







Expresiones discriminatorias, jóvenes y redes sociales: la influencia del género

Discriminatory Expressions, the Young and Social Networks: The Effect of Gender

-
-  Dr. David Dueñas es Profesor de Sociología en la Universitat Rovira i Virgili en Tarragona (España) (david.duenas@gmail.com) (<http://orcid.org/0000-0002-0451-4514>)
 -  Dra. Paloma Pontón es Investigadora Post-Doctoral en la Universitat Rovira i Virgili en Tarragona (España) (palomaponton@gmail.com) (<http://orcid.org/0000-0001-6929-8288>)
 -  Dr. Ángel Belzunegui es Profesor Titular del Departamento de Gestión de Empresas en la Universitat Rovira i Virgili en Tarragona (España) (angel.belzunegui@urv.cat) (<http://orcid.org/0000-0002-6355-1593>)
 -  Dra. Inma Pastor es Profesora Titular del Departamento de Gestión de Empresas en la Universitat Rovira i Virgili en Tarragona (España) (Inma.pastor@urv.cat) (<http://orcid.org/0000-0003-4913-0722>)
-

RESUMEN

En el marco del Proyecto «I:CUD» (Internet: Desenmascarando la discriminación creativamente), llevado a cabo en el Reino Unido, Italia, Bélgica, Rumanía y España, hemos desarrollado una investigación sobre las expresiones de discriminación utilizadas por los jóvenes en las redes sociales. Para la realización de esta investigación, se ha diseñado una estrategia metodológica de detección de contenidos discriminatorios en 493 perfiles de Facebook que ha permitido encontrar 363 ejemplos para su análisis. El objetivo de la misma ha sido la obtención de información acerca de los tipos de contenidos discriminatorios y su forma de funcionamiento on-line, para facilitar la creación de herramientas y estrategias para luchar contra la discriminación en la Red, y su utilización por parte de formadores, docentes y familias. Como resultado, hemos detectado algunos patrones diferenciales entre hombres y mujeres jóvenes que nos permiten afirmar la existencia de una forma femenina y otra masculina de comportarse en Internet y un uso diferencial de las redes sociales en relación con la discriminación. En cuanto a ésta, los hombres tienden a tener más actividad directa (publicando y compartiendo mensajes), con contenidos más claramente discriminatorios y, sobretudo, centrados en la discriminación hacia grupos étnicos y minorías culturales. Las mujeres, por su parte, tienden a utilizar estrategias de discriminación no directas (reactivas), con una menor evidencia del componente discriminatorio. Ellas, mayoritariamente, dirigen las actitudes discriminatorias hacia la situación sociocultural y la apariencia física.

ABSTRACT

In the framework of the «Project I: CUD» (Internet: Creatively Unveiling Discrimination), carried out in the United Kingdom, Italy, Belgium, Romania and Spain, we conducted a study into the expressions of discrimination used by young people on social network sites. To do so we designed a methodological strategy for detecting discriminatory content in 493 Facebook profiles and used this strategy to collect 363 examples for further analysis. Our aims were to compile information on the various types of discriminatory content and how they function online in order to create tools and strategies that can be used by trainers, teachers and families to combat discrimination on the Internet. Through this study we have detected patterns between young men and young women that reveal that there is a feminine and a masculine way of behaving on the Internet and that there are different ways of expressing discrimination on social networks sites. Men tend to be more direct in their posting and sharing of messages. Their messages, which are also more clearly discriminatory, focus more on discrimination towards ethnic groups and cultural minorities. Women, on the other hand, tend to use indirect (reactive) discriminatory strategies with a less obvious discriminatory component that mainly focuses on sociocultural status and physical appearance.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Actitudes, comunidades virtuales, discriminación, estudios de género, Internet, jóvenes, redes sociales, sociología.
Attitudes, virtual communities, discrimination, gender studies, Internet, youth, social network sites, sociology.

1. Introducción y estado de la cuestión

Nuestra investigación se centró en la recogida de información sobre diferentes tipos de contenidos discriminatorios y su presencia on-line. El objetivo consistió en la detección de diferencias entre los patrones de comportamiento en Facebook (como ejemplo de red social) para ampliar la comprensión acerca de los contenidos discriminatorios en las redes sociales y su difusión. Obtenida la información acerca del comportamiento de los jóvenes¹, nuestro siguiente paso fue establecer recomendaciones para la creación de herramientas y estrategias para la lucha contra la discriminación y sus expresiones en la Red.

Con este objetivo, en el proyecto I:CUD definimos el concepto de discriminación digital como la representación de contenidos y actitudes discriminatorias por medios digitales. Esta definición implica que la discriminación digital, sin ser una realidad nueva, representa una nueva forma de expresión y difusión de contenidos discriminatorios.

1.1. Redes sociales: caminos para la interacción

Como punto de partida, contextualizamos la investigación en el marco de las redes sociales y la sociabilidad en Internet. Para Schneider y otros (2009), y Rambaran y colaboradores (2015), una red social on-line es una comunidad de individuos que comparten intereses, actividades, experiencias y/o amistad. Muchas de ellas están disponibles en la web y, en ellas, sus usuarios pueden publicar perfiles con texto, imagen y vídeo, e interactuar. La investigación de Garton, Haythornthwaite y Wellman (1997) muestra que las comunidades virtuales se pueden entender como comunidades relacionales en las que la sociabilidad tiene patrones cuantitativos y cualitativos distintos de los patrones clásicos de sociabilidad. Para Quan-Haase y Wellman (2002), y Haythornthwaite y Wellman (2002), las comunidades creadas alrededor de Internet son «comunidades personales» (comunidades basadas en intereses y afinidades individuales entre personas que deciden conectarse).

