposure to risks. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 15(3), 533-552. <http://dx.doi.org/10.14204/ejrep.43.16123>
- [23] Gualdo, A. M. G.; Sánchez, J. J. M. y Sánchez, P. A. (2015). Usos problemáticos y agresivos de las TIC por parte de adolescentes implicados en cyberbullying. *Revista de Investigación Educativa*, 33(2), 335-351. <https://doi.org/10.6018/rie.33.2.199841>
- [24] Haddon, L. & Mante-Meijer, E. (2016). *Generational use of new media*. New York, NY, USA: Routledge.
- [25] Hodkinson, P. (2017). Bedrooms and beyond: Youth, identity and privacy on social networks sites. *New Media & Society*, 19(2), 272–288. <https://doi.org/10.1177/1461444815605454>
- [26] Kahne, J.; Lee, N. J. & Feezell, J. T. (2012). Digital media literacy education and online civic and political participation. *International Journal of Communication*, 6. Disponible en <http://bit.ly/2XZrjg9>
- [27] Krueger, R. A. (1991). *El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid: Pirámide.
- [28] López Gracia, Á. M. (2017). *Variables asociadas a los usos y riesgos de las TIC en los adolescentes*. Universidad de Sevilla, Sevilla.
- [29] Morgan, D. L. (1988). *Focus groups as qualitative research*. Beverly Hill: Sage Publications.
- [30] Natal, A.; Benítez, B. y Ortiz, G. (2014). *Ciudadanía Digital*. México: UAM
- [31] Price, V. (1994). *La opinión pública*. Barcelona: Paidós.
- [32] Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Touchstone. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>
- [33] Reche, A. S.; Peco, K. P.; López, M. C. H.; Montilla, M. C. A. y Romero, S. P. (2016). Development of improvements in consumer goods ICT technology for children through risk analysis-screenrisk. *Libro de resúmenes del 1er congreso internacional online del uso de las TIC en la sociedad, la educación y la empresa*.
- [34] Sandín Esteban, M. P. (2004). *Investigación Cualitativa en Educación. Fundamentos y tradiciones*. México: Mc Graw-Hill.
- [35] Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Londres, Reino Unido: Penguin Book
- [36] Subirats, J.; Fuster, M.; Moreno, R. M.; Berlinguer, M. y Salcedo, J. L. (2014). Jóvenes, Internet y política. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.
- [37] Tapscott, D. & Williams, A. (2006). *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. Nueva York: PenguinBooks
- [38] Valenzuela, S.; Park, N. & Kee, F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875-901. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- [39] Villanueva Baselga, S.; Aguilar, C. y Sánchez, L. (2017). Participación Política, Medios de Comunicación y Redes Sociales en los Adolescentes Catalanes. *International Journal of Sociology of Education*, 6(1), 61-84. <http://dx.doi.org/10.17583/rie.2017.2496>
- [40] Wojcieszak, M. E. & Mutz, D. C. (2009). Online groups and political discourse: do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement? *Journal of Communication*, 59(1), 40-56. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01403.x>

Agradecimientos

Los datos son financiados y preparados por el Instituto Europeo para la Igualdad de Género en el contexto del proyecto "Juventud, digitalización e igualdad de género: investigación cualitativa. Revisión de la implementación del "Área L: the Girl child of the Beijing Platform for Action". En esta investigación han participado 10 países y en este trabajo se difunden los resultados del caso español. Ni el Instituto Europeo de Igualdad de Género ni ninguna persona que actúe en su nombre pueden ser responsables del uso de la información contenida en esta publicación. El contenido de esta publicación no refleja necesariamente la posición u opinión del Instituto Europeo de Igualdad de Género. Asimismo, este artículo es producto del proyecto de investigación titulado "De la cultura de masas a las redes sociales: convergencia de medios en la sociedad digital". CSO2016-74980-C2-1-R financiado por el Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016.



Revista MEDITERRÁNEA de Comunicación
MEDITERRANEAN Journal of Communication