



ESPACIO ABIERTO

Cuaderno Venezolano de Sociología



Separata

ROBERTO BRICEÑO-LEÓN: Sociología del Petróleo, de la Salud y la Violencia

Volumen 35
Nº 4

Octubre-Diciembre, 2026

4

Auspiciada por la International Sociological Association (ISA)
y la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS).
Revista oficial de la Asociación Venezolana de Sociología (AVS)

**ESPACIO
ABIERTO**

Cuaderno Venezolano de Sociología

Volumen 35 No. 4 (Octubre-Diciembre) 2026, pp. 40-49
ISSN 1315-0006. Depósito legal pp 199202zu44
DOI: 10.5281/zenodo.21227672

Mujeres, vínculos y redes sociales: La sociabilidad digital de las mujeres de sectores populares de Lima Metropolitana

Marcela Benites Medina, **Martha Luque Velarde y *Lilly Palomino Paz*

Resumen

Las tecnologías de comunicación e información, los dispositivos tecnológicos y las redes sociales modifican las formas de relacionarse en la sociedad. El objetivo del artículo es analizar estas nuevas maneras de sociabilidad digital que amplían el alcance de las relaciones sociales de las mujeres de los sectores populares en su vida cotidiana. El diseño de la investigación corresponde al enfoque cuantitativo, la muestra la constituyeron 319 mujeres de los sectores populares de Lima Metropolitana a quienes se aplicó un cuestionario, que captó información sobre las variables en estudio. Los resultados apuntan que las mujeres se comunican principalmente a través del teléfono celular como el dispositivo tecnológico de mayor uso para relacionarse con la familia, los compañeros de trabajo, amigos de estudio y amigos del barrio a través de las redes sociales digitales. La red social más usada es el WhatsApp que permite la comunicación instantánea, informarse, intercambiar información y entretenerse. Principalmente se relacionan con la familia y la pareja para tratar temas de cuidado del hogar, con los amigos dialogan asuntos que trascienden lo doméstico. Tienen una valoración positiva de las redes sociales digitales tomando precaución de los posibles riesgos que conllevan. En conclusión, las redes sociales se constituyen en espacios de sociabilidad digital que amplían el horizonte relacional de las mujeres en estudio junto con sociabilidad presencial, incorporando temas relacionados con el trabajo, los estudios, el barrio, la comunidad y la recreación, incluso la posibilidad de hacer negocios que trascienden lo local.

Palabras Clave: Virtualidad; sociabilidad digital femenina; redes sociales digitales; temas de interés; vínculos sociales.

*Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima, Perú. [ORCID: 0000-0001-9773-5131](https://orcid.org/0000-0001-9773-5131)
[E-mail: abenitesm@unfv.edu.pe](mailto:abenitesm@unfv.edu.pe)

**Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima, Perú. [ORCID: 000-0002-5197-2753](https://orcid.org/000-0002-5197-2753) [E-mail: mluque@unfv.edu.pe](mailto:mluque@unfv.edu.pe)

***Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima, Perú. [ORCID: 0000-0002-2099-3746](https://orcid.org/0000-0002-2099-3746)
lpalominop@unfv.edu.pe

Recibido: 17/02/2026 Aceptado: 01/05/2026

Women, Connections, and Social Networks: The Digital Sociability of Women from Low-Income Sectors in Metropolitan Lima

Abstract

Communication and information technologies, technological devices and social networks modify the ways of relating in society. The objective of the article is to analyze these new ways of digital sociability that expand the scope of social relationships of women from popular sectors in their daily lives. The research design corresponds to the quantitative approach, the sample was made up of 319 women from the popular sectors of Metropolitan Lima to whom a questionnaire was applied, which captured information about the variables under study. The results indicate that women communicate mainly through the cell phone as the most used technological device to interact with family, co-workers, study friends and neighborhood friends through digital social networks. The most used social network is WhatsApp, which allows instant communication, information and the exchange of information. They mainly interact with family and partners to discuss home care issues, and with friends they discuss issues that transcend the domestic. They have a positive assessment of digital social networks, taking caution of the possible risks they entail. In conclusion, social networks constitute spaces of digital sociability that expand the relational horizon of the women in the study along with face-to-face sociability, incorporating topics related to work, studies, the neighborhood, the community, recreation, even the possibility of doing business that transcends the local.