Las redes sociales han permitido el surgimiento de nuevas interacciones y de nuevas formas de socialización. Martucelli (2002), por ejemplo, afirma que Internet es un fuerte apoyo en el proceso de individuación. Muchos usuarios tienen como principal objetivo en la web la creación de contactos (Kadushin, 2013), y las redes sociales aumentan el capital social de los y las jóvenes (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). A pesar de ello, algunos investigadores afirman que Internet y las redes animan a la creación de enlaces débiles, a diferencia de los enlaces fuertes² creados en otros

campos de socialización (Haythornthwaite, 2005). Lejos de ser una característica negativa de las redes, es una marca distintiva: las redes facilitan la creación de una infinidad de contactos débiles que resultan útiles para fortalecer los enlaces fuertes creados en relaciones off-line. De manera similar, Castells (2001) concluye que esta tendencia actual reduce la sociabilidad basada en la comunidad física. Otros investigadores (Steffes & Burgee, 2009) han demostrado que las personas conectadas mediante redes tienen diferentes intensidades relacionales, relaciones homofílicas y patrones de toma de decisiones similares. Los patrones de comportamiento en grupos pequeños y medianos son similares entre sí y el número y la intensidad de los enlaces interpersonales refuerza estos enlaces (Centola, 2015). Stefanone y Jang (2007) concluyeron que las principales actitudes y habilidades que llevan a la utilización de blogs son las mismas que se requieren para mantener redes fuertes: extroversión y revelación de los propios pensamientos, emociones o actitudes (self-revelation). Por otro lado, concluyeron que la edad, el género y el nivel educativo no guardan relación con el tamaño de la red, el contenido de los blogs o el uso de blogs como forma de mantener relaciones fuertes.

Wellman y otros (2001) confirmaron la correlación entre el tamaño de la red social off-line y el uso de Internet, definiendo esta relación como «the more, more». Y su opuesto también sería cierto: a mayor utilización de redes sociales, mayor creación de redes off-line. Boyd (2007) estudió los usuarios potenciales de la tecnología, como elementos que ayudan al desarrollo de la misma y sus potencialidades. En concreto, la audiencia viene parcialmente determinada por: 1) la persistencia; 2) la capacidad de búsqueda; 3) la capacidad de reproducción y 4) las audiencias invisibles. Así, Internet se convierte en una hoja de doble filo si uno no es capaz de razonar lo suficiente como para distinguir entre los distintos contenidos que se transmiten, siendo éstos persistentes y, a la vez, fáciles de reproducir. Éstos se pueden encontrar a menudo presentados de forma imprecisa y/o estereotipada de los contenidos iniciales, alcanzando las audiencias invisibles (Boyd). Joinson (2003) subrayó la sincronía creada por la velocidad con la que las personas entran en conversaciones en la Red, ayudando a la creación de oportunidades y situaciones interactivas constantes, debido al bajo coste de la conectividad, el anonimato y la posibilidad de disfrutar de privacidad en una conversación con muchos interlocutores. Joinson también advierte acerca de los dilemas que se asocian al uso fraudulento de los contenidos de la Red y los impactos

negativos del comportamiento criminal anónimo. Sin embargo, describe la paradoja de la coexistencia de investigaciones que demuestran cómo Internet ayuda tanto a des-socializar a las personas así como a fortalecer relaciones anteriores y habilidades sociales. Para él, Internet puede ayudar a compartir experiencias vitales y puede ser una plataforma práctica de autoayuda. Concluye que hay beneficios tanto emocionales como de intercambio de información en las comunidades virtuales y páginas web.

1.2. Marco teórico: Mujeres y hombres en la Red

1.2.1. ¿Hay una forma masculina y femenina de interactuar en las redes sociales?

Se estima que el número de usuarios de Facebook es tres veces el número de habitantes de Estados Unidos. A finales de 2012, Facebook tenía 800 millones de usuarios en el mundo. Un 65% de los norteamericanos adultos habían creado un perfil en alguna red social y un 92% de ellos lo habían creado en Facebook. Entre los usuarios jóvenes de Internet, un 80% son usuarios activos de las redes, y más de la mitad de ellos escriben y mandan habitualmente mensajes mediante la Red (García, Alonso, & del-Hoyo, 2013). Se estima que un 75% de los usuarios de Internet menores de 25 años tienen un perfil en alguna red social (Lenhart, 2009). Es innegable que la utilización de las redes tiene una enorme importancia en la vida de los jóvenes.

En el caso español, un 93% de los jóvenes entre 11 y 20 años han participado en alguna red (Urueña & al., 2011; Fundación Pfizer, 2009). Este porcentaje tan elevado puede ser entendido como un indicador de la revolución en las formas de comunicación en la actualidad, pero también muestra la existencia de diferencias en la socialización. Si bien tradicionalmente la socialización ha descansado en la familia y la escuela, actualmente se ha extendido también a las redes. Tal y como diversos autores sostienen, las redes tienen un gran impacto en la socialización y particularmente en la socialización de género (Gómez, 2010; Huffaker &

Calvert, 2005; Bortee, 2005; Thelwall, 2008). Por lo tanto, el género, la sexualidad y la identidad están abriéndose y la socialización de género en Internet está convirtiéndose en una nueva forma de socialización basada en una definición moderna de género que gira alrededor de los conceptos de fluidez, construcción y actuación. A pesar de que Livingstone y otros (2014), centrándose en el comportamiento on-line de niños/as (9 a 16), encontraron pocas diferencias entre los gustos y los intereses de chicas y chicos, Bringué y Sádaba (2011) obtuvieron resultados interesantes en relación al género y la actividad on-line: las adolescen-

Las redes sociales son un altavoz que permite visibilizar actitudes que son comunes en la juventud, que han sido tradicionalmente expresadas de manera individual en el entorno off-line. Las redes sociales permiten registrar estas actitudes en un espacio público o semipúblico y darles mayor alcance y permanencia. En el momento en que los jóvenes están colgando estos contenidos, sus patrones de expresión siguen determinados por las normas de comunicación cara a cara, no siendo generalmente conscientes de que estos contenidos no siguen las mismas normas y requieren de una mayor reflexión para evitar posibles impactos en otras personas o en su propio futuro.

tes presentaban una mayor tendencia que los adolescentes a navegar acompañadas (amigos, profesores, familiares).

