

Capítulo 1. Revisión de la literatura: Diferencias de los hábitos de consumo de Internet de acuerdo con el género en Latinoamérica.

Fabiola Alicia Peña Ahumada

<https://orcid.org/0009-0008-2946-2045>

Nuria Beatriz Peña Ahumada

<https://orcid.org/0000-0001-7154-752X>

Oscar Cuauhtémoc Aguilar Rascón

<https://orcid.org/0000-0002-4462-1787>

DOI: [10.46990/iQuatro.2025.10.09.1](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2025.10.09.1)

Introducción

A diferencia de las encuestas generales sobre acceso a Internet en Latinoamérica, que a menudo se centran en la disponibilidad de la tecnología en los hogares –como las reportadas por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2023)–, este estudio ofrece una investigación detallada sobre los hábitos de consumo de Internet a escala individual, con un enfoque específico en las diferencias según el género. Esto permitirá identificar patrones más precisos en cuanto al acceso, los dispositivos preferidos, las actividades en línea predominantes y las posibles barreras relacionadas con la conectividad que puedan manifestarse de manera diferenciada entre los géneros masculino, femenino y otras identidades de género.

Esta investigación busca profundizar en el cómo y el para qué se utiliza Internet, analizando las prácticas digitales cotidianas desde una perspectiva de género. En este contexto, comprender las particularidades de los hábitos de consumo de Internet según el género en Latinoamérica –considerando las experiencias del género masculino, femenino y otras identidades– se vuelve fundamental para diseñar políticas públicas inclusivas y estrategias que promuevan una participación equitativa en el ecosistema digital para todas las personas. Por ello, en este capítulo, se presentarán los fundamentos teóricos que sustentan esta investigación, explorando la literatura existente sobre la brecha digital de género y los diversos aspectos relacionados con el consumo de Internet desde una perspectiva que reconoce la diversidad de identidades de género.

Revisión de la literatura

1. Comercio electrónico con visión de género

El comercio electrónico ha demostrado ser una herramienta con gran potencial para el empoderamiento económico de las mujeres, al abrir nuevas posibilidades de participación en mercados digitales y generar formas más flexibles de ingresos. Sin embargo, su impacto no es homogéneo y depende de factores como el acceso a infraestructura, las normas culturales

y las capacidades digitales disponibles. Estudios como el realizado en Afganistán muestran que, a pesar de que el e-commerce puede fortalecer la autonomía financiera y el estatus social de las mujeres, persisten barreras estructurales significativas –como la conectividad limitada y las restricciones socioculturales– que dificultan su participación plena en estos espacios digitales (Ghiyasi et al., 2024). Esto evidencia la necesidad de políticas sensibles al género y programas de formación específicos que atiendan estas desigualdades. Además, hacia el futuro del comercio digital, es fundamental que las plataformas incorporen estrategias que reconozcan las diferencias de género en percepciones, hábitos y patrones de consumo, a fin de promover una adaptación más equitativa e inclusiva (Tutar et al., 2024). Incorporar esta perspectiva no sólo es una cuestión de justicia social, sino también una vía estratégica para fortalecer el crecimiento y la sostenibilidad del sector.

2. Hábitos de consumo digital en niños de 0 a 6 años con perspectiva de género

En esta investigación, se indagó sobre los hábitos digitales de niños (niños y niñas) de 0 a 6 años, a partir de la percepción de madres, padres y cuidadores. Se buscó conocer si consideran que el uso de Internet ha beneficiado el desarrollo educativo de los menores, si han notado cambios en su comportamiento y qué nivel de preocupación tienen por el tiempo que pasan frente a la pantalla. También se observa que, desde edades tempranas, los niños acceden a contenidos y figuras públicas en línea, lo que influye en la forma en que construyen sus referencias, incluyendo posibles diferenciaciones por género (Martín-Cárdaba et al., 2024). A su vez, el uso prolongado de dispositivos se ha asociado con efectos negativos en la salud física, el descanso y la regulación emocional, así como con mayores riesgos en entornos digitales (Arias et al., 2025). Estos hallazgos invitan a reflexionar sobre el acompañamiento adulto y el papel que juegan los entornos digitales en el desarrollo infantil y en la reproducción de estereotipos desde edades tempranas.