Keywords: Virtuality; female digital sociability; digital social networks; topics of interest; social connections.

Introducción

En la actualidad la sociedad peruana se viene transformando impulsada por la expansión de las tecnologías de la comunicación y de la información, que permiten el desarrollo de nuevas formas de relacionarse, redefiniendo y creando valores, aspiraciones, creencias e identidades a través de las redes sociales. En ese contexto, es importante examinar las formas de sociabilidad digital que vienen construyendo las mujeres de los sectores populares.

El objetivo de este artículo es analizar la sociabilidad digital como ampliación del alcance de las relaciones sociales virtuales de las mujeres de los sectores populares en su vida cotidiana. En tal sentido, nos interesa abordar las formas de sociabilidad digital, el uso de las tecnologías de la comunicación e información, los tipos de vínculos que crean, con quienes se relacionan y los temas que tratan para comunicarse a través de las redes sociales.

La comunicación basada en internet y en las redes sociales ha posibilitado nuevas

modalidades de sociabilidad digital o en línea. Entendiendo por sociabilidad digital “como las nuevas formas de ser, estar y desenvolverse en la vida cotidiana, y de relacionarse sin la necesidad de interacción física” (Cáceres, Brändle Señan y Ruiz, 2017: 235), estrechamente vinculadas a las redes sociales que albergan todos los ámbitos de la vida: trabajo, consumo, ocio, producción cultural, comunidades y comunicación interpersonal. En ese sentido la sociabilidad digital no es sólo el uso de las redes sociales, mediada por la tecnología, sino la reorganización de la vida social de las mujeres de los sectores populares donde construyen vínculos, afectos, emociones e identidad, basada en intereses y valores compartidos posibilitando el desarrollo de su autonomía. Estos aspectos son abordados tomando en cuenta las relaciones de género que se dan en la sociabilidad digital.

La sociabilidad digital y su uso empodera principalmente a mujeres, minorías étnicas y personas dispersas geográficamente con ideas afines, es decir, la práctica de conectarse en redes sociales conlleva a que los individuos encuentren nuevas formas de vincularse, de reconocerse, e identificarse con la sociedad y de “construir su autonomía con personas de ideas parecidas que elijan en las redes sociales” Castells (2024, 2012: 220). Por otro lado, la sociabilidad digital no reemplaza las relaciones cara a cara, sino que amplía su alcance, permite mantener vínculos a distancia, organizar actividades, acceder a recursos y, en muchos casos, intensificar la participación en la vida social.

Nos encontramos frente a cambios importantes en la sociedad, el internet y las redes sociales se están integrando a la vida cotidiana que transita entre redes sociales virtuales y presenciales, entre los entornos online y offline, donde el entorno digital no sustituye el espacio físico sino que lo amplía y favorecen una comunicación inmediata y permite buscar, compartir e intercambiar información sobre algún hecho dado en la sociedad, (Castells, 2012; Serrano-Puche, 2013; Aceves 2020; Carrión y Usiña 2025).

Otro aspecto de la sociabilidad digital es la individualización social de los sujetos que se evidencia en el uso de las redes sociales y en las relaciones sociales de género. La individualización social se define como “*la dinámica que conjuga los intereses de las personas con las redes comunales, que responde a la multiplicidad de identidades particulares*”. (Mejía, 2020:129) Esta individualización, no significa aislamiento, sino, es la búsqueda de relaciones con personas afines (comunidad), dando lugar a nuevas formas de relacionarse, a través del Internet y redes sociales, que fortalece las relaciones ya establecidas en lo presencial, cimenta nuevos lazos sociales, expone su subjetividad y construye una identidad digital. (Serrano-Puche, 2013)

El internet a través de las redes sociales permite que las personas realicen una textualización de su subjetividad, porque describen, grafican, fotografían y hacen videos de su mundo interior y exponen sus emociones y sentimientos; el vínculo social se convierte en un objeto de consumo mediado por el lenguaje del mercado y plasmado en los perfiles de usuarios de internet. En las redes sociales se fomenta un espacio virtual privado debido a que son utilizadas principalmente con las personas que se tiene un mayor contacto, creando comunidades virtuales y transformando la manera de interactuar. (Illouz, 2007, Manzanera Román y Brändle Señán 2022)