Las redes sociales son un espacio de socialización necesario para los jóvenes: se han convertido en lugares de encuentro y de relación, en los que introducirse, construir la propia identidad y auto-representarse, compartir gustos y hobbies, y adquirir conocimientos y habilidades para el desarrollo personal y social (Torrajada, Araña, & Martínez, 2013; Stern, 2004; Manago & al., 2008). La juventud contemporánea no puede ser entendida sin tener en consideración el poder transformador de Internet. Espinner y González-Río (2009: 88) afirman que hay poca información dis-

ponible sobre el nuevo fenómeno de las redes sociales en Internet y su utilización por parte de la juventud; en particular, sobre los diferentes usos posibles dados por hombres y mujeres. También señalan que las diferencias entre hombres y mujeres no se producen en cuanto usan Internet sino en su utilización.

En relación con la interacción, Valkenburg, Schouten, & Peter (2005) analizaron las distintas estrategias de autorrepresentación utilizadas en la preparación de páginas de Internet. Los hombres tienden a remarcar su estatus, capacidades y competencias, utilizando, generalmente, formas e iconos conectados con la tecnología. Las mujeres, por su parte, tienden a presentarse a sí mismas como guapas y atractivas, utilizando dibujos de flores y colores pastel. En su estudio, después de analizar 609 jóvenes, concluyeron que el 50% de los jóvenes cambiaron su identidad, detectando algunas diferencias de género en estos cambios: los hombres tendieron a reforzar estereotipos masculinos, mientras que las mujeres intentaron adoptar actitudes adultas y transformar su apariencia física.

1.2.2. El sistema de género y las redes sociales

Masculinidad y feminidad son conceptos centrales en la definición del sistema de género. Vinculan valores, experiencias y significados que se asocian con el hombre y la mujer, la imagen masculina y la femenina. Estas nociones cambian de una época a otra, así como de una cultura a otra, y se expresan mediante creencias y expectativas (Alvesson & Billing, 1997). El género, pues, es un constructo social, no una cualidad natural. Se organiza de manera jerárquica y legítima un trato distinto para hombres y mujeres. La distinción entre sexo y género representó una fractura importante respecto al paradigma funcionalista de los roles sexuales tradicionales y permitió al feminismo explorar la base cultural del sexismo (Amorós, 1994; Valcárcel, 1994).

El origen del concepto de género se puede hallar en el trabajo de Rubin (1975). Desde sus inicios, la teoría de género apuntó a la existencia de diferencias entre sexo y género: entendiendo el sexo como una categoría biológica que se expresa a través de los órganos genitales y las hormonas; mientras que el género se asocia a los procesos sociales que crean y mantienen las diferencias entre hombres y mujeres.

El sistema de género permite entender un modelo de sociedad en la cual las diferencias biológicas entre hombres y mujeres se transforman en desigualdades a nivel social, político o económico, siendo las mujeres las más desfavorecidas (Rubin, 1975). Estos elementos del sistema de género contribuyen a la creación de

estructuras omnipresentes que organizan los comportamientos humanos y las prácticas sociales en términos de diferenciación entre hombres y mujeres (Bourdieu, 2000; Fenstermaker & West, 2002). En otras palabras, este sistema crea dos tipos distintos de personas: mujeres y hombres. Las mujeres se han desarrollado del modo en que lo han hecho porque tienen una asunción compartida de lo que implica ser una mujer, y lo mismo puede decirse de los hombres. Estas creencias no han sido creadas ex novo: están conectadas con las ideologías culturales dominantes (Alvesson & Billing, 1997; Deaux & Stewart, 2001). Los mensajes sobre el género vienen de fuentes diversas y fragmentadas, a menudo contradictorias: sociedad, subcultura, organización, familia, escuela, medios de comunicación o individuos. Como resultado, la identidad de género presenta múltiples formas, en ocasiones ambivalentes. Los individuos pueden escoger entre aceptar o rechazar estas asociaciones culturales en sus acciones, pensamientos o auto-comprensiones (Deaux & Stewart, 2001). La definición social del hombre como poseedor del poder, por ejemplo, se puede traducir en una imagen de masculinidad ligada no sólo a sus creencias, comportamientos o emociones, sino también a la fortaleza física o a las posiciones corporales adoptadas por ellos. Así, el poder masculino puede ser entendido como parte del orden natural (Connell, 1993; Valcárcel, 1994). En las sociedades contemporáneas, la masculinidad hegemónica (Connell, 1993) tiende a enfatizar la autoridad, la autonomía y la autosuficiencia, mientras que la feminidad idealizada está ligada a la satisfacción de los deseos masculinos. Obviamente, estas imágenes no corresponden necesariamente con lo que son la mayoría de las mujeres y hombres, pero son compartidas por un gran número de personas. Connell (2002) describió otras formas de masculinidad: las masculinidades subordinadas que se basan en su identificación con la feminidad. El rango de formas adoptadas por la masculinidad se determina parcialmente por la interacción entre el género y otras variables como el grupo étnico o la clase social (Curington, Lin, & Lundquist, 2015).