3. Diferencias en la adopción de aplicaciones bancarias o financieras con base en el género

Esta aproximación parte del reconocimiento de que, en contextos similares, se ha observado una mayor participación masculina en este tipo de herramientas, lo que puede reflejar tanto una brecha de género en el acceso como en el interés por los servicios financieros digitales (Caro et al., 2024). Además, estudios recientes han documentado que, en lugar de acompañar el empoderamiento económico femenino, algunas instituciones financieras interpretan estos cambios como amenazas, reforzando sesgos de género al momento de evaluar el acceso al crédito o al financiamiento emprendedor (Malmström et al., 2024). Incorporar esta dimensión de análisis resulta clave para comprender cómo se reproducen –o desafían– ciertas

desigualdades estructurales en la economía digital.

4. Percepción y conocimiento de la inteligencia artificial con base en el género

La percepción y el conocimiento sobre la inteligencia artificial (IA) presentan diferencias significativas según el género. Se ha observado que los estudiantes varones suelen mostrar una mayor conciencia y uso de herramientas basadas en IA en contextos académicos, lo que refleja una brecha en la apropiación tecnológica y en la confianza hacia estos sistemas (Ofem et al., 2024). Sin embargo, estas diferencias no se limitan al acceso o al uso, sino que se encuentran también en el diseño mismo de la tecnología. La predominancia de hombres en la programación de modelos algorítmicos y la escasa representación de experiencias femeninas en los datos de entrenamiento contribuyen a que las decisiones tomadas por sistemas de IA reproduzcan sesgos y estereotipos de género, presentándose falsamente como neutras u objetivas (Rodríguez, 2024). Esta combinación de brechas en la formación, participación y representación hace evidente la necesidad de una mirada crítica y con enfoque de género en el desarrollo y la implementación de tecnologías basadas en inteligencia artificial.

5. Trámites digitales y la brecha de la ciudadanía digital con base en el género

La brecha de género en la ciudadanía digital se manifiesta no sólo en el acceso, sino en el tipo de uso, participación y percepción de los entornos digitales. Aunque las condiciones de conectividad pueden parecer similares entre hombres y mujeres, estudios muestran que las mujeres tienden a enfrentar mayores restricciones en la navegación, menor participación en espacios políticos en línea y una comprensión más limitada de lo que implica ejercer una ciudadanía digital activa, lo que puede ampliar aún más la brecha digital de género (Oliveiros, 2024). Asimismo, se ha identificado un menor uso de servicios de gobierno digital por parte de mujeres, lo cual sugiere barreras persistentes para acceder a información pública y servicios esenciales como salud, educación o asistencia social, especialmente relevantes para poblaciones en situación de vulnerabilidad (Medina et al., 2024). Estos hallazgos ponen en evidencia la necesidad de políticas digitales sensibles al género que garanticen un ejercicio pleno y equitativo de los derechos ciudadanos en línea.

6. Redes sociales, una perspectiva del consumo desde el género (redes sociales, redes sociales y salud mental y actividades en línea)

El consumo de redes sociales desde una perspectiva de género revela matices importantes, aunque no siempre en la dirección que cabría esperar. Un estudio reciente sobre el uso de Instagram encontró que la presión por conformarse socialmente no fue mayor en mujeres que en hombres; en cambio, fue la frecuencia de uso la que incidió de forma más determinante en esta sensación de presión, independientemente del género. Además, una proporción

considerable de personas usuarias declaró haber experimentado arrepentimiento después de publicar contenido, lo que sugiere que pasar más tiempo en la plataforma puede aumentar la tendencia a ajustarse a las expectativas del entorno digital (Iftikhar et al., 2024). Por otro lado, se ha observado que muchos influencers, sin distinción de género, promueven estilos de vida saludables, imágenes corporales positivas y estrategias de afrontamiento emocional, compartiendo abiertamente experiencias relacionadas con la salud mental (Younis, 2024). Estas dinámicas muestran que, si bien persisten lógicas de presión y exposición, también existen formas de consumo digital que permiten visibilizar vulnerabilidades y fomentar prácticas más empáticas y reflexivas.

7. Espacios seguros en línea, ciberseguridad y género

Los espacios digitales pueden representar tanto entornos de riesgo como de refugio, especialmente cuando se observa desde una perspectiva de género y diversidad. La violencia en línea por motivos de género continúa siendo una problemática extendida que afecta de manera desproporcionada a mujeres y personas de géneros marginados, generando consecuencias psicológicas, económicas y limitando su participación plena en el entorno digital (Manche et al., 2025). Al mismo tiempo, para juventudes LGBTQ+, las plataformas digitales ofrecen oportunidades para construir comunidad, explorar identidades y acceder a información significativa fuera de contextos presenciales que pueden resultar hostiles. El acceso a contenido de organizaciones LGBTQ+ o a redes sociales con representación diversa se asocia con menores niveles de soledad y mayor sentido de pertenencia (Charmaraman et al., 2024).

