

Ciudadanía digital y bienestar de las mujeres rurales en las redes sociales.

Rural women's digital citizenship and well being in social networks.

Rocío Jiménez Cortés

Grupo de investigación Desarrollo e Innovación de Modelos Educativos (HUM-833). Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación. Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. C/ Pirotecnia, s/n - 41013 – Sevilla (España).

E-mail / ORCID ID: rjimenez@us.es / 0000-0003-1622-5805

Información del artículo

Recibido 26 de Marzo de 2016. Revisado 14 de Junio de 2016. Aceptado 18 de Junio de 2016.

Palabras clave:

Mujeres Rurales, Ciudadanía, Tecnología Digital, Bienestar, Redes Sociales.

Resumen

La práctica de la ciudadanía digital en condiciones de equidad es uno de los principales retos políticos ante las nuevas formas de vida social, política y económica que emergen con el impacto de las TIC. El ejercicio de una ciudadanía digital activa se resume en el derecho y la capacidad para participar plenamente en la sociedad de la información con confianza, de forma segura y aprovechando al máximo su potencial en beneficio personal. Esta investigación se ocupa del grado en que las mujeres que viven en zonas rurales ejercitan su ciudadanía digital a partir del estudio de prácticas digitales concretas como la gestión de su identidad en red y la participación democrática en redes sociales. En la investigación se sigue un diseño cuantitativo basado en encuestas personales a 478 mujeres rurales andaluzas con distintos perfiles. Los resultados muestran un ejercicio de la ciudadanía digital moderado con diferencias en función del nivel educativo de las mujeres y del tamaño de su red. El estudio muestra prácticas digitales necesarias para que las mujeres rurales participen activamente en estos nuevos entornos en los que se construye la ciudadanía. De acuerdo con otros estudios, este trabajo muestra a las redes sociales como la tecnología digital con mayor potencial para la inclusión digital de las mujeres rurales y desvela cómo determinadas prácticas digitales activan la participación ciudadana e impactan en su bienestar.

Abstract

Keywords:

Rural Women, Citizenship, Digital Technologies, Well Being, Social Networks.

The practice of the digital citizenship in conditions of equity is one of the principal political challenges for the social, political and economic new life forms. These changes emerge with the impact of the new digital technologies. The digital active citizenship is the right and the aptitude to take part in the society of the information with confidence and security. Women's digital citizenship was a key to maximum exploitation of the benefits of ICT. This research studies the degree in which the rural women exercise his digital citizenship across a particular practices as the management of his identity and the democratic participation in social networks and its relation with the well-being. This research follow a quantitative design based on surveys to 478 rural women from Andalusia with different profiles. The results show an moderated exercise of the digital citizenship with differences to educational level and the size of the network. The study shows digital practices necessary for rural women to actively participate in these new environments in which citizenship is built. According to other studies, this study shows social networks like digital technology with the greatest potential for digital inclusion of rural women and reveals how certain digital practices activate citizen participation and impact on their well being.



1. Introducción

El ejercicio de una ciudadanía digital activa, en condiciones de equidad, es uno de los principales retos políticos ante las nuevas formas de vida social, política y económica que emergen con el impacto de las TIC. Las directrices establecidas por la Agenda Digital Europea 2020 plantean como un objetivo la inclusión digital para que la ciudadanía acceda, en igualdad de condiciones, al espacio común digital europeo. Concretamente, la Agenda digital para España, en el marco del Plan de Inclusión Digital, insta a prestar una especial atención a sectores de la población con mayor riesgo de exclusión digital, como son la población que vive en zonas rurales, las personas mayores, con bajos ingresos o bajo nivel formativo.

La investigación actual sobre inclusión digital también se centra, en línea con las directrices de la política internacional y nacional, en la relevancia de la incorporación de determinados sectores de la población al uso de las TIC (Novo-Corti, Varela-Candamio y García-Álvarez, 2014; Salcedo, Alfama y Cruells, 2013; Vergés, 2012). Las mujeres, especialmente, las mujeres mayores, las mujeres que viven en zonas rurales o con bajo nivel formativo requieren sensibilización y confianza hacia el uso de las TIC, un acceso de calidad a Internet y habilidades digitales que les permitan satisfacer sus necesidades de salud, de formación, de entretenimiento, de gestión con la administración pública y de aprovechamiento de los servicios digitales. Solo así, estas mujeres pueden ejercer una ciudadanía digital activa y aumentar su inclusión digital (Castaño, Martín y Vázquez, 2008; Lin, Tang y Kuo, 2012).

Las mujeres de zonas rurales constituyen un colectivo en riesgo de exclusión digital. Estudios muy actuales, muestran la situación de las mujeres rurales en España (Novo-Corti, Varela-Candamio y García-Álvarez, 2014; Del Prete, Calleja y Gisbert, 2011) y ponen de manifiesto que para ellas resulta muy complicado combinar el trabajo o las actividades educativas con responsabilidades cotidianas, ya que, estas mujeres son el centro de las actividades agrícolas. Así, estos estudios señalan que la exclusión digital de las mujeres se debe a una combinación de problemas de acceso, falta de habilidades en TIC y actitudes negativas hacia las TIC. Otros estudios internacionales en el ámbito rural investigan el acceso y uso de internet por parte de las mujeres como herramienta para la innovación y el emprendimiento social (Cheng, Sinha, Shen, Mouakkad, Joseph y Mehta, 2012).

En este trabajo nos centramos en los constructos de ciudadanía digital y bienestar. Por un lado, el ejercicio de una ciudadanía digital activa se conceptualiza como el derecho y la capacidad para participar plenamente en la sociedad de la información con confianza, de forma segura y aprovechando al máximo su potencial en beneficio personal. La ciudadanía digital es la manera de comunicarnos con la esfera pública a través de la participación online (Mossberger, Tolbert y McNeal, 2008) y requiere acceso regular y efectivo a Internet y habilidades para el uso de la tecnología. No obstante, la ciudadanía digital se mide a través de las prácticas digitales, es decir, del tipo de actividades que se realizan en Internet (Mossberger, Tolbert y Hamilton, 2012). Por ello, en nuestro trabajo nos centramos en dos prácticas digitales concretas para el estudio de la ciudadanía digital: la participación democrática en las redes sociales y la gestión de la identidad en red. Concretamente, las redes sociales forman parte de las tecnologías emergentes con una mayor repercusión en los procesos de desarrollo de la ciudadanía digital (Scherman, Arriagada y Valenzuela, 2011). Las redes sociales permiten participar en la esfera pública a través del intercambio de opiniones, del debate sobre temas de interés ya sean personales, sociales, políticos, etc. y promover así, una ciudadanía activa y deliberativa. El tipo de prácticas que favorece el uso de redes sociales está muy relacionado con la participación ciudadana e incluso con la acción cívica y la concienciación colectiva sobre temas políticos, medioambientales, de salud, etc.