2. Materiales y método

Nuestra investigación se desarrolló entre diciembre de 2012 y noviembre de 2014 en cinco ciudades distintas simultáneamente: Londres, Roma, Bucarest, Bruselas y Barcelona/Tarragona. El diseño metodológico seguido permitió obtener información acerca de cómo las expresiones de discriminación son transformadas, de manera consciente e inconsciente, para adaptarse al entorno de Internet.

La metodología consistió en el análisis de los discursos de los contenidos recogidos a partir de la creación de 15 perfiles de Facebook (3 por ciudad) y 50 amistades por perfil (tabla 1).

Estos tres perfiles se construyeron de acuerdo con la posición de los participantes en el sistema educativo (estudiantes de universidad, de educación secundaria y jóvenes que ni estudian ni trabajan). Para asegurar la libre participación de los participantes en el proyecto y que fueran conscientes de lo que ello implicaba, cada nuevo «amigo» recibió un mensaje del perfil con información acerca del proyecto, la metodología y la garantía de protección de datos.

El número final de participantes fue de 493, y la muestra final estuvo formada por un 65% de mujeres y un 35% de hombres (tabla 2). Diversos factores explican este hecho: las mujeres pueden ser más cercanas a las organizaciones que participaban en el proyecto o más proclives a participar en un proyecto enfocado a trabajar sobre aspectos discriminatorios. De todos modos, estos valores presentan una distribución similar por géneros a la existente en Facebook (Dugan & Brenner, 2013). La mayoría de participantes en la muestra tenían edades comprendidas entre los 17 y los 24 años. Pese a que el concepto de juventud es amplio y poco definido en sus extremos, generalmente se sitúa entre los 16 y los 30 años.

A partir del análisis de la información que los 493 participantes colgaban en Facebook, se detectaron contenidos que fueron considerados discriminatorios y, para cada ítem detectado, se procedió a su descripción y categorización. Siguiendo esta metodología, se recogieron, describieron y categorizaron 363 ejemplos de contenidos discriminatorios.

Se pidió a cada investigador la evaluación de la intensidad de los contenidos discriminatorios mediante una escala subjetiva Likert de 1 (poco discriminatorio) a 5 (muy discriminatorio). Se desarrolló un test de consistencia interna para comprobar la dispersión de los resultados de los investigadores participantes, miembros de las ONG que trabajan sobre la prevención de la discriminación. El test Rho de Spearman ofreció elevadas correlaciones entre todos los miembros del equipo de investigación (para 9 de las 10 combinaciones posibles), lo que señaló una importante consistencia

Tabla 1. Información de los perfiles

Ciudad	Grupo			Total
	Jóvenes que no estudian ni trabajan	Educación Secundaria	Universidad	
Bruselas	16	15	29	60
Tarragona/Barcelona	9	15	68	92
Roma	38	62	75	175
Bucarest	2	96	21	119
Londres	22	8	17	47
Total	87	196	210	493

Tabla 2. Distribución por género

Ciudad	Género		Total
	Mujeres	Hombres	
Bruselas	31	29	60
Tarragona/Barcelona	77	15	92
Roma	118	57	175
Bucarest	74	45	119
Londres	21	26	47
Total	321 (65%)	172 (35%)	493 (100%)

interna en relación con el criterio evaluativo seguido por el equipo de investigación, validando la utilización de la escala de discriminación como instrumento analítico.

3. Análisis y resultados

3.1. Intensidad de la discriminación

Encontramos diferencias significativas al cruzar los datos de la escala de discriminación. Los contenidos discriminatorios colgados por los jóvenes que ni estudian ni trabajan y los estudiantes de secundaria fueron significativamente más intensos que los obtenidos por los estudiantes universitarios. Significativamente también, los ejemplos de discriminación colgados por mujeres fueron menos intensamente discriminatorios que los colgados por hombres. Estos datos señalan la existencia de diferencias en función del nivel educativo y el género: los hombres jóvenes con menos estudios pueden ser considerados como el grupo más discriminatorio, mientras que las mujeres universitarias, el que menos (tabla 3).

El test chi-cuadrado ofreció resultados significativos al cruzar el género y la escala de discriminación (42.5 y $\alpha=0,000$ para un nivel de confianza del 95%) y con el tipo de discriminación (66.8 y $\alpha=0,000$ para el mismo nivel de confianza).

Algunos de los tipos de discriminación fueron considerados más intensos por etnia o religión siguiendo la escala de discriminación. La discriminación por razón de género ocupó una posición intermedia, mientras que la discriminación por apariencia física, clase social o por razón de homosexualidad obtuvo valores más bajos. Los tipos de discriminación que suelen ser socialmente penalizados y considerados incorrectos ob-

Tabla 3. Nivel de discriminación en relación con el género

Género	Escala de discriminación					Total
	1	2	3	4	5	
Mujer	32	55	46	43	21	197
Hombre	3	25	34	58	40	160
Total	35	80	80	101	61	357

tuvieron también, valores más elevados en la escala de discriminación. La escala de discriminación propuesta dependió, finalmente, de la aproximación subjetiva de cada individuo respecto de la realidad analizada, reproduciendo en las evaluaciones aquellos elementos que son considerados como más discriminatorios. Los tipos de discriminación más intensos son fáciles de detectar, apuntando a la necesidad de trabajar en los tipos de discriminación que se salen de «los habituales», y que necesitan ser mucho más agresivos y explícitos para obtener consideraciones similares. Esta diferencia entre los distintos tipos de discriminación aportó ideas para entender la fácil difusión de ciertos contenidos. El mismo Facebook permite etiquetar ciertos contenidos como inapropiados y eliminarlos, pero si los usuarios tan sólo detectan las formas tradicionales de discriminación, el resto puede pervivir con facilidad.