Analizar la sociabilidad digital de las mujeres de los sectores populares, es importante porque nos permite comprender las nuevas formas de relacionarse a través de las tecnologías de la comunicación e información. así como, los efectos que podrían producirse en su vida cotidiana respecto a la familia, las amistades, el vecindario y otros grupos de la sociedad. En ese sentido, contribuye a profundizar el debate en las ciencias

sociales sobre el papel de las nuevas tecnologías digitales, las plataformas virtuales y las redes sociales en la vida cotidiana de las mujeres de los sectores populares. Es decir, facilitará visibilizar las transformaciones en sus valoraciones, hábitos y costumbres en esta época de cambios sociales. Asimismo, permitirá contar con evidencia empírica para sugerir las bases de una política de intervención social para el desarrollo de habilidades en el manejo de las tecnologías de la comunicación e información en las mujeres de bajos recursos, potencializando su inclusión social.

Tabla 1. Operacionalización de variables:

Dimensiones e indicadores de la variable Sociabilidad digital

Concepto	Dimensiones	Indicadores
Sociabilidad digital	Uso de redes sociales virtuales	Dispositivos que posee Medios de conexión a internet Redes virtuales que usan
	Vínculos sociales	Motivaciones para comunicarse Personas con las que se relacionan Sentimientos que experimentan en la comunicación
	Temas de comunicación	Con la familia y pareja Con amigos (trabajo, internet y barrio)

La metodología utilizada en la investigación se enmarcó en el método cuantitativo en tanto se planteó observar las características de sociabilidad digital femenina, lo que conllevó a un tratamiento cuantitativo de los datos. Es de corte transversal y se realizó el año 2025. (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

El muestreo aplicado en la investigación es el estratificado proporcional. Se tomaron los estratos C, D y E que corresponden a los sectores populares (IPSOS, 2024).

La muestra fue de 319 mujeres mayores de 18 años de edad de las zonas seleccionadas según los criterios estadísticos de 95% de nivel de confianza y 5% de margen de error.

Tabla 2. Distribución proporcional de la muestra por zonas de estudio

ZONA	Mujeres mayores de 18 años	Muestra
LIMA NORTE (Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres)	40.0	128
LIMA ESTE: (Ate, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho)	39.7	126
LIMA SUR: (Chorrillos, San Juan de Miraflores, Villa El Salvador, Villa María del Triunfo)	20.3	65
TOTAL	100	319

Se utilizó el cuestionario como herramienta para captar la información sobre los siguientes tópicos: características sociodemográficas, redes sociales utilizadas, vínculos sociales, temas de interés en la comunicación. Se aplicó análisis estadístico descriptivo a la información obtenida utilizando el Programa estadístico para las Ciencias Sociales SPSS.

La validación y confiabilidad del cuestionario se realizó con la Prueba piloto que se aplicó a una muestra pequeña de la población en estudio.

Se aplicaron los protocolos de ética garantizando el anonimato de las informantes a fin de resguardar su identidad, así como, la confidencialidad de la información.

Resultados y Discusión

Mujeres, dispositivos tecnológicos y redes sociales

Las formas de interacción social que se establecen a través de las redes sociales constituyen la dinámica social que materializa actualmente la sociabilidad digital de las mujeres de los sectores populares. La mayoría de las mujeres en estudio se caracterizan por ser jóvenes, solteras con instrucción secundaria, trabajadoras dependientes e independientes y en menor proporción no trabajan. Todas poseen y utilizan el celular, debido a que es el dispositivo más accesible para comunicarse, trabajar, hacer negocios, acceder a la educación, entretenerse e informarse entre otros; la mayor parte accede a internet desde su vivienda, combinando diversos modos de conexión, desde el plan de datos, wifi, wifi compartido con familiares, amigos y vecinos, hasta la cabina pública. Similar situación de acceso y uso a los dispositivos digitales coinciden con otros estudios como los reportados por el INEI (2024) y lo planteado por Benites, Luque y Palomino (2022), sobre la virtualidad y su cotidianidad en mujeres de los sectores populares de Lima Metropolitana.