Las mujeres rurales deben participar en estos nuevos procesos sociales a través de las redes digitales haciendo que sus voces sean escuchadas. Desarrollar este tipo de prácticas ciudadanas significa

formar parte de la cultura participativa en las que sean reconocidas sus contribuciones y sientan cierto grado de conexión social con la red. Esto implica 'formar parte de la cultura digital' (Jenkins, Clinton, Purushotma, Robison y Weigel, 2006: 3). El mismo acto de participar supone un grado de responsabilidad con respecto al conocimiento, compartir experiencias e informaciones con otras personas, supone un papel activo como ciudadanas de pleno derecho. No obstante, hay estudios que indican que el grado de participación y el compromiso cívico en redes, está en función de las características de la red social. En este sentido, el estudio de Gil de Zúñiga y Valenzuela (2011), indica que las personas con redes más grandes están más comprometidas con la participación social y las prácticas cívicas que las que tienen redes más pequeñas. De forma complementaria, estos autores también ponen de manifiesto que cuando las relaciones con las personas de la red son más estrechas, las intervenciones en las redes dando opiniones personales sobre diversos temas sociales son menores que cuando los vínculos con las personas de la red son más débiles.

El ejercicio de una democracia real transcurre por prestar atención a estas prácticas actuales de ciudadanía digital. En este sentido, además de la participación democrática a través de las redes sociales, resulta clave el desarrollo de una identidad en el territorio digital que se caracterice por 'la apropiación significativa de competencias intelectuales, sociales y éticas necesarias que permitan interactuar con la información y recrearla de un modo crítico y emancipador' (Area y Pessoa, 2012: 20). Los estudios sobre la construcción de la identidad en hábitats digitales (Kimmons y Veletsianos, 2014; Kimmons, 2014; Wenger, White y Smith, 2010) muestran que es una práctica clave en la configuración de una comunidad y que tiene impacto en la eficacia comunicativa, en la confianza y en el aumento de la participación social (Minocha, 2009). Por ello, consideramos importante la gestión de la identidad en red como práctica online en el estudio de la ciudadanía digital.

Paralelamente, el bienestar, constituye una condición necesaria en el intento de que las mujeres tengan presencia y formen parte de los entornos digitales como ciudadanas de pleno derecho. En este sentido, Kuo, Tseng, Lin y Tang (2013) y Liu y Yu (2013) mantienen que las prácticas de las mujeres en el entorno digital tienen que estar orientadas por la confianza y la seguridad, de tal manera que cubran sus necesidades pero también influyan en su calidad de vida y les aporten bienestar. Las TIC tienen el potencial de mejorar la calidad de vida de las mujeres de zonas rurales y les pueden dar un mayor control sobre sus vidas, satisfacción y liberación (Del Prete, Calleja y Gisbert, 2011). Así, la investigación tiene que procurar desvelar las claves para que las mujeres no queden excluidas del mundo digital, pero también tiene que velar porque esa inmersión se haga pensando en ellas, contando con que les suponga una satisfacción personal y les genere bienestar.

En esta investigación, conceptualizamos el bienestar partiendo de las aportaciones de Diener (2000). Este autor plantea que el bienestar incluye las respuestas emocionales de las personas y los juicios globales de satisfacción con la vida. Las aportaciones de este autor parten de la teoría de la evaluación que explica el bienestar subjetivo como una realidad compuesta por dos componentes, uno cognitivo, la satisfacción y otro emocional, el balance afectivo. En este sentido, ambas dimensiones: satisfacción y emociones se incorporan en nuestro trabajo para medir el bienestar.

2. Metodología

Teniendo en cuenta las bases teóricas expuestas y el estado de la cuestión, pasamos a detallar la finalidad y los objetivos del trabajo.

2.1. Objetivos

Este trabajo se centra en conocer el grado en que las mujeres rurales ejercen la ciudadanía digital en las redes sociales y su relación con el bienestar. Así, ante la diversidad de prácticas digitales que las mujeres realizan en las redes sociales y que forman parte del ejercicio de su ciudadanía digital, seleccionamos dos de ellas: la gestión de la identidad en red y la participación democrática en las redes sociales. Así, nos interesa también conocer en qué medida las mujeres sienten bienestar. Los objetivos específicos de esta investigación son:

- a) Conocer el grado en que las mujeres que viven en zonas rurales ejercitan su ciudadanía digital a partir del estudio de la gestión de su identidad en redes sociales y de la participación democrática en las redes sociales.
- b) Conocer si existen diferencias en el ejercicio de la ciudadanía digital en función al perfil de las mujeres y en función de los rasgos de la red social.
- c) Indagar en el impacto que tiene el ejercicio de la ciudadanía digital de las mujeres en las redes sociales en su bienestar.

2.2. Participantes.

La selección de mujeres rurales se realiza mediante un muestreo estratificado por cuotas, según edad y nivel educativo en la provincia de Sevilla. El criterio para incluirlas en la muestra es tener un perfil en redes sociales con una antelación de al menos un año. La muestra final está compuesta por un total de 478 mujeres lo que supone un tamaño adecuado para un error muestral inferior al 5% (con un nivel de confianza del 95.5% y $p = q = 50\%$). En cuanto a las características de la muestra, el 96.9% de las mujeres es de nacionalidad española. El 39.7% tiene estudios universitarios y un 12.7% no tiene estudios. El 24.7% tiene entre 20 y 25 años, el 32.3% tiene entre 26 y 39 años, el 32.1% tiene entre 40 y 54 años y el 10.8% tiene más de 55 años.

2.3. Instrumentos y medidas.

Para la medida de la ciudadanía digital contamos con una escala de 10 ítems tipo likert dividida en dos dimensiones y elaborada al efecto: una orientada a la medida de la gestión de la propia identidad en las redes (5 ítems con valores entre 0 y 4) y otra destinada a la medida de la participación social en las redes (5 ítems con valores entre 0 y 4). Ambas contienen ítems que abordan la participación activa de las mujeres en la cultura digital y recogen prácticas relacionadas con la construcción de la identidad en entornos digitales según las aportaciones de la literatura científica especializada (Kimmons y Veletsianos, 2014; Jenkins *et al.*, 2006; Kimmons, 2014; Wenger, White y Smith, 2010). El análisis de la fiabilidad y validez de la escala se desarrolla a partir de un análisis factorial de componentes principales a través del software SPSS v.22. La escala global ofrece un coeficiente muy elevado de fiabilidad (Alfa de Cronbach, .807). El cálculo de la fiabilidad compuesta, con el programa *SmartPLS 0.2*, medida propuesta por Werts, Linn y Jöreskog (1974), aporta para cada dimensión de la escala una alta fiabilidad. Para los ítems sobre las prácticas de gestión de la identidad la fiabilidad compuesta es de $\rho_c = .9680$ y para los ítems relacionados con la participación democrática en las redes sociales, $\rho_c = .9485$. El estudio de la validez muestra altas saturaciones de los ítems en el componente principal.