Las tablas 3 y 4 muestran que la discriminación por motivo de género es la más numerosa y presentan diferencias significativas en la forma en que hombres y mujeres utilizan contenidos discriminatorios: los hombres se concentran más en discriminar por razón de género y son más agresivos en sus comentarios. Las mujeres se centran en la apariencia física y la clase social, que representan formas de discriminación «light», de acuerdo con nuestra escala. Para una posterior clasificación de las expresiones individuales de discriminación, se crearon categorías para describir la difusión de los contenidos y comentarios discriminatorios:

a) «Like» a comentarios discriminatorios realizados por otros.

b) «Like» a contenidos discriminatorios colgados por otros.

c) Comentarios discriminatorios realizados por uno mismo.

d) Comentarios dis-

criminatorios realizados por otros en su muro.

e) Enlaces a contenidos discriminatorios colgados por uno mismo.

f) Otras opciones.

Aplicando el principio de parsimonia (ofrecer las explicaciones más simples posibles sin perder información), se decidió reducir estas categorías a tres, en función de la persona sobre la que recae la acción:

a) Discriminación directa: el propio usuario crea/cuelga el contenido.

b) Discriminación indirecta: el usuario acepta contenido discriminatorio y ayuda a su difusión mediante sus acciones.

c) Otras.

Estas nuevas categorías muestran las diferencias de género y de grupo en relación con la acción desarrollada en Internet (tablas 5 y 6). Los estudiantes de educación secundaria, los jóvenes que ni estudian ni trabajan y los hombres tienden a crear o publicar sus propios contenidos, mientras que los estudiantes universitarios y las mujeres tienden a aceptar comentarios creados por otros. Esta diferencia refuerza la idea de que hombres y mujeres muestran diferencias en relación con los contenidos discriminatorios, llevando a aceptar la existencia de distintos patrones de comportamiento en Facebook.

Finalmente, el análisis global de los datos anteriormente presentados sugiere la existencia de múltiples proximidades entre las categorías de las variables del

Tabla 4. Nivel de discriminación en relación con el tipo de discriminación (%)

Tipo de discriminación	Escala de discriminación					Total
	1	2	3	4	5	
Apariencia	7	9	6	3	2	n = 27
	25,9%	33,3%	22,2%	11,1%	7,4%	100%
Minorías culturales	0	1	1	9	1	n = 12
	0%	8,3%	8,3%	75%	8,3%	100%
Discapacidad	1	8	0	3	0	n = 12
	8,3%	66,7%	0%	25%	0%	100%
Etnia	3	6	13	25	23	n = 70
	4,3%	8,6%	18,6%	35,7%	32,9%	100%
Género	12	14	33	41	20	n = 120
	10%	11,7%	27,5%	34,2%	16,7%	100%
Homofobia	2	9	4	2	4	n = 21
	9,5%	42,9%	19%	9,5%	19%	100%
Religión	2	5	2	5	6	n = 20
	10%	25%	10%	25%	30%	100%
Clase sociocultural	4	17	18	6	4	n = 49
	8,2%	34,7%	36,7%	12,2%	8,2%	100%
Estereotipos	0	8	3	5	0	n = 16
	0%	50%	18,8%	31,3%	0%	100%
Otros	4	4	1	2	1	n = 12
	33,3%	33,3%	8,3%	16,7%	8,3%	100%
Total	35	81	81	101	61	n = 359
	9,7%	22,6%	22,6%	28,1%	17%	100%

Tabla 5. Discriminación directa o indirecta en relación con el grupo

Tipo de discriminación	Grupo			Total
	Jóvenes que ni estudian ni trabajan	Educación secundaria	Universidad	
Indirecta	32	34	138	204
Directa	36	35	40	111
Otras	15	28	4	47
Total	83	97	182	362

Tabla 6. Discriminación directa o indirecta en relación con el género

Tipo de discriminación	Género		Total
	Mujeres	Hombres	
Indirecta	146	57	203
Directa	45	66	111
Otras	8	38	46
Total	199	161	360

sistema. Para obtener información sobre la significancia y dirección de estas múltiples relaciones, llevamos a cabo un análisis de correspondencias múltiples³.

Los resultados muestran la existencia de dos dimensiones que explican el 85,8% de la varianza total (tabla 7). Las correlaciones de las variables con las dos dimensiones resultantes son significativas y permiten definir la primera dimensión a partir de la discriminación directa/indirecta y la intensidad, pudiendo ser entendidos a partir del género. La segunda dimensión se define por el tipo de discriminación. Estos resultados revelan la asociación de los hombres con una forma de proceder en relación a la discriminación, que se puede definir como agresiva, basada en la creación de contenidos discriminatorios directos, y dirigida hacia la etnia, el género y la religión. La actitud de las mujeres puede ser asociada con una menor agresividad, una relación indirecta con los contenidos discriminatorios y una mayor propensión a la apariencia física, la clase social y cultural y la homofobia.

4. Conclusiones y discusión

Tal y como indica Bernárdez-Rodal (2006: 81), «la estructura dicotómica de géneros alrededor de los ejes masculino/femenino ni desaparece ni cambia, a pesar de tener las condiciones ideales para ello. Pese a interactuar en el ciberespacio, el cuerpo sigue siendo importante. De un modo o de otro, la interacción sigue teniendo lugar a través suyo». El hecho de que Internet permita el abandono del cuerpo ha sido considerado, por lo menos por algunas teóricas feministas, como una oportunidad para la liberación femenina, puesto que las mujeres han estado tradicionalmente ligadas a su cuerpo. A pesar de ello, parece que los adolescentes, sean hombres o mujeres, no desean que esto suceda. El determinismo de género sigue siendo fundamental, a pesar de que el «cuerpo» haya sido subs-

tituido por la «palabra».

