

tertulia
así hablan las mujeres

¿Nos están cambiando las redes sociales?

Las mujeres han acogido con entusiasmo las redes sociales y son ya mayoría en alguna de ellas. ¿Qué aportan estas nuevas ventanillas al mundo? ¿Han modificado nuestras pautas de comportamiento? ¿Qué oportunidades o aspectos negativos nos esperan en ellas?

por ANA GOÑI + fotos CARLOS ALBA

“Estas herramientas constituyen una oportunidad que las mujeres no podemos perder.”

Koro Castellano

“Facebook nos transforma en dianas de los mensajes publicitarios.”

Lola Carretero

“A veces tienes la sensación de estar demasiado expuesta, de falta de privacidad.”

Yolanda García Serrano

“Lo ideal es que sean un complemento que te facilite la vida.”

Marta Colomina

A las españolas les gusta coquetear en internet; también son las que más compran por ese medio y las que mandan en los juegos de estrategia online... El 81% de los internautas patinos emplea las redes sociales, y aunque el porcentaje de hombres y mujeres está muy equiparado, una investigación apunta a que el 57% de los que utilizan Facebook son féminas. ¿Cómo afectan redes como esta a nuestro día a día? ¿Podemos permanecer al margen de ellas? Lo debaten Yolanda García Serrano, directora de cine y guionista, que conoce casos de infidelidad a través de internet; Koro Castellano, una de las gurús de nuestro país en la materia; Lola Carretero, que llega a la tertulia con la intención de ejercer de abogada del diablo y poner el acento en un tema delicado, la privacidad; y Marta Colomina, ejecutiva y usuaria, que defiende su papel a favor de la igualdad de género.

Yolanda García Serrano

Guionista y directora de cine. Su última obra de teatro es *Good sex, good day*.

Koro Castellano @Kocas

Directora general de Buyvip.com

Lola Carretero

Periodista, colaboradora de la Cadena Ser y de Las Mañanas de TVE.

Marta Colomina @martacol

Directora de Marketing Relacional de PwC.

YO DONA. Facebook, twitter... ¿Cómo nos están influyendo?

Koro: Suponen una revolución absoluta. Algo que no existía hace cinco años nos está cambiando la vida. En un año se han multiplicado por seis los usuarios. ¿Por qué? Porque cubren una necesidad humana: la de comunicar y compartir. Nos proporcionan un altavoz para expresarnos. Como todas las herramientas, tienen una parte positiva y otra negativa: depende del uso.

Lola: En este país, el paro femenino nos está machacando. Hay más usuarias que usuarios porque no nos dejan penetrar en otros ámbitos. Por otro lado, Koro, cada persona rellena su perfil y falsea lo que quiere. Una mujer que está aburrida en su casa a lo mejor se inventa una carrera universitaria, 10 años menos y tres amores. No desprecio internet, lo uso y valoro, pero

no estoy dispuesta a creer que las redes son la panacea que hará que se nos escuche.

Yolanda: Pues a mí me parece un logro importante que cada una pueda decir lo que quiera y definir su perfil. He hecho un estudio acerca de las figuras femeninas en la publicidad y en el 80% de los casos están en la cocina y casi siempre acompañadas por niños. Cuando se te abre una ventana sin rejas, dices: «Soy más que un ama de casa, una camarera o una ejecutiva». Internet da voz a todo tipo de mujeres, especialmente en países donde no existe la posibilidad de hacerse oír. Ojalá esos 3.000 millones de féminas que aún no tienen acceso a ella pudieran contar cómo viven.

Marta: Estas plataformas facilitan las relaciones y permiten que las diferencias de género no sean un obstáculo. Por ejemplo, el mejor buscador de empleo consiste en tener tu agenda de contactos integrada en una de ellas. Quienes usan internet para comunicarse con amigos y familiares

también encuentran su utilidad, especialmente, quienes tenemos poco tiempo: cualquier noche, en 10 ó 20 minutos, chateas con tu hermana, le envías un mail a tu madre y sabes qué han hecho tus conocidos.

Yolanda: También exigen un tiempo que no tienes y, al menos a mí, si no respondo a algo, me generan culpabilidad. A veces contacta contigo gente de tu pasado y dices: «Por Dios, ¿por qué ha vuelto a mi vida?». Tienes sensación de estar demasiado expuesta, de falta de privacidad.

Koro: Es necesario tener claros los conceptos. Una cosa son amigos y otra contactos. De hecho, hay una fase muy gráfica al respecto: «Eres más falso que un amigo de Facebook». Yo no mantengo relación con nadie que no conozca y con el que no me apetezca. En el mundo virtual hay que comportarse como en el real: por educación puedes aceptar a alguien, pero si no tienes interés en él, a la semana lo borras.

¿Actúan las mujeres de forma diferente en ellas?

¿Para qué las usan?

Koro: No hacemos actividades distintas: todos nos interesamos. Pero sí hay un aspecto en el que somos más activas: jugamos más que ellos en internet. En Farmville hay 80 millones de personas; más del 60% féminas.

Entre las contertullas surge la pregunta oportuna: «¿Y qué es Farmville?». Koro explica que se trata de un videojuego que lanzó Facebook: «Consiste en construirte una granja. Hay quien se levanta a las tres de la mañana para abonar las alcachofas». Entre la sorpresa y las risas prosigue: «Es un gran negocio, porque aparte de que te guste cultivar tus fresas, vas comprando productos virtuales. Es una de las campañas más rentables del mundo».

Lola: ¿Pero por qué no tienes una maceta en la terraza? Todo esto es una máquina macroeconómica brutal. Facebook maneja 600 millones de direcciones con un target preciso: nos transforma en dianas de mensajes publicitarios. No podemos olvidar esto, porque no ha nacido solamente para que juguemos o hagamos amigos...

Koro: Eso mismo se podría achacar a cualquier otro medio de comunicación. Lo que está demostrado es que las mujeres tienen una presencia creciente en las redes y que, además, les gustan los juegos. Especialmente los de construir y los de estrategia; no los marcianos o los bélicos.

Lola: O sea, al final, entretenimientos de chicas... en la granja, con el muñequito y la fresa, y a decorar casitas.

Koro: En internet nos comportamos igual que en la vida real. Y estos juegos gustan a todo tipo de mujeres. Yo entro en Facebook y veo que alguna amiga acaba de ordeñar su vaca en Farmville antes de irse a la cama. A lo mejor es media noche, y ella, una profesional de prestigio. Es un entretenimiento más. En otros temas, no hay grandes diferencias por sexos, excepto en cuanto a consumo: es significativo que el 60% de quienes compran por internet sean féminas.

→