Para la medida del bienestar se emplean dos escalas que se usan de forma independiente. Por un lado, una escala tipo likert para la medida de la satisfacción vital con las redes (5 ítems con valores entre 0

y 4). El diseño de esta escala se basa en una adaptación de la escala de Satisfacción con la Vida (Atienza, Balaguer y García-Merita, 2003; Diener, Emmons, Larsen y Griffin, 1985; Pons, Atienza, Balaguer y García-Merita, 2002). Esta escala es el principal referente empírico en el estudio del bienestar. La aplicación de análisis factorial ofrece un indicador muy elevado de fiabilidad (Alfa de Cronbach, .858) y de fiabilidad compuesta ($\rho_c = .9819$) para la nueva escala de satisfacción vital con las redes.

Se diseña al efecto una escala gráfica de 10 puntos sobre bienestar emocional basada en un diferencial semántico tipo Osgood enfrentando tres grupos de emociones de forma bipolar que reflejan a su vez diferentes intensidades emocionales (alta, media y baja intensidad). La escala se basa en el modelo bifactorial circunflejo de la emoción (Kercher, 1992) y en el concepto de balance afectivo de Diener (2000). Según el modelo circunflejo de la emoción, los afectos que aparecen en posiciones opuestas deberían presentar una correlación inversa entre sí, ya que representan los extremos de una misma dimensión (por ejemplo, eufórico-aburrido). Esta estructura ha recibido un considerable apoyo empírico en análisis factoriales siendo importante que las dimensiones empleadas sean ortogonales (Mayer y Shack, 1989). Se realiza un análisis factorial y el cálculo de Alfa de Cronbach, encontrando un elevado indicador de la fiabilidad (Alfa de Cronbach = .856) y altas saturaciones en el componente principal que explica el 75% de la varianza total. Se aplica un procedimiento basado en mínimos cuadrados para la evaluación del modelo de medida, obteniendo un elevado valor de fiabilidad compuesta, $\rho_c = .9759$.

2.4. Procedimiento.

El procedimiento de recogida de la información se realiza a través de agentes de igualdad de la Diputación de Sevilla que canalizan la recogida de datos, previa formación, a través de los Puntos de Información a la Mujer (PIMs) realizando entrevistas a cada mujer en su propio municipio. La recogida de datos se efectuó durante los meses de marzo, abril y mayo de 2012. Se emplea una declaración firmada de confidencialidad por parte de las agentes y un consentimiento informado de las mujeres donde se explica el carácter anónimo y voluntario de la encuesta así como, los objetivos de la investigación.

El procedimiento de análisis se basa en un análisis descriptivo de cada uno de los ítems de las escalas y un análisis exploratorio de las variables para conocer su estructura y distribución. La escala de ciudadanía digital (0-40 puntos) se obtiene a través del sumatorio de los ítems relativos a la gestión de la identidad y a la participación democrática en redes. Se aplican pruebas de contraste paramétricas (ANOVA) previa comprobación de la distribución normal de las variables con la prueba Kolmogorov-Smirnov y la homocedasticidad de las varianzas con la prueba de Levene. Se aplican pruebas no paramétricas para la variable bienestar emocional que no se distribuye según la ley normal en todos los grupos considerados. Se aplican pruebas de correlación a través de r de Pearson y regresión lineal, para el estudio de la relación de la variable ciudadanía digital con la variable bienestar y con sus dimensiones: satisfacción vital con las redes y bienestar emocional.

3. Resultados

Los resultados muestran una práctica moderada de la ciudadanía digital en las mujeres de zonas rurales ($M = 19.688$, $DT = 6.142$). En el gráfico 1 se puede observar el aumento de la frecuencia de puntuaciones en la zona central de la distribución. La recodificación de la variable en tres niveles de práctica de la ciudadanía digital (pasiva, moderada y activa) ofrece que el 75.9% de las mujeres ejercita de forma moderada la ciudadanía digital a través de las redes sociales frente al 12.9% en el que se observa el ejercicio de una ciudadanía digital activa.

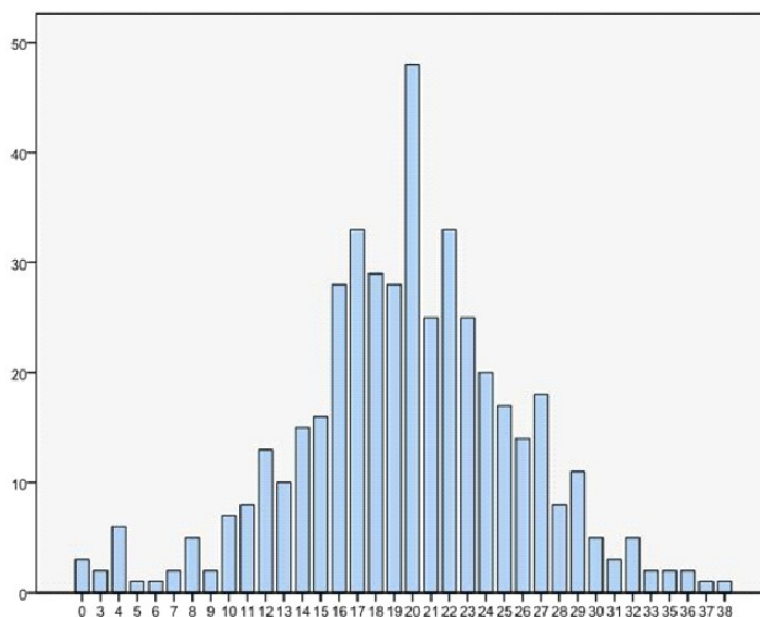


Gráfico 1. Frecuencias en el ejercicio de la ciudadanía digital de las mujeres rurales.

La exploración de cada una de las dimensiones de la ciudadanía digital consideradas indica que las actividades relacionadas con la gestión de la propia identidad en las redes sociales resultan escasas ($M = 8.61$, $DT = 4.128$).