Hemos mostrado cómo hombres y mujeres se expresan de modo diferente cuando interactúan en Facebook a partir de tres ejes: 1) en el tipo de discriminación; 2) en la escala de discriminación y 3) en la forma como se producen estas expresiones de discriminación. Se han combinado todas estas variables para encontrar correspondencias múltiples entre patrones masculinos y femeninos de comportamiento en las redes sociales y sus diferencias significativas. Éstas son suficientemente importantes como para poder hablar de comportamientos diferenciados en hombres y mujeres en Internet, así como para definir aproximaciones distintas en relación con la discriminación en las redes. De manera similar, Mascheroni y Ólafsson (2014) mostraron diferencias en relación con el uso de la privacidad, teniendo los hombres una mayor tendencia a tener perfiles abiertos, mientras que las mujeres tienden a tenerlos cerrados.

Los hombres tienden a realizar comentarios discriminatorios sobre el origen étnico, el género o las minorías culturales, mientras que las mujeres se centran en la apariencia física y la clase social o cultural. Los comentarios discriminatorios de los hombres tienden a ser más intensos, particularmente aquellos vinculados con el género, mientras que las mujeres tienden a realizar comentarios más suaves. En resumen, los hombres usan patrones directos de discriminación y las mujeres, indirectos.

En general, la discriminación se entiende y se modula en relación con el tema o el colectivo al que se dirige, siendo algunas categorías más fáciles de identificar que otras. La discriminación de origen étnico y de género ha sido tradicionalmente objeto de muchas campañas para llamar la atención acerca de su impacto. Por el contrario, otros tipos de discriminación han sido socialmente aceptados o han permanecido invisibles (como puede ser la clase social o la apariencia). En esta investigación se ha subrayado la importancia de las diferencias de género para entender la comprensión de estas actitudes discriminatorias. La intensidad, el tipo y la forma en la que se expresa la discriminación pueden estar ligadas al género. El hecho de que los hombres obtengan valores más elevados para los tres ejes de este análisis puede ser entendido como un patrón de afirmación de la masculinidad durante la juventud.

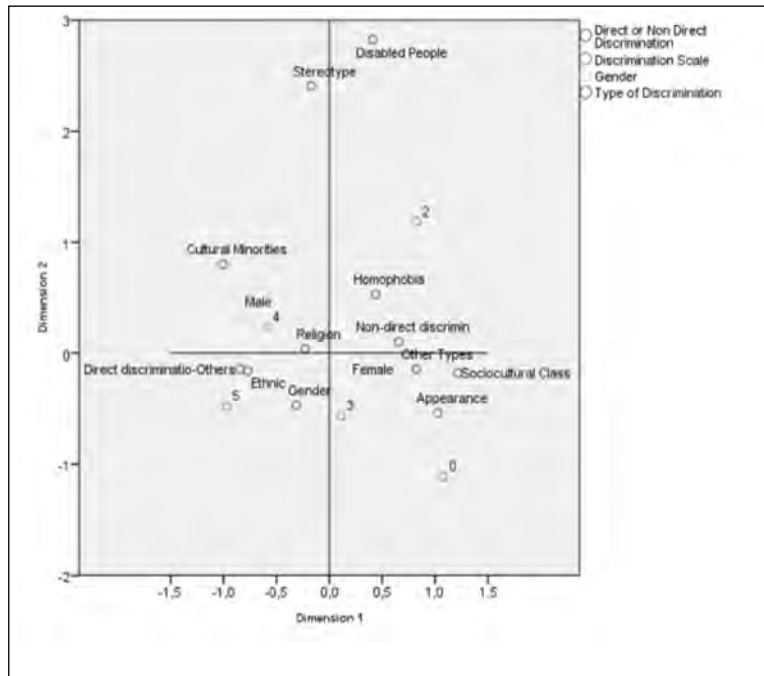


Figura 1. Resultados del análisis de correspondencias múltiples.

Somos conscientes que esta investigación presenta algunos puntos débiles –como, por ejemplo, la delimitación de algunos conceptos o los límites del objeto de estudio–. A pesar de ello, los resultados muestran que la relación entre los jóvenes y las redes sociales debe ser un objeto de estudio en el futuro, siendo necesaria una aproximación más etnográfica al comportamiento de hombres y mujeres en la Red y los distintos usos del lenguaje y el poder.

Finalmente, no debemos olvidar que las redes sociales son un altavoz que permite visibilizar actitudes que son comunes en la juventud, que han sido tradicionalmente expresadas de manera individual en el entorno off-line. Las redes sociales permiten registrar estas actitudes en un espacio público o semipúblico y darles mayor alcance y permanencia. En el momento en que los jóvenes están colgando estos contenidos, sus patrones de expresión siguen determinados por las normas de comunicación cara a cara, no siendo generalmente conscientes de que estos contenidos no siguen las mismas normas y requieren de una mayor reflexión para evitar posibles impactos en otras personas o en su propio futuro.

Notas

¹ Los y las jóvenes fueron informados sobre el impacto de su participación, de acuerdo con la legislación de cada país participante.

² Los conceptos de enlace débil o fuerte fueron desarrollados como herramientas para describir las relaciones interpersonales en las redes sociales. Granovetter (1973) describió la fuerza de los enlaces inter-individuales como una combinación del tiempo invertido, la intensidad emocional, la intimidad y los servicios mutuos que caracterizan la relación. También subrayó el papel que los enlaces débiles juegan en promover la integración y la creación de comunidad. Para este autor, los enlaces débiles son indispensables para las oportunidades individuales.

³ El objetivo del ACM es la reducción de la complejidad del análisis holístico mediante la agrupación de datos en patrones de interpretación más simples. Crea unos ejes de coordenadas en los que se distribuye la información de acuerdo con la proximidad de las categorías.