Redes sociales virtuales que usan las mujeres de los sectores populares

Actualmente, el internet permite la interacción a través de las redes sociales como un espacio de sociabilidad digital que amplía las relaciones cara a cara y trasciende el ámbito local. Las redes sociales más utilizadas por las mujeres de los sectores populares de Lima Metropolitana para interactuar en espacios virtuales-online son: en primer lugar, WhatsApp (96%), red de comunicación rápida, de mensajería instantánea y de entretenimiento, permite la comunicación directa y formación de comunidades virtuales, como grupos de familia, de amigos, de profesionales, etc.; en segundo lugar, la red social Facebook (90,9%) que les permite compartir fotos y videos con los diferentes grupos de familiares, amigos, compañeros de trabajo, etc.; en tercer lugar, Tik ToK (85,0%) utilizado para la autoexpresión mediante música, bailes, humor, contenido educativo y el entretenimiento; en cuarto lugar, YouTube (81,5%) para compartir contenidos, visualizar tutoriales, acceder a la publicidad, escuchar música, crear y compartir vídeos y hacer comentarios. Otras redes sociales que usan en menor proporción son: Instagram (60,0%), red social para compartir fotos, videos cortos (Reels), historias temporales, conectarse con amigos, seguir a los creadores de contenido, así como comprar y vender productos; Messenger (54,2%), que les permite mantenerse comunicadas de manera instantánea con familiares y amigos a través de mensajes de textos, correos de voz, fotos, videos, archivos, realizar llamadas, videollamadas, crear chats grupales, enviar stickers y GIFs; Telegram (21,0%), Twitter/X (19,1%), Discord (8,2%) para la interacción con amigos, familiares y con personas que puedan compartir algún interés común.

Estos resultados evidencian que todas las mujeres de los sectores populares utilizan la diversidad de redes sociales para interactuar, entretenerse, intercambiar información y adquirir conocimientos, ampliando y fortaleciendo de esta manera nuevas formas de sociabilidad digital. En esta línea de resultados, el INEI (2024) reporta a nivel nacional un 91,6% de mujeres que utilizan el internet para comunicarse a través de las redes sociales; por su parte, Espinoza-Guillén y Chávez-Vera (2021) señalan que los hombres (54%) las

emplean para comunicarse y las mujeres (58%) para temas educativos. En general, estas indagaciones coinciden con lo señalado por Castells (2024), Aceves (2020) y Serrano-Puche (2013) que refieren que la sociabilidad digital amplía el horizonte de vínculos sociales de las mujeres para reconocerse e identificarse con la sociedad.

Un aspecto importante de analizar es la opinión que tienen las mujeres informantes sobre el uso de las redes sociales como un medio para relacionarse con los otros en su vida cotidiana, es decir, conocer su punto de vista contextualizado en una cultura, un tiempo y un espacio. Las respuestas obtenidas se agruparon en opiniones positivas y negativas. Las opiniones positivas son: que las mantienen informadas (90,0%), las acompañan (78,4%), las hacen más sociables (75,5%) y más participativas (62,7%). En cuanto a las opiniones negativas se encuentran: se sienten juzgadas (17,6%) y las aleja de su entorno (15,7%). Al mismo tiempo reconocen los alcances y riesgos del uso de las redes sociales, que pueden deteriorar las formas de comunicarse y relacionarse.

En síntesis, la mayoría de las mujeres de los sectores populares valoran los beneficios del uso de las redes sociales porque les amplía las formas y opciones de comunicarse con familiares y amigos, informarse, aprender, ser escuchada, compartir sus intereses y entretenerse, posibilitando su empoderamiento y autonomía. En ese sentido, concordamos con lo planteado por Castells (2024) cuando sostiene que la sociabilidad digital femenina potencia la resistencia al patriarcado, crea espacios de autonomía, construye y fortalece su identidad.

Mujeres, vínculos, motivaciones y sentimientos en las redes sociales

En este punto se aborda la dimensión emocional de la sociabilidad digital femenina, se analizan con quienes se vinculan a través de las redes sociales, las motivaciones y los sentimientos que genera esta interacción virtual.