Tabla 1. Descriptivos de los indicadores del ejercicio de la ciudadanía digital en redes sociales

Ciudadanía digital	Ítems	M	DT
Prácticas de gestión de la propia identidad en las redes sociales	Participando en la red social obtengo seguridad y confianza en mí misma	1.51	1.138
	La red social me permite visualizar y cambiar aspectos de mí con los que no estoy satisfecha	1.09	1.041
	La red social me facilita algunas metas y objetivos personales	1.24	1.129
	En general me siento orgullosa de mis intervenciones en la red social	1.93	1.103
	Me muestro tal como soy en mi red social	2.83	1.110
Prácticas de participación democrática en redes sociales	En mi red social no tengo miedo de expresar opiniones opuestas al resto de personas	2.40	1.217
	Me preocupa que juzguen y critiquen en la red aspectos que expongo sobre mi vida personal	1.40	1.306
	Cuando participo en la red me guío por mis propios valores y no por los de los demás	2.96	1.117
	Me incomoda expresar mi opinión en las redes cuando se trata de asuntos polémicos	1.74	1.328
	Puedo mantener mis opiniones aunque sean cuestionadas en mi red social	2.54	1.183

El 63.6% de las mujeres reconoce mostrarse tal y como es en las redes sociales, por lo que un alto porcentaje muestra una identidad sólida tanto online como offline. En cuanto a la percepción sobre sus intervenciones y reputación en la red, el 41.8% se siente suficientemente orgullosa con sus intervenciones, lo que denota que gestiona su identidad en el entorno digital desde sus principios y valores, de forma confiada en las propias opiniones. Así, un 48.5% de las mujeres considera que, la participación en la red social no está relacionada con la seguridad y confianza en sí mismas. No obstante, para un 52.5%, la

actividad en la red impacta y refuerza la autoestima, aspecto clave para la participación ciudadana. En cuanto a la oportunidad que dan las redes sociales para alcanzar metas y objetivos personales, solo un 3.6% de las mujeres lo percibe así. En relación a la capacidad para reconocer y emplear la red social como una vía para cambiar y mejorar aspectos personales con los que no están satisfechas, los resultados muestran que un notable 64.4% de mujeres, considera que la actividad social en las redes se convierte en un importante medio para cambiar aspectos de ellas mismas y de su identidad con los que no están satisfechas.

La participación democrática de las mujeres en las redes sociales se considera media-alta ($M = 11.03$, $DT = 3.352$). El 40.20% de las mujeres se guía totalmente por sus propios valores y no por los de otras personas cuando participa en la red. Un alto porcentaje (84.2%) practica el debate social manteniendo sus opiniones aunque sean cuestionadas en la red social. El 46.9% de las mujeres considera que sus prácticas en las redes sociales se caracterizan por expresar sus opiniones opuestas al resto de personas sin sentir miedo. El 24% de las mujeres puede expresar su opinión ante temas polémicos sin sentirse incómodas. En relación a la capacidad para distanciarse de críticas emitidas en la red social hacia sus vidas personales, el 33% de las mujeres se distancia emocionalmente de los juicios y críticas que se hacen en la red sobre aspectos de su vida personal.

Se aprecian diferencias significativas en el ejercicio de la ciudadanía digital en función del nivel educativo (Test de Levene 1.290, $p = .273$, $F = 2.783$, $p = .026$). La prueba HSD de Tukey muestra diferencias entre el grupo de mujeres sin estudios ($M = 21.53$, $DT = 7.806$, $p = .035$) y con estudios universitarios ($M = 18.87$, $DT = 5.446$). Son las mujeres con estudios universitarios las que muestran un menor nivel en este tipo de prácticas. Lo que nos lleva a explorar las características de estos grupos buscando posibles interpretaciones, como las que mostramos a continuación.

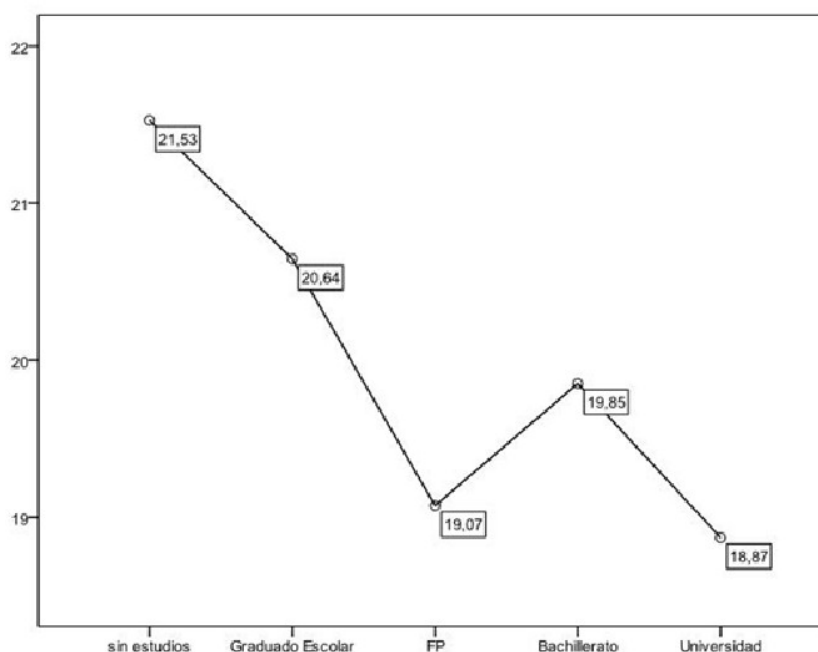


Gráfico 2. Diferencia de medias en el ejercicio de la ciudadanía digital en redes según nivel educativo.

Tabla 2. Prueba post hoc HSD de Tukey para el nivel educativo.

Ciudadanía digital		
Tukey HSD, $p = .062$		
Nivel estudios	N	Conjunto para alfa .05
		1
Universidad	177	18.87
FP	81	19.07
Bachillerato	54	19.85
Graduado Escolar	76	20.64
Sin estudios	57	21.53

A través de las pruebas de contraste de medias no se aprecian diferencias significativas en el ejercicio de la ciudadanía digital en función de los cuatro grupos de edad considerados. Una agrupación de la variable edad en dos grupos (mujeres de menos de 39 y de más de 40) permite explorar el dato según la brecha generacional. El gráfico 3, muestra que el 68.3% de las mujeres con estudios universitarios tiene menos de 39 años, mientras que el 64.4% de las mujeres sin estudios tienen más de 40. Esto implica que el dato sobre las prácticas consideradas de ciudadanía digital según el nivel educativo de las mujeres puede ser explicado a través de la brecha generacional.