Apoyos y agradecimientos

El proyecto I:CUd es un proyecto financiado por el Programa de Fundamental Rights and Citizenship de la Unión Europea, coordinado por CEPS Projectes Socials, Barcelona (www.asceps.org)

y desarrollado por el grupo de investigación SBRLab de la Universitat Rovira i Virgili, Tarragona (www.sbrlab.com), Fundația PACT, Bucarest (www.fundatiapact.ro), Pour la Solidarité, Bruselas (www.pourlasolidarite.eu), Collage Arts, Londres (www.collage-arts.org) y CIES, Roma (www.cies.it). Para más información sobre la investigación, proyecto y resultados, consultad el sitio web del proyecto: www.digitaldiscrimination.eu.

Referencias

- Alvesson, M., & Billing, Y. (1997). *Understanding Gender and Organizations*. London: Sage Publications.
- Amorós, C. (1994). *Feminismo: igualdad y diferencia*. México: UNAM.
- Bernárdez-Rodal, A. (2006). A la búsqueda de una 'habitación propia': comportamiento de género en el uso de Internet y los chats en la adolescencia. *Revista de Estudios de la Juventud*, 73, 69-82. (<http://goo.gl/8kXFFT>) (30-07-2015).
- Bortee, D.S. (2005). Presentation of Self on the Web: An Ethnographic Study of Teenage Girls. *Education, Communication & Information*, 5(1), 25-39. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/1463631-0500061102>
- Bourdieu, P. (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Desclée de Brouwer.

Tabla 7. Resultados del análisis de correspondencias múltiples

	Dimensión 1	Dimensión 2	Total
Inercia	2,105	1,329	3,434
Eigen value	0,526	0,382	0,858
Correlaciones			
Tipo de discriminación	0,508	0,659	
Género	0,513	0,082	
Escala de discriminación	0,533	0,573	
Discriminación directa o indirecta	0,551	0,014	

- Boyd, D. (2007). *Why Youth Heart Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*. Cambridge: Berkman Centre for Internet & Society at Harvard University. Research Publication 2007-16. (<http://goo.gl/bTm3NK>) (30-07-2015).
- Bringué, X., & Sádaba, C.C. (2011). *Menores y redes sociales. Foro Generaciones Interactivas*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Castells, M. (2001). *Internet y la sociedad red. Lección inaugural del Programa de Doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento*. Barcelona: UOC. (<http://goo.gl/Ga4Xs7>) (30-07-2015).
- Centola, D. (2015). The Social Origins of Networks and Diffusion. *American Journal of Sociology*, 120(5), 1295-1338. (<http://goo.gl/ZhhOCT>) (31-07-2015).
- Connell, R.W. (1993). *Gender and Power*. Cambridge: Polity Press.
- Connell, R.W. (2002). *Gender Short Introductions*. Cambridge: Polity Press, Blackwell Publishers.
- Curington, C. V., Lin K-H., & Lundquist, J. H. (2015). Positioning Multiraciality in Cyberspace: Treatment of Multiracial Daters in an Online Dating Website. *American Sociological Review* 80, 764-788. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0003122415591268>
- Deaux, K., & Stewart, A. (2001). Framing Gendered Identities. In R.K. Unger (Ed.), *Handbook of the Psychology of Women and Gender*. Canada: John Wiley & Sons.
- Dugan, M., & Brenner, J. (2013). *The Demography of Social Media Users 2012*. (<http://goo.gl/llfeUA>) (12-07-2014).
- Ellison, N.E., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook 'Friends': Social Capital and College Students Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Espinar, E., & González-Río, M.J. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismo/s*, 14, 87-106. (<http://goo.gl/5eCEXu>) (30-07-2015)
- Fenstermaker, S., & West, C. (2002). *Doing Gender, Doing Difference: Inequality, Power and Institutional Change*. New York: Routledge.
- Fundación Pfizer (2009). *La juventud y las redes sociales en Internet*. Madrid: Fundación Pfizer. (<https://goo.gl/3heSgn>) (30-07-2015).
- García, M.C., Alonso, J., & del Hoyo, M. (2013). La participación de los jóvenes en las redes sociales: finalidad, oportunidades y gratificaciones. *Análisi*, 48, 95-110. (<https://goo.gl/qpYgKn>) (30-07-2015).
- Garton, L., Haythornthwaite, C., & Wellman, B. (1997). Studying Online Social Networks. *Journal of Computer Mediated Communication*, 3(1). doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00062.x>
- Gómez, A.G. (2010). Lexical Encoding of Gender Relations and Identities. In R.M. Jiménez-Catalán (Coord.), *Gender Perspectives on Vocabulary in Foreign and Second Languages* (pp. 238-263). New York: Palgrave MacMillan.
- Granovetter, M.S. (1973). The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology*, 78(6), 1.360-1.380. (<https://goo.gl/qhKbKs>) (30-07-2015).
- Haythornthwaite, C. (2005). Social Networks and Internet Connectivity Effects. *Information, Community & Society*, 8(2), 125-147. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13691180500146185>
- Haythornthwaite, C., & Wellman, H. (2002). The Internet in Everyday Life: An Introduction. In C. Haythornthwaite, & B. Wellman (Ed.), *The Internet in Everyday Life* (pp. 1-41). Malden: Blackwell Publishers.
- Joinson, A.N. (2003). *Understanding the Psychology of Internet Behaviour Virtual Worlds, Real Lives*. Gales: Palgrave MacMillan.
- Huffaker, D.A., & Calvert, S.L. (2005). Gender, Identity, and Language Use in Teenage Blogs. *Journal of Computer Mediated Communication*, 10(2). doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00238.x>
- Kadushin, C. (2013). *Comprender las redes sociales. Teorías, conceptos y hallazgos*. Madrid: CIS.
- Lenhart, A. (2009). *Adults and Social Network Websites* (<http://goo.gl/9rDtPq>) (05-12-2013).
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2014). *Children's Online Risks and Opportunities: Comparative Findings from EU Kids Online and Net Children Go Mobile*. London: LSE. (<http://goo.gl/PhuQoa>) (30-07-2015).
- Manago, A.M., & al. (2008). Self-presentation and Gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.001>
- Martuccelli, D. (2002). *Grammaires de l'individu*. Paris: Gallimard.
- Mascheroni, G., & Ólafsson, K. (2014). *Net Children go Mobile: Risks and Opportunities*. Milano: Educatt.
- Quan-Haase, A., & Wellman, B. (2002). Capitalizing on the Net: Social Contact, Civic Engagement and Sense of Community. In C. Haythornthwaite, & B. Wellman (Ed.), *The Internet in Everyday Life* (pp. 291-324). Malden: Blackwell Publishers.
- Rambaran, A., Dijkstra, J.K., Munniksma, A. & Cillessen, A. (2015). The Development of Adolescents' Friendships and Antipathies: A Longitudinal Multivariate Network Test of Balance Theory. *Social Networks*, 43, 162-176. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.socnet.2015.05.003>
- Rubin, G. (1975). The Traffic in Women: Notes on the 'Political Economy' of Sex. In R. Reiter (Ed.), *Toward an Anthropology of Women* (pp. 157-210). New York: Monthly Review Press (<http://goo.gl/FwEc54>) (30-07-2015).
- Schneider, F., Feldmann, A., Krishnamurthy, B., & Willinger, W. (2009). Understanding Online Social Network Usage from a Network Perspective. *Proceedings of the ACM SIGCOMM Conference on Internet, Measurement* (pp. 35-48). New York: ACM. doi: <http://dx.doi.org/10.1145/1644893.1644899>
- Stefanone, M.A., & Jang, C.Y. (2007). Writing for Friends and Family: The Interpersonal Nature of Blogs. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 123-140. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00389.x>
- Steffes, E.M., & Burgee, L.E. (2009). Social Ties and Online Word of Mouth. *Internet Research*, 19(1), 42-59. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/10662240910927812>
- Stern, S.R. (2004). Expressions of Identity Online: Prominent Features and Gender Differences in Adolescents' World Wide Web Home Pages. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(2). doi: http://dx.doi.org/10.1207/s15506878jobem4800_4
- Thelwall, M. (2008). Social Networks, Gender, and Friending: An Analysis of MySpace Member Profiles. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(8), 1.321-1.330. doi: <http://dx.doi.org/10.1002/asi.20835>
- Tortajada, I., Araña, N., & Martínez, I. (2013). Advertising Stereotypes and Gender Representation in Social Networking Sites. *Comunicar*, 41(21), 177-186. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-17>
- Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, D., & Valdecasa, E. (2011). *Las redes sociales en Internet, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*. (<http://goo.gl/jxMYnF>) (05-12-2014).
- Valcárcel, A. (1994). *Sexo y filosofía. Sobre la mujer y el poder*. Barcelona: Anthropos.