Un acercamiento a los vínculos sociales virtuales se realiza identificando con quienes se conectan las mujeres de los sectores populares. Principalmente son primarios, todas se vinculan con su familia, con los amigos del trabajo (66,5%), la pareja (novios o enamorados) (63,5%), los amigos del barrio (62,1%), los amigos de estudio (43,3%) y los amigos de internet (35,1%). Estos resultados evidencian que las mujeres utilizan las redes sociales virtuales con sus grupos más cercanos, muestran, cómo el internet amplía e intensifica el horizonte de sus relaciones sociales online y offline, corroborando lo que sostiene Castells, que el internet y las redes sociales, no sólo ofrecen la oportunidad de comunicarse con familiares y amigos, también contribuyen a identificar, fortalecer, participar y unirse con grupos afines. En sus palabras: “La fortaleza de los vínculos es importante, y son los nexos socialmente cercanos, voluntarios y con multiplicidad de roles los que proveen los niveles más altos de apoyo”, Castells (2002: 332)

Conocer las motivaciones de uso de las redes sociales nos permite acercarnos a las características de los vínculos sociales, identificando los más valorados y recurrentes en la interacción mediante los dispositivos tecnológicos, en tanto extienden las dimensiones de la comunicación en espacio y tiempo. Encontramos que casi todas las mujeres (95%) usan las redes sociales fundamentalmente para comunicarse de manera inmediata con la familia, pareja y amigos a través del chat. Le siguen las motivaciones para estar informada, subir y bajar videos (82,1%, 79,9%, respectivamente). También las usan para realizar videollamadas, subir fotos, hacer videos y buscar recetas de comida (70,2%, 66,8%,

63,3% respectivamente). Otros motivos son seguir a amigos y a famosos (53,0% y 47,3% respectivamente) y realizar algún tipo de negocio (31,3%). Es importante señalar que es muy poca la proporción de mujeres que utiliza las redes para jugar en línea (14,4%) y para establecer relaciones de enamoramiento (9,7%). La información muestra la diversidad de motivos de las mujeres para el uso de las redes sociales que les permite ampliar sus vínculos y fortalecer la comunicación con la familia y amigos, el desarrollo de capacidades audiovisuales y de emprendimientos en la interacción virtual.

Los momentos son otro aspecto que permite analizar las motivaciones e importancia que las mujeres de los sectores populares le dan a la interacción social a través de la sociabilidad digital. Los datos muestran que la mañana, es el tiempo que generalmente eligen para comunicarse con su familia y con la pareja estableciendo vínculos afectivos, basados en el amor filial, respeto, confianza y comunicación, emociones importantes para su sociabilidad (30,4% y 26,3%); lo que se refuerza al analizar la frecuencia de la comunicación con este mismo grupo, que es todos los días, (70,2% y 43,6% respectivamente). Es una forma de estructurar el tiempo y definir la dinámica del vínculo afectivo; en cambio con los amigos del barrio, de internet y de estudio (27,5%, 18,5%, y 14,8% respectivamente) se comunican en cualquier momento del día, lo hacen para compartir y resolver problemas cotidianos. Con ellos la frecuencia de la comunicación es de 1 a 2 veces por semana, (18,2% y 13,5% respectivamente). Se puede apreciar que la sociabilidad digital les posibilita a las mujeres de sectores populares mantener sus vínculos emocionales como parte de su cotidianidad.

A decir de Illouz (2007) en internet se puede construir una sociabilidad emocional, basada en la naturaleza de los lazos o vínculos sociales. Los resultados muestran que los sentimientos que experimentan las mujeres depende de la cercanía o lejanía del vínculo social. La mayoría de las mujeres se sienten “contentas, felices y alegres” cuando interactúan a través de las redes sociales con sus vínculos cercanos. “Alegría y felicidad” experimentan al comunicarse con su familia (74%), le siguen las que se comunican con su pareja (47%), en menor la proporción cuando se comunican con los amigos de trabajo (35%), del barrio (29%), los amigos de estudio (25%) y los amigos de internet (21%). Un pequeño porcentaje de mujeres señalan que cuando interactúan con sus vínculos lejanos, los sentimientos que experimentan son de “preocupación y estrés”; con los amigos del trabajo (7%) y con los amigos del barrio (6%) y un escaso 2% se sienten “tristes, inseguras e incómodas.”

Temas de interés que tratan las mujeres en las redes sociales

En este punto se analizan los temas de interés que las mujeres conversan con la familia, pareja y amigos, a fin de conocer sus intereses, preocupaciones y aspiraciones.