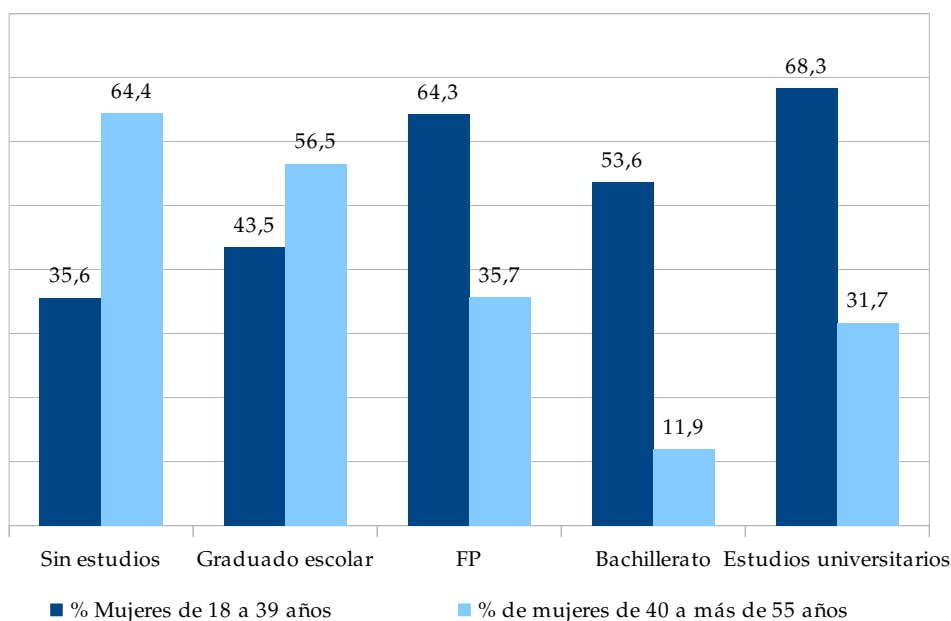


Gráfico 3. Porcentaje de mujeres según nivel educativo y edad.

Se observan diferencias significativas en el ejercicio de la ciudadanía digital en función del tamaño de la red (Test de Levene, $.443$, $p = .722$, $F = 5.076$, $p = .002$). La prueba HSD de Tukey muestra diferencias entre las mujeres con un tamaño de su red pequeño (0-50 personas) ($M = 1.93$, $DT = .430$, $p = .030$) y las mujeres con un tamaño de la red grande (100-200 personas) ($M = 2.21$, $DT = .509$, $p = .030$). En este caso, el ejercicio de la ciudadanía digital es más elevado en las mujeres con una red social grande.

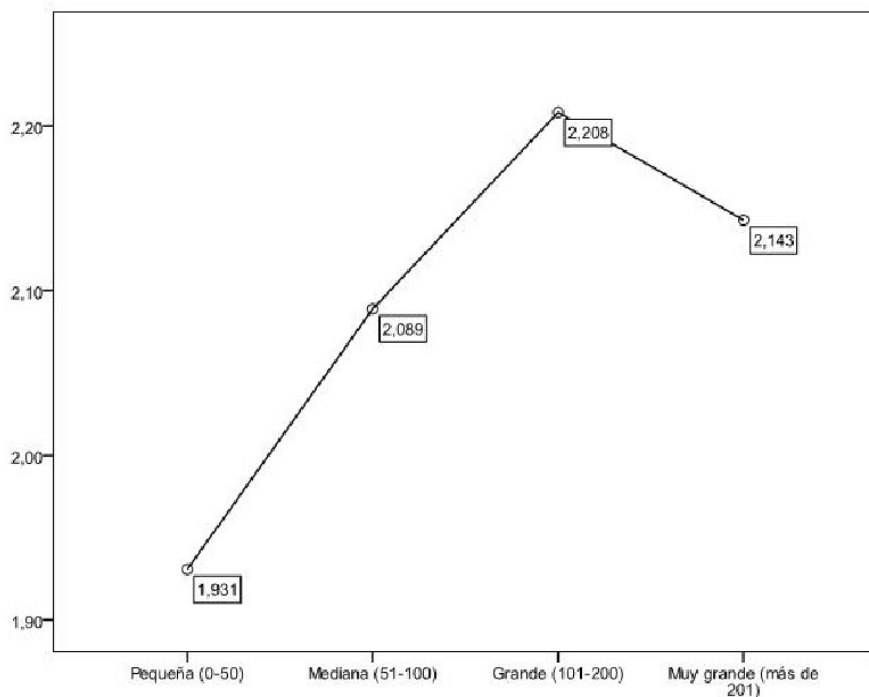


Gráfico 4. Diferencia de medias en la ciudadanía digital según el tamaño de la red.

Tabla 3. Prueba post hoc HSD de Tukey para el tamaño de la red social.

Ciudadanía digital			
Tukey HSD			
Tamaño de la red social	N	Conjunto para alfa .05	
		1	2
Pequeña (0-50)	101	1,93	
Mediana (51-100)	45	2,09	2,09
Muy grande (más de 201)	28	2,14	2,14
Grande (101-200)	24		2,21
p		.170	.653

Para estudiar la relación entre ciudadanía digital y la satisfacción vital con las redes se emplea la prueba r de Pearson. Esta prueba arroja una correlación de .631 con un nivel de significación de .000, indicando una alta relación entre ambas variables. De forma complementaria, la r de Pearson para ciudadanía digital y bienestar emocional es de .359 con un nivel de significación de .000, mostrando relaciones significativas entre ambas variables. La regresión lineal indica que la ciudadanía digital predice la satisfacción vital que sienten las mujeres en las redes sociales y su bienestar emocional. La prueba del tamaño del efecto muestra que la variable ciudadanía digital explica el 45.6% de la satisfacción vital con las redes ($F = 9.806$, $p = .000$, $R^2 = .456$) y el 24.6% del bienestar emocional en las redes ($F = 3.806$, $p = .000$, $R^2 = .246$).

