En Colombia, el 51% de los usuarios de Facebook son mujeres y el 49% hombres.

Los hombres solamente se equiparan con ellas en Twitter y Tumblr. En Facebook van sobradas.

Un hombre entra al supermercado y escoge dos cosas que necesita. Va la caja, paga y se retira. Una mujer entra al mismo supermercado, agarra el carro y se pasea pasillo por pasillo buscando lo que necesita y algún otro producto que podría querer.

Así se podría resumir el comportamiento de ellas y ellos en las redes sociales, solo que en este caso el supermercado podría ser Facebook, Instagram o Pinterest.

Y es que cuando se trata de diferencias de género, ambos son muy distintos a la hora de navegar por Internet.

Según un reciente estudio del centro de investigación Pew Research Center & American Life Project, en Estados Unidos, desde 2009, las mujeres han sido significativamente más propensas a utilizar los sitios de redes sociales en comparación a los hombres. Hasta fines del 2012, la tendencia seguía en alza.

Tras entrevistar a 1.800 adultos estadounidenses durante diciembre del año pasado, los datos de Pew Research Center entregados esta semana muestran que Facebook es más popular entre el género femenino.

De hecho, el 72% de las usuarias de Internet tienen un perfil en esta red social, a diferencia del 62% de los hombres.

«Las mujeres tienen una capacidad de comunicación distinta a los hombres. Ellas tienden a concentrarse en las relaciones y los vínculos, mientras los hombres son más materiales», dice Miguel Arias psicólogo y director del proyecto Serdigital.cl, un proyecto chileno

especializados en tecnologías digitales y redes sociales.

Otra de las conclusiones que se obtuvieron gracias a esta encuesta es que, en las principales redes sociales, dominan los usuarios de edades entre 18 y 29 años, seguidos por otro grupo mayoritario de cibernautas de entre 30 y 49 años.

Intereses distintos

Pero no solo en Facebook las mujeres llevan la delantera. Frecuentemente descrito como un sitio planificador de matrimonios, moda, decoración y peinados, Pinterest tiene el mayor porcentaje de cibernautas femeninas según esta encuesta.

De hecho, solamente el 5% de los hombres admiten su uso, en comparación con el 25% de aquellas mujeres que sí admite ocuparlo.

«El género femenino utiliza Internet de una manera más social, busca estar en contacto con otros, saber en qué están, además de buscar o detenerse más en datos prácticos, tendencias en vestuario, recetas o descuentos que pueden captar su atención», dice la psicóloga Mónica López, directora del Instituto Bienestar de Chile.

Por eso, las mujeres pueden navegar durante muchas más horas, como una especie de 'vitrineo online'. En cambio, el hombre, según la especialista, es más concreto y busca algo específico en la red y cuando lo encuentra, no necesita estar tanto tiempo conectado.

En términos de intereses tecnológicos ambos psicólogos coinciden en que los varones están más interesados en los 'gadgets', como consolas de videojuegos, tabletas, pantallas LED y celulares de última generación, que en las redes sociales.

El estudio consigna que Instagram también es más popular entre las mujeres que entre los hombres, pero por muy poco (16% versus 10%).

Sin embargo, en otros sitios como Twitter y en Tumblr, definidos como más concretos y

breves, la presencia femenina es muy parecida a la masculina.

En esta última, el 6% de los usuarios de Internet lo ocupa, con la misma cantidad de ambos sexos. En Twitter, por su parte, los hombres dominan con un 17%, mientras que las mujeres los siguen con un cercano 16%.

«En Twitter los hombres logran encontrar lo que buscan más rápido. Es más al grano y ello coincide con sus preferencias a la hora de estar en Internet», agrega López.

Las cifras en Colombia

De acuerdo con el portal Social Bakers, que maneja estadísticas de las distintas redes sociales en todo el mundo, Colombia es el país 15 con mayor número de usuarios de Facebook, con 17’685.920 personas registradas. De dicho total, el 51% son mujeres y el 49% hombres. El mayor segmento poblacional es entre los 18 y 24 años, con un total de 6’021.700, seguido por los colombianos entre 25 y 34 años.

Igualmente, es una mujer quien lidera Twitter y Youtube. La cantante barranquillera Shakira tiene 19’820.880 seguidores y 1’058.294 suscriptores, respectivamente.