La información obtenida sobre los temas que comparten las mujeres en estudio en las redes sociales nos señalan que son variados y están relacionados principalmente 1. Con la vida cotidiana, los quehaceres del hogar, el bienestar y economía familiar (las preocupaciones de la familia, los hijos, las relaciones de pareja y del amor, los asuntos relacionados a la salud, los estudios, el trabajo, el dinero, las pensiones); 2. Información y noticias (conversaciones sobre el barrio, la seguridad, las novedades, las noticias); 3. Entretenimiento (paseos, los juegos por internet) y 4. Las aspiraciones de las mujeres al hablar de sus planes y expectativas.

Los datos, también nos muestran con quienes conversan las mujeres sobre estos temas, fundamentalmente lo tratan con la familia y pareja, con los amigos del trabajo, del barrio, de internet y de estudio.

Con la familia y pareja

Las temáticas de conversación relacionados con la familia son: en primer lugar, la salud, los estudios, los hijos y las reuniones en el centro educativo de los hijos (59,9%); en segundo lugar, se encuentran los puntos que dan cuenta del día a día, los quehaceres del hogar, las noticias, las novedades, los paseos y planes (34,1%).

Con su pareja, los temas que tratan están referidos especialmente al día a día, los quehaceres del hogar, las noticias, los paseos y los planes futuros (28,2 %); seguido, de un grupo menor de mujeres que manifiestan que son los asuntos relacionados con la familia, la salud, los estudios y los hijos (24,1%).

En ese sentido, podemos señalar que las conversaciones virtuales de las mujeres de los sectores populares con la familia y la pareja tienen que ver principalmente con temas relacionados con el cuidado de los miembros de la familia (los quehaceres del hogar, el cuidado de los hijos y de la pareja), reflejando que las preocupaciones domésticas siguen prevaleciendo en la comunicación femenina y ampliándose por la sociabilidad digital.

Con los amigos de trabajo, del barrio, de estudio y de internet

En cuanto a los asuntos que tratan en las redes sociales con los amigos del trabajo tenemos que, principalmente, están relacionados con la actividad laboral, el dinero y los negocios (47,3%); Respecto a los temas que tratan las mujeres con los amigos del barrio, priorizan los temas relacionados con el barrio y la seguridad (37,6%), con los amigos de estudio destacan los temas referidos prioritariamente a las actividades académicas, las tareas y las clases (29,8%), en cuanto a los temas tratados con los amigos de internet, la información señala que las mujeres conversan fundamentalmente sobre temas del día a día, quehaceres, noticias y novedades (15,0%);

De lo anterior se desprende que las mujeres en estudio se inclinan por tratar temas de acuerdo a los intereses que enmarcan las relaciones establecidas; así tenemos que con los amigos del trabajo su interés está relacionado principalmente con lo laboral; con los amigos de internet abarca temas diversos relacionados con la cotidianidad y el tiempo libre; con los amigos del barrio su interés está centrado principalmente en la comunidad. En ese sentido, podemos señalar que el interés de la comunicación de las mujeres de los sectores populares a través de las redes sociales virtuales amplía su horizonte de sociabilidad, se incorporan en su cotidianidad temas relacionados con el trabajo, los estudios, el barrio, la comunidad, la recreación incluso la posibilidad de hacer negocios que trascienden lo local. Las redes sociales permiten que las mujeres se comuniquen de manera horizontal, saltándose el filtro de las instituciones tradicionales (como los medios de comunicación masivos, los gobiernos o las iglesias) que históricamente invisibilizaron o distorsionaron sus demandas. (Castells, 2024).

Conclusiones

El objetivo de este artículo fue analizar la sociabilidad digital de las mujeres de los

sectores populares como ampliación del alcance de las relaciones sociales en su vida cotidiana. El análisis de la información evidencia la complementariedad de la sociabilidad presencial con la sociabilidad a través de las redes sociales. El dispositivo tecnológico que poseen y utilizan es el teléfono celular, este dispositivo forma parte de su cotidianidad y es el dispositivo que les permite acceder con facilidad a las redes sociales digitales.

Los resultados evidencian que las redes sociales digitales se constituyen en espacios de sociabilidad que las mujeres visitan con frecuencia. La mayoría usan las redes sociales para comunicarse con familiares, parejas, amigos (de trabajo, del barrio, de estudio y de internet), lo que les facilita interactuar. Las redes sociales más utilizadas para interactuar en espacios virtuales, orientados a la sociabilidad y a la comunicación, son el WhatsApp, Facebook, Tik Tok, aplicaciones caracterizadas por su capacidad para comunicarse de manera instantánea con familiares, amigos de trabajo, estudio, de barrio, etc.