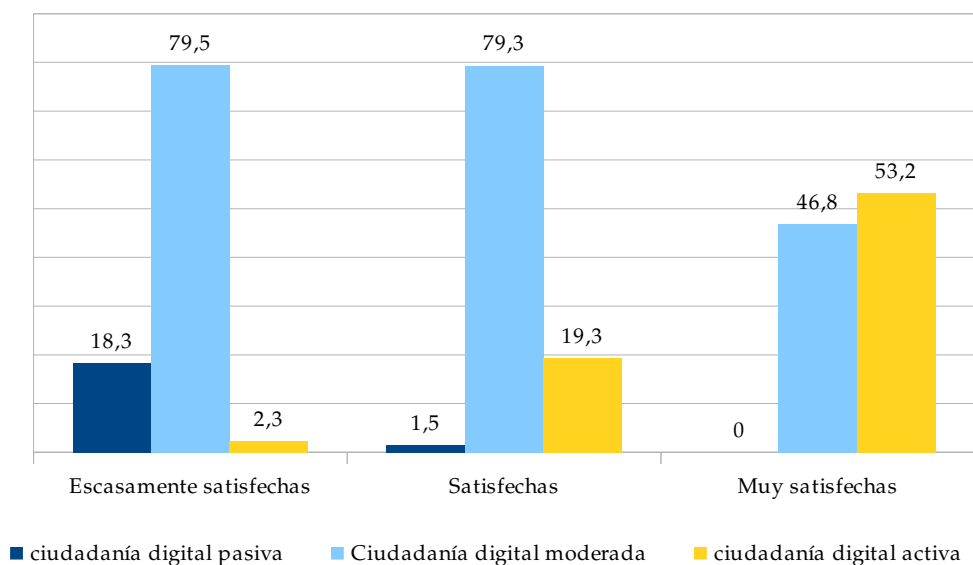


Gráfico 5. Porcentaje de mujeres según el grado en que ejercitan su ciudadanía digital y el grado de satisfacción vital con las redes sociales

El gráfico 5 refleja que el 53.2% de las mujeres muy satisfechas con las redes sociales son ciudadanas activas en el entorno digital. En cuanto al bienestar emocional, la recodificación de los valores de la variable en tres grupos (grado bajo, medio y alto), muestra que el 50.2% de las mujeres alcanza un nivel medio de bienestar emocional y el 38.7% un nivel alto. Se aprecian diferencias significativas en función de la edad (Chi Cuadrado = 7.789, gl.3, $p = .051$) y del nivel educativo (Chi cuadrado = 36.646, gl.4, $p = .000$). El grupo de mujeres con edades comprendidas entre 26 y 39 años es el que menor bienestar emocional tiene con respecto a otros grupos (U de Mann Withney = 8183.000, $p = .021$).

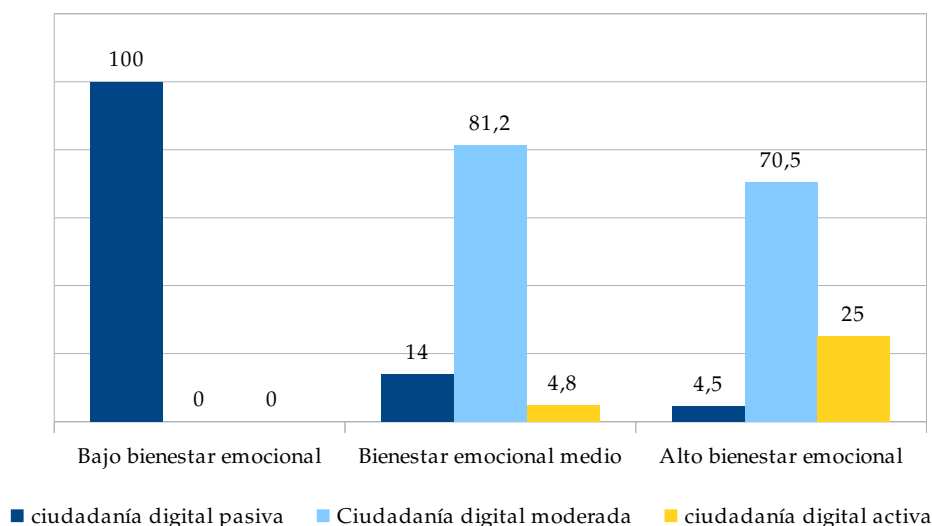


Gráfico 6. Porcentaje de mujeres según el grado de ciudadanía digital y el grado de bienestar emocional.

El gráfico 6 indica que el 25% de las mujeres con alto bienestar emocional en las redes muestra el ejercicio de una ciudadanía digital activa.

4. Discusión y conclusiones.

En relación con el primer objetivo un alto porcentaje de mujeres de zonas rurales muestra una actividad moderada en el ejercicio de la ciudadanía digital en redes sociales. Solo un pequeño porcentaje pone de manifiesto el ejercicio de una ciudadanía digital activa. A pesar de que las mujeres son usuarias mayoritarias de las redes sociales, las actividades para las que las usan no están prioritariamente relacionadas con la participación en procesos democráticos de construcción del discurso social ni se implican inicialmente en actividades que requieren revisar y gestionar la propia identidad en contextos online. Así, recientes estudios (Vega, Bosch y Rebollo, 2015) indican que, las mujeres rurales comienzan a usar las redes sociales por la necesidad de dar respuestas a demandas de su entorno familiar aunque se ven envueltas en nuevas oportunidades y desafíos en el contacto con estas tecnologías digitales. Estas autoras indican que, cuando las mujeres descubren nuevas posibilidades comienzan a realizar otras prácticas como la participación cultural y social o el desarrollo de la propia identidad. De tal manera que, su actividad como ciudadana de pleno derecho responde a un recorrido vital que transcurre por diferentes procesos de aprendizaje informal en el terreno digital de los que forman parte la gestión de la identidad y la participación en redes (Jiménez-Cortés, 2015). Estas nuevas dinámicas son las que mayor repercusión tienen sobre su capital social (Son y Lin, 2008).

En nuestro estudio, la gestión de la identidad se relaciona especialmente, con la transparencia identitaria de las mujeres en la red social y con la reputación y el orgullo sentido hacia sus intervenciones, haciendo hincapié en elementos satisfactorios de sus prácticas digitales (Lara, 2011). Así, un elevado porcentaje de mujeres reconocen mostrarse tal y como son en las redes sociales. Para Lara (2011), la identidad que se construye en el espacio virtual es de dominio público, por ello, se debe saber gestionar y ser conscientes del alcance, difusión e impacto que tienen las propias actuaciones ya que, pueden afectar a su propia privacidad, reputación y a la de otras personas, por lo que la percepción del valor de las propias intervenciones desde un plano consciente es fundamental en el ejercicio de una ciudadanía digital responsable. Estudios sobre Facebook y la construcción de la identidad (Kimmons, 2014; Kimmons y Veletsianos, 2014; Zhao, Grasmuck y Martin, 2008) consideran que esta red obliga a mantener una identidad única por las características de su interfaz, con escasas posibilidades para la fragmentación identitaria. Kimmons y Veletsianos (2014) ponen de manifiesto que hay aspectos tecnológicos de las redes sociales que generan linealidad en la expresión de la identidad y hacen que sea problemático o irreconciliable con una visión transitoria de la misma. No obstante, consideramos que se precisa mayor indagación desde metodologías cualitativas que permitan trazar otros enfoques interpretativos a estos datos sobre la identidad en entornos digitales desde una perspectiva de género.