Un ámbito particularmente relevante es el de los videojuegos, donde persisten diferencias de género en aspectos como la edad de inicio, el número de horas jugadas, las motivaciones de uso y los niveles de toxicidad dentro de las comunidades. Variables como la búsqueda de gratificación violenta o la personalización del juego, junto con la exposición a entornos tóxicos, reflejan patrones distintos entre jugadores (hombres y mujeres), lo que refuerza la necesidad de desarrollar estrategias educativas, de diseño e intervención comunitaria para construir espacios más inclusivos y saludables (Gisbert-Pérez et al., 2024).

Si bien en México existen instrumentos como el módulo sobre ciberacoso (MOCIBA) de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de la Información en los Hogares (ENDUTIH), éste se enfoca principalmente en caracterizar la experiencia de acoso desde el testimonio de las víctimas, sin ofrecer resultados específicos sobre prácticas de autocuidado digital o percepción del uso de herramientas de ciberseguridad. Estas tensiones evidencian la importancia de fortalecer tanto la recolección de datos como el diseño de espacios en línea

que prioricen la seguridad, el respeto y la inclusión activa de todas las identidades.

8. Género y uso educativo de Internet

El uso educativo de Internet muestra matices relevantes cuando se observa desde una perspectiva de género. Aunque no se identifican diferencias significativas en la aceptación de herramientas como ChatGPT, sí se evidencian patrones distintos en la forma en que mujeres y hombres interactúan con estas tecnologías. Los hombres reportan mayor tiempo de uso, mientras que las mujeres indican una frecuencia de uso más alta, acompañada de mayor preocupación por la dependencia tecnológica y la privacidad. A pesar de estas variaciones, ambos géneros coinciden en considerar estas herramientas útiles para fines educativos, lo que sugiere su potencial como instrumentos inclusivos de aprendizaje (Bouzar et al., 2024). Este tipo de hallazgos refuerza la importancia de avanzar hacia entornos digitales de aprendizaje que no sólo incorporen la tecnología, sino que también permitan su adaptación y personalización de acuerdo con las necesidades y los contextos de cada persona usuaria (Enríquez y Navarro, 2024), promoviendo una educación más equitativa y sensible a las diferencias de género.

9. Para qué usamos Internet, un acercamiento desde la visión de género

El análisis del uso de Internet desde una perspectiva de género permite observar no sólo qué actividades se realizan en línea, sino también cómo se distribuyen estas prácticas entre distintos grupos. La ENDUTIH clasifica el uso de Internet en 14 categorías, y aunque permite desagregar los datos por género, lo hace únicamente bajo un enfoque binario (Inegi, 2024), lo que limita la comprensión de otras identidades y expresiones digitales. Por otro lado, las investigaciones enfocadas sobre el uso del Internet en adolescentes han mostrado que se orienta mayoritariamente hacia actividades recreativas como redes sociales, por encima de los fines escolares. Estas diferencias también se manifiestan según el rendimiento académico y el sexo, donde son más visibles en el tipo de actividad que se privilegia (Dans et al., 2022). Este panorama evidencia la necesidad de ampliar los marcos de análisis sobre el uso digital, incorporando no sólo variables técnicas, sino también socioculturales, que den cuenta de cómo el género influye en las formas de habitar el entorno digital.

Referencias

- Arias, D., Rojas, A., Sánchez, N., García, M., Sánchez, J., Pérez, L., Agudelo, Ma. J., Agudelo, P., García, Rivas, G., Patiño, A. y García, L. (2025). Hábitos digitales: el tiempo en pantalla y los efectos en la salud y el bienestar, un estudio descriptivo en población escolar en un municipio de Colombia. *Archivos de Pediatría del Uruguay*, 96(1), 1-17. <https://doi.org/10.31134/AP.96.2>.
- Bouzar, A., El Idrissi, K. y Ghourdou, T. (2024). Gender differences in perceptions and usage of chatgpt. *International Journal of Humanities and Educational Research*,