El análisis muestra que las mujeres valoran las redes sociales digitales positivamente como una herramienta importante para mantenerse conectada y unida con su familia y amistades; ofreciéndoles la oportunidad de aprender, de tener acceso a la información y a la recreación constituyéndose en un medio que amplía su sociabilidad. Sin embargo, al mismo tiempo reconocen el riesgo de usarlas.

Los resultados evidencian que la sociabilidad digital, a pesar de estar mediada por dispositivos tecnológicos, permite a las mujeres establecer vínculos afectivos y expresar sentimientos que dependen de la distancia social establecida con las personas y grupos primarios con los que interactúa. Las mujeres de los sectores populares sociabilizan de manera virtual principalmente con su familia y su pareja todos los días y generalmente por las mañanas; en cambio, con los amigos del trabajo, barrio, estudio y de internet una o dos veces por semana y en cualquier momento del día. Los sentimientos que generan el uso de las redes sociales digitales están relacionados principalmente con emociones positivas (contentas y sentirse bien), y dependen de la distancia social establecida con las personas y grupos primarios con los que interactúa.

Finalmente, se analizan los temas de interés de las mujeres en estudio los cuales están relacionados principalmente con las preocupaciones domésticas y el cuidado de la familia. Pero también hay temas de interés asociados con el tipo de interacción que establecen con amigos del trabajo, del barrio y de estudio, como el trabajo, el dinero, los negocios, los estudios, el entretenimiento y los proyectos personales, lo que les permite ampliar y diversificar su vida social.

Referencias

ACEVES, C. (2020) "Impacto de las redes sociales en tiempos de crisis". **Generación Anahuac**. Nro. 179, 20–26. <https://www.anahuac.mx/generacion-anahuac/impacto-de-las-redes-sociales-en-tiempos-de-crisis>

BENITES, M., LUQUE, M. Y PALOMINO, L. (2022). "Virtualidad y relaciones familiares durante la pandemia:2020-2022". **Scientia** ISSN 1993-422X |Vol. XXVII N° 27.

CÁCERES, D., BRÄNDLE, G. Y RUIZ, J. (2017) "Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital". **Historia y Comunicación Social**. Vol. 22, Nro. 1, 233-247. https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag16429/CaceresZpateroSociabilidadVirtual_2017.pdf

CARRIÓN, N. Y USIÑA, G. (2025). “Preferencia de Consumo de Redes Sociales. Un Análisis Comparativo entre Cohortes Poblacionales”. **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, 9(2), 6028-6048. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2.17348

CASTELLS, M. (2002) **La transición a la sociedad red en Cataluña. Informe final de investigación**. (vol.II). Barcelona. Geeralitat de Catalunya.

CASTELLS, M. (2012). **Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet..** Madrid. Alianza Editorial.

CASTELLS, M. (2024). **La sociedad digital**. Madrid. Alianza Editorial.

ESPINOZA-GUILLÉN, B. Y CHÁVEZ-VERA, M. (2021). “El uso de las redes sociales: Una perspectiva de género”. **Revista Científica Multidisciplinaria mASKANA**, Vol. 12, No. 2, 19-24, 2021 <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/maskana/article/view/3880>

HERNÁNDEZ-SAMPIERI, R. Y MENDOZA, C. (2018). **Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta**. Ciudad de México McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A de C.V.

ILLOUZ, E. (2007). **Intimididades congeladas. Las emociones en el capitalismo**. Buenos Aires. Katz Editores.

MANZANERA ROMÁN, S. Y BRÄNDLE SEÑAN, G.R. (2022). “Aproximación a las nuevas formas de sociabilidad digital impulsadas por la pandemia”. **Anales de Documentación**, vol. 25, N° 1. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.6018/analesdoc.510841>.

MEJÍA, J. (2020) **Modernidad, sociedad y colonialidad. Ensayos desde el Perú**. Lima. Fondo Editorial de UNMSM. Facultad de Ciencias Sociales. Primera edición.

SERRANO-PUCHE, J. (2013) “Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad”. **Historia y Comunicación Social**. Vol. 18. N° Esp. Nov. (2013) 353-364. http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44249

Documento oficial:

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (2024) Estadísticas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los Hogares. Informe Técnico. N° 04.