La participación democrática de las mujeres en las redes sociales como práctica de la ciudadanía digital se considera media-alta. Esta actividad se caracteriza por formas de actuar muy vinculadas a sus valores, mostrándose escasamente influidas por las demás personas. De forma similar, el estudio de Kimmons (2014) apunta a que las personas participan en las redes sociales de acuerdo a formas que consideran aceptables para los demás, considerando que esta participación, es una expresión directa de su identidad y del sentido de sí mismas. Esto coincide también con lo planteado por Greenhow y Robelia (2009), quienes observan que los perfiles en redes sociales abiertos por las personas participantes en su estudio, son auténticas y veraces en cuanto a la expresión de la identidad real. No obstante, estas personas permanecen abiertas a la reflexión y al autodescubrimiento personal. Así, las personas estudiadas, retratan y reflejan en las redes sociales diferentes aspectos de sí mismas y muestran identidades coherentes con lo que piensan, con quien son y cómo se comportan. Diversos estudios,

apuntan a la relevancia que tienen estas formas de actuar para el ejercicio de una ciudadanía digital activa, siendo las redes sociales un espacio idóneo para aumentar el capital social (Gil de Zúñiga, Jung y Valenzuela, 2012, Valenzuela, Park y Kee, 2009).

En este sentido, participar en comunidades, donde poder expresar libremente opiniones, capacita para la acción cívica. Consideramos que este es un elemento clave para la ciudadanía digital por su contribución a la creación de culturas participativas. No obstante, también hay estudios muy actuales que plantean la necesidad de realizar investigaciones con diseños longitudinales y experimentales que profundicen en la relación entre los medios digitales y la participación y el compromiso cívico (Theocharis y Lowe, 2016).

En relación con el segundo objetivo, el análisis del ejercicio de la ciudadanía digital en función de los diferentes perfiles de las mujeres, muestra diferencias estadísticamente significativas en cuanto a su nivel educativo y al tamaño de la red social. Concretamente, existen diferencias en el ejercicio de la ciudadanía digital activa entre las mujeres sin estudios y las mujeres con estudios universitarios. Este dato, puede ser interpretado en función de la brecha generacional, ya que, como hemos puesto de manifiesto, en nuestro estudio, la mayor parte de las mujeres de más de cuarenta años tienen niveles de estudios más bajos con respecto a las más jóvenes. No obstante, también puede ser interpretado desde el punto de vista de las características de las redes sociales de uno y otro grupo o incluso desde las nuevas alfabetizaciones digitales (Giones, Serrat y Brustenga, 2010; Lara, 2011). En cuanto a las características de las redes sociales y de su uso, hemos comprobado que las diferencias encontradas entre las mujeres sin estudios y con estudios en el ejercicio de la ciudadanía digital activa no están relacionadas con la intensidad de uso de las redes. Buscando otra interpretación, desde el punto de vista de las nuevas alfabetizaciones digitales, los resultados de diversos estudios indican que la alfabetización digital no es compartida igualmente entre todos los grupos de edad y que esta idea de que la generación más joven es más hábil en la cultura digital que la anterior, debe ser considerada con cautela. Así, por ejemplo, Eshet-Alkali y Amichai-Hamburger (2004) y Eshet-Alkalai y Chajut (2005), indican que los participantes más jóvenes muestran mayores habilidades foto-visuales, que implican entender las instrucciones y los mensajes que aparecen de forma visual y gráfica. Así como también, sus estudios, basados en el análisis de tareas, muestran que las personas jóvenes tienen una mayor capacidad para permanecer orientadas y no perderse en Internet mientras se navega utilizando dominios de conocimiento complejos. También, estos autores, señalan que las personas de más edad muestran mayor dominio de habilidades relacionadas con la creación de nuevos significados o interpretaciones, como por ejemplo, las habilidades relacionadas con la evaluación crítica de la información, claves para el tipo de prácticas de ciudadanía digital que estamos describiendo. El ejercicio de una ciudadanía digital activa requiere nuevas competencias digitales que permitan formar parte de la sociedad de la información (Simsek y Simsek, 2013).

En cuanto al tamaño de la red, nuestros hallazgos coinciden con los resultados del estudio de Gil de Zúñiga y Valenzuela (2011). En este sentido, las mujeres con redes sociales de mayor tamaño muestran un ejercicio más activo de ciudadanía digital. No obstante, como indica el estudio de Couldry, Stephansen, Fotopoulou, MacDonald, Clark y Dickens (2014) los ejemplos más sólidos de ciudadanía digital son aquellos en los que las conexiones digitales se complementan con las prácticas sociales fuera de línea.

En la investigación que presentamos se han detectado patrones diferenciales en el bienestar emocional en función de la edad, siendo las mujeres más jóvenes las que muestran un menor grado de bienestar. Lo que indica la importancia de analizar pormenorizadamente las prácticas de ciudadanía digital en los distintos grupos generacionales e incluso al interior del grupo de las personas más mayores (Salcedo, Alfama y Cruells, 2015).

En relación con el tercer objetivo, se sabe que los entornos en red como Facebook o Twitter permiten crear espacios de aprendizaje, cooperar, establecer vías de apoyo, etc., lo que supone para las mujeres un aprendizaje y un refuerzo de su bienestar (Kuo, Tseng, Lin y Tang, 2013; Liu y Yu, 2013). En nuestro trabajo se señala la relación que existe entre la prácticas de ciudadanía digital y el bienestar. El ejercicio de una ciudadanía digital activa por parte de las mujeres rurales se muestra una variable predictora de la satisfacción vital con las redes y de su bienestar emocional. Se demuestra así, que la participación en procesos democráticos en red tiene el potencial de mejorar la calidad de vida de las mujeres de zonas rurales y les pueden dar un mayor control sobre sus vidas y satisfacción (Del Prete, Calleja y Gisbert, 2011). La participación social y la gestión de la identidad son prácticas de ciudadanía digital que se relacionan con el bienestar de las mujeres rurales e influyen en que se sientan bien y estén satisfechas consigo mismas y con sus vidas.