Valkenburg, P.M., Schouten, A.P., & Peter, J. (2005). Adolescents' Identity Experiments on the Internet. *New Media & Society*, 7, 383-402. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444805052282>
Wellman, B., Haase, A.Q., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does

the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment. *American Behavioural Scientist*, 45(3), 436-455. (<http://goo.gl/oSYTZV>) (30-07-2015).

PIXEL BIT

Revista de Medios y Educación

www.sav.us.es/pixelbit

PIXEL BIT REVISTA DE MEDIOS Y EDUCACIÓN
MEDIA AND EDUCATION JOURNAL

UNIVERSIDAD DE SEVILLA
ISSN: 1133-8482
E-ISSN: 2171-7966

Pixel-Bit | Misión, visión y valores

Inicio

Consejo Editorial
Evaluadores
Suscripción

Números de la Revista

Colaboraciones

Indizaciones

Enlaces

Responsabilidades éticas

Thesaurus Pixel-Bit

512060

Hoy 39
Ayer 182
Esta semana 498
Última semana 1042
Mes actual 1387
Último mes 4116
Total 512060

Visitors Counter

Inicio

En los contextos en los que nos movemos, en los cuales las «Tecnologías de la Información y Comunicación» (TIC), se convierten en un elemento de desarrollo y potenciación de nuestras escuelas e instituciones de formación.

Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación, persigue servir de plataforma para el intercambio de ideas, experiencias e investigaciones sobre la aplicación de las TIC, independientemente del formato en el cual se presenten y de los contextos de formación en los que se desarrollen, sean estos formales, no formales, o informales, y nivel educativo.

Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación persigue ser un canal de distribución e intercambio de ideas e información entre investigadores de diferentes países y comunidades preocupados por la introducción, mejora y entendimiento de las TIC en los procesos de formación.

Con esta versión digital pretendemos, no sólo ofrecer un fácil acceso a todos los documentos ya publicados, sino también ofrecer nuevas herramientas como la búsqueda de artículos por diferentes criterios; que los autores que han enviado manuscritos para su publicación conozcan el estado de los mismos en el proceso de revisión-evaluación-aceptación-publicación a través de OJS.

crossref.org | Dialnet | DOAJ | IN-RECS | reDalyc | GALE | EBSCO | Psycodoc | e-revist@s | ERIH-JIS

comunicación | RESH | DICE | Portal Portales | ÍNDICE H | aeres

calidad de revistas científicas hispanohispanas | RECVT | 2014

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 3.0 Unported License
Copyright © 2011. Creado por SAV. Universidad de Sevilla