- 06(02), 571-582. <https://doi.org/10.47832/2757-5403.25.32>.
- Caro, Lady, Moreno, D., Pedraza, M. y Milena, S. (2024). Análisis del uso de las aplicaciones bancarias en Bogotá. Bogotá: Universidad EAN.
- Charmaraman, L., Zhang, A., Wang, K. y Chen, B. (2024). Sexual Minorities and Loneliness: Exploring Sexuality through Social Media and Gender–Sexuality Alliance (GSA) Supports. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 21(3), 300. <https://doi.org/10.3390/ijerph21030300>.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) (2023). Personas por acceso a Internet en el hogar según quintiles de ingreso per cápita, por área geográfica. CEPALSTAT Portal de Desigualdades en América Latina. <https://statistics.cepal.org/portal/inequalities/housing-and-basic-services.html?lang=es&indicator=4623>.
- Dans, I., Muñoz, P. C. y González, M. (2022). ¿Para qué usan Internet los adolescentes? *Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*, 127-140. <https://doi.org/10.6018/riite.516131>.
- Enríquez, L. y Navarro, J. (2024). Explorar los matices: aprendizaje personalizado y adaptativo en la educación digital. *Revista Digital Universitaria*, 25(1). <https://doi.org/10.22201/cuaieed.16076079e.2024.25.1.10>.
- Ghiyasi, R., Amiry, S., Rahimi, B., Quraishi, T. y Hashimi, M. (2024). Empowering women through e-commerce in Afghanistan: Challenges and opportunities. *Journal of Interdisciplinary Social Studies*, 1(1), 1-10.
- Gisbert-Pérez, J., Martí-Vilar, M., Merino-Soto, C., Chans, G. M. y Badenes-Ribera, L. (2024). Gender differences in Internet gaming among university students: a discriminant analysis. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1412739>.
- Iftikhar, I., Yasmeen, B., Nadeem, M. y Ahmad, N. (2024). Filtered reality: Exploring gender differences in Instagram use, social conformity pressure, and regret among young adults. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 34(7), 1153-1171. <https://doi.org/10.1080/10911359.2023.2244020>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2024). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de la Información en los Hogares (ENDUTIH). México: Inegi.
- MacFarland, T. y Yates, J. M. (2016). Mann–Whitney U Test. In *Introduction to Nonparametric Statistics for the Biological Sciences Using R* (pp. 103-132). Estados Unidos: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-30634-6_4.
- Malmström, M., Burkhard, B., Sirén, C., Shepherd, D. y Wincent, J. (2024). A Meta-Analysis of the Impact of Entrepreneurs' Gender on their Access to Bank Finance. *Journal of Business Ethics*, 192(4), 803-820. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05542-6>.
- Manche, R., Samaah, F., Tejaswini, T. y Myakala, P. (2025). Empowering Safe Online Spaces: AI in Gender Violence Detection and Prevention. *Journal of Science and Technolo-*

gy, 10(2), 39-50.

- Martín-Cárdaba, M. Á., Lafuente-Pérez, P., Durán-Vilches, M. y Solano-Altaba, M. (2024). Estereotipos de género y redes sociales: consumo de contenido generado por influencers entre los preadolescentes y adolescentes. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n38a2034>.
- McKnight, P. y Najab, J. (2010). Mann-Whitney U Test. In *The Corsini Encyclopedia of Psychology* (pp. 1-1). Estados Unidos: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9780470479216.corpsy0524>.
- Medina, J., Maia, M. y dos Reis, C. (2024). Inclusive digital government: Gender differences in access to online public services. *Internet Sectoral Overview*, 2, 1-34.
- Ofem, J., Iyam, A., Ovat, V., Nworgwugwu, C., Anake, M., Udeh, I. y Otu, D. (2024). Artificial Intelligence (AI) in academic research. A multi-group analysis of students' awareness and perceptions using gender and programme type. *Journal of Applied Learning & Teaching*, 7(1). <https://doi.org/10.37074/jalt.2024.7.1.9>.
- Oliveros, D. E. (2024). Brecha digital de género: prácticas de consumo y construcción de la ciudadanía digital en Colombia. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 15 (Especial), 4-29. <https://doi.org/10.29059/rpcc.20241213-186>.
- RELDI (2025). Red de Estudios Latinoamericanos de Internet. <https://reldi.redesla.la> (Peña, F., Peña, N. y Aguilar, O. Coords). *RedesLA* <https://redesla.la>
- Rodríguez, M. L. (2024). Inteligencia artificial, género y trabajo. *Temas Laborales: Revista Andaluza de Trabajo y Bienestar Social*, 171, 11-39.
- Tutar, G., Küçükoğlu, H., Özdemir, A., Alkan, Ö. y Ipekten, O. (2024). An Investigation of Gender Differences in E-Commerce Shopping Frequency During COVID-19: Evidence from Türkiye. *SAGE Open*, 14(4).
- Younis, D. (2024). Social Inclusion portrayal on TikTok and Instagram: The role of social media influencers in promoting mental health literacy, body image and self-esteem. *Journal of Media and Interdisciplinary Studies*, 3(7), 121-140. <https://doi.org/10.21608/jmis.2024.252107.1017>.