5. Referencias

- Area, M. y Pessoa, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: Las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. [Versión electrónica], *Comunicar*, XIX(38), 13-20.
- Atienza, F.L., Balaguer, I. & García-Merita, M.L. (2003). Satisfaction with Life Scale: analysis of factorial invariance across sexes. *Personality and Individual Differences*, 35, 1255-1260.
- Castaño, C., Martín, J. y Vázquez, S. (2008). La e-inclusión y el bienestar social: una perspectiva de género. *Economía Industrial*, 367, 139-152.
- Cheng, A., Sinha, A., Shen, J., Mouakkad, S., Joseph, L. & Mehta, K. (2012). Opportunities for social innovation at the intersection of ICT education and rural supply chains. En *Proceedings - 2012 IEEE Global Humanitarian Technology Conference*, (pp. 328-335) Seattle, USA: CPS.
- Couldry, N., Stephansen, H.; Fotopoulou, A.; MacDonald, R.; Clark, W. & Dickens, L. (2014). Digital citizenship? Narrative exchange and the changing terms of civic culture, *Citizenship Studies*, 18(6-7), 615-629.
- Del Prete, A., Calleja, C. & Gisbert, M.M. (2011). Overcoming generational segregation in ICTS reflections on digital literacy workshop as a method. *Gender Technology and Development*, 15(1), 159-174.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55, 34-43.
- Diener, E., Emmons, R., Larsen, R.J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75.
- Eshet-Alkalai, Y. & Amichai-Hamburger, Y. (2004). Experiments in digital literacy. *Cyberpsychology & Behavior*, 7(4), 421-429.
- Eshet-Alkalai, Y. & Chajut, E. (2010). You can teach old dogs new tricks: The factors that affect changes over time in digital literacy. [Versión electrónica], *Journal of Information Technology Education*, 9, 173-181.
- Gil de Zúñiga, H. & Valenzuela, S. (2011). The Mediating Path to a Stronger Citizenship: Online and Offline Networks, Weak Ties, and Civic Engagement. *Communication Research*, 38(3), 397-421.
- 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, 319-336.
- Giones, A., Serrat I. y Brustenga, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. [Versión electrónica], *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 24.
- Greenhow, C. & Robelia, B. (2009). Informal learning and identity formation in online social networks. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 119-140.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J. & Weigel, M. (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21 Century*. Cambridge: MIT Press.
- Jiménez-Cortés, R. (2015). Influencia de los procesos de aprendizaje informal en el bienestar subjetivo de las mujeres de zonas rurales. *Cultura y Educación*, 27(2), 407-439.
- Kercher, K. (1992). Assessing subjective well-being in the old-old. *Research in Aging*, 14(2), 131-138.
- Kimmons, R. (2014). Social networking sites, literacy, and the authentic identity problem, *Tech Trends*, 58(2), 93-98.
- Kimmons, R. & Veletsianos, G. (2014). The fragmented educator 2.0: Social networking sites. Acceptable identity fragments and the identity constellation. *Computers & Education*, 72, 292-301.
- Kuo, F-Y, Tseng, F-Ch. Lin, C. I. & Tang W-H. (2013). Critical success factors for motivating and sustaining women's ICT Learning. *Computers & Education*, 67, 208-218.

- Lara, T. (2011). Alfabetizar en la cultura digital. (Mensaje en blog). Obtenido el 2 de junio de 2014 desde <http://tiscar.com/2011/07/17/alfabetizar-en-la-cultura-digital/>
- Lin, C., Tang, W-H. & Kuo, F-Y. (2012). Mommy wants to learn the computer: How middle-aged and elderly women in Taiwan learn ICT through social support. *Adult Education Quarterly*, 62(1), 73-90.
- Liu, Ch.Y. & Yu, Ch.P. (2013). Can Facebook use induce well-being? *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 16(9), 674-678.
- Mayer, G. J. & Shack, J.R. (1989). Structural convergence of mood and personality: evidence of old and new directions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 691-706.
- Minocha, S. (2009). Role of social software tools in education: a literature review. *Education Training*, 51(5/6), 353-369.
- Mossberger, K., Tolbert, C. & Hamilton, A. (2012). Measuring Digital Citizenship: Mobile Access and Broadband. [Versión electrónica], *International Journal of Communication*, 6.
- Mossberger, K., Tolbert, C.J. & McNeal, R.S (2008). *Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Novo-Corti, I., Varela-Candamio, L. & García-Álvarez, T. (2014). Breaking the walls of social exclusion of women rural by means of ICTs: The case of "digital divides" in Galician. *Computers in Human Behavior*, 30, 497-507.
- Pons, D., Atienza, F.L., Balaguer, I. & García-Merita, M. L. (2002). Propiedades psicométricas de la Escala de Satisfacción con la Vida en personas de la tercera edad. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico Evaluación Psicológica*, 13, 71-82.
- Salcedo, J. L., Alfama, E. y Cruells M. (2013). La ciudadanía digital: ¿para todas las edades? Estrategias de inclusión digital y usos de TICs en diferentes franjas de edad de personas mayores en España. En *actas del XI congreso de AECPA. La política en tiempos de incertidumbre*. Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, 18 a 20 de septiembre de 2013.
- Scherman, A.; Arriagada, y Valenzuela, S. (2011). ¿Hacia una nueva ciudadanía multifuncional? Uso de medios digitales, redes sociales online y participación política. *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*, 2, 159-191.
- Son, J. & Lin, N. (2008). Social capital and civic action: A network-based approach. *Social Science Research*, 37, 330-349.
- Simsek, E. & Simsek, A. (2013). New Literacies for Digital Citizenship. *Contemporary Educational Technology*, 4(2), 126-137.
- Theocharis, Y. & Lowe, W. (2016). Does Facebook increase political participation? Evidence from a field experiment. *Information, Communication & Society*, 19(10), 1465-1486.
- Valenzuela, S., Park, N. & Kee, K.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, 875-901.
- Vega, L., Vico, A. y Rebollo, A. (2015). Motivaciones de uso de las redes sociales para el desarrollo del capital social de las mujeres de entorno rural. *Icono 14*, 13, 142-162.
- Vergés, N. (2012). De la exclusión a la autoinclusión de las mujeres en las TIC. Motivaciones, posibilitadores y mecanismos de autoinclusión. *Athenea Digital*, 12(3), 129-150.
- Wenger, E., White, N. & Smith, J. (2010). Learning in communities. *Changing Cultures in Higher Education*, 257-283.
- Werts, C.E., Linn, R.L. & Jöreskog, K.G. (1974). Interclass reliability estimates: Testing structural assumptions. *Educational and Psychological Measurement*, 34, 25-33.
- Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816-1836.