

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

**FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y
EDUCACIÓN**

ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



TESIS

**Redes sociales y estereotipos de género en los adolescentes del 5to año A de
la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles, Chepén 2021**

Presentada para obtener el Título Profesional de licenciada en Sociología

Investigadora: Torres, Cortez, Janet Isabel

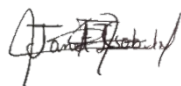
Asesor: Sevilla, Exebio, Julio César

Lambayeque - Perú

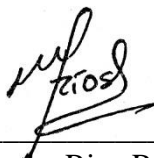
2023

**Redes sociales y estereotipos de género en los adolescentes del 5to año A de la
I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles, Chapén 2021.**

Tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Sociología.



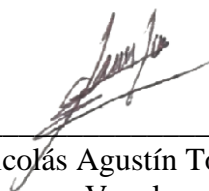
Bach. Janet Isabel Torres Cortez
Investigadora



Dra. Martha Rios Rodríguez
Presidenta



Dr. Juan Diego Dávila Cisneros
Secretario



M.Sc. Nicolás Agustín Torres Castro
Vocal



Dr. Julio César Sevilla Exebio
Asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN



**UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN**



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

N° 0603-VIRTUAL

Siendo las **08:00 horas**, del día **Lunes 06 de marzo del 2023**; se reunieron **vía online mediante la plataforma virtual Google Meet**, <https://meet.google.com/aon-ekwn-jxx>, los miembros del jurado designados mediante **Resolución N° 0816-2021-V-D-NG-FACHSE**, de fecha **16 de julio de 2021**, integrado por:

Presidente	: Dra. Martha Ríos Rodríguez.
Secretario	: Dr. Juan Diego Dávila Cisneros
Vocal	: M. Sc. Nicolás Agustín Torres Castro
Asesor	: Dr. Julio César Sevilla Exebio



La finalidad es evaluar la Tesis titulada: **“REDES SOCIALES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LOS ADOLESCENTES DEL 5TO AÑO A DE LA I.E. N°80830 ZOILA HORA DE ROBLES, CHEPEN 2021”**; presentada por bahiller **TORRES CORTEZ JANET ISABEL** para obtener el Título profesional de **Licenciado(a) en Sociología**.

Producido y concluido el acto de sustentación, de conformidad con el Reglamento General de Investigación (aprobado con Resolución N° 365-2022-CU de fecha 27 de julio de 2022); los miembros del jurado procedieron a la evaluación respectiva, haciendo las preguntas, observaciones y recomendaciones al(os) sustentante(s), quien(es) procedió(eron) a dar respuesta a las interrogantes planteadas.

Con la deliberación correspondiente por parte del jurado, se procedió a la calificación de la Tesis, obteniendo un calificativo de **(18) (DIECIOCHO)** en la escala vigesimal, que equivale a la mención de **MUY BUENO**

Siendo las **09:00 horas** del mismo día, se dio por concluido el acto académico online, con la lectura del acta y la firma de los miembros del jurado.

Dra. Martha Ríos Rodríguez
PRESIDENTE

Dr. Juan Diego Dávila Cisneros
SECRETARIO

M. Sc. Nicolás Agustín Torres Castro
VOCAL

OBSERVACIONES:

.....

.....

.....

.....

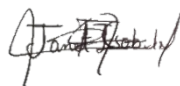
.....

El presente acto académico se sustenta en los artículos del 39 al 41 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (aprobado con Resolución N° 270-2019-CU de fecha 4 de setiembre del 2019); la Resolución N° 407-2020-R de fecha 12 de mayo del 2020 que ratifica la Resolución N° 004-2020-VIRTUAL-VRINV del 07 de mayo del 2020 que aprueba la tramitación virtualizada para la presentación, aprobación de los proyectos de los trabajos de investigación y de sus informes de investigación en cada Unidad de Investigación de las Facultades y Escuela de Posgrado; la Resolución N° 0372-2020-V-D-NG-FACHSE de fecha 21 de mayo del 2020 y su modificatoria Resolución N° 0380-2020-V-D-NG-FACHSE del 27 de mayo del 2020 que aprueba el INSTRUCTIVO PARA LA SUSTENTACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN Y TESIS VIRTUALES.

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Janet Isabel Torres Cortez, investigadora principal, y Julio César Sevilla Exebio, asesor del trabajo de investigación “Redes sociales y estereotipos de género en los adolescentes del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles, Chepén 2021” declaramos bajo juramento que este trabajo no ha sido plagiado, ni contiene datos falsos. En caso se demostrará lo contrario, asumo responsablemente la anulación de este informe y por ende el proceso administrativo a que hubiera lugar. Que pueda conducir a la anulación del título o grado emitido como consecuencia de este informe.

Lambayeque, 2022



Bach. Janet Isabel Torres Cortez
Investigadora principal



Dr. Julio César Sevilla Exebio
Asesor

DEDICATORIA

A mis adorados hijos, Thiago y Annie, que son la razón de mi vida.

A mi mamá Mechita, papá Gilbert y papá Hildebrando; mis abuelos, quienes partieron a la eternidad, dejando un gran vacío, pero también un legado de amor y perseverancia.

A mi mamá Hilda, mi abuela, inspiración y razón de ser de la familia.

A mi familia: padres, hermanos y hermana, tíos; por acompañarme en este camino de retos y aprendizaje constante.

A ti.

AGRADECIMIENTOS

A todos mis maestros, por mi formación académica durante 5 años en las aulas y en la virtualidad.

A mi asesor, por su profesionalismo y tiempo, que me permitió realizar con éxito la presente tesis.

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN/ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	14
Capítulo I. Diseño teórico	16
1.1. Antecedentes	17
1.1.1. Antecedentes internacionales	17
1.1.2. Antecedentes nacionales	21
1.2. Bases Teóricas	25
1.2.1. Teorías	25
1.2.2. Definición de términos	28
Capítulo II. Métodos y materiales	31
2.1. Tipo de investigación	32
2.2. Diseño de investigación	32
2.3. Población y muestra	32
2.3.1. Población	32
2.3.2. Muestra	32
2.3.3. Muestreo: criterios de inclusión y criterios de exclusión	33
2.4. Técnicas, Instrumentos, Equipos y Materiales	33
2.4.1. Técnicas e Instrumentos	33
2.4.2. Equipos	34
2.4.3. Materiales	34
2.5. Procesamiento de datos	34
Capítulo III. Resultados y discusión	35
3.1. Resultados	36
3.1.1. La participación de los adolescentes en las Redes Sociales	36
3.1.2. Estereotipos de género en las Redes Sociales	55
3.2. Discusión	79
Capítulo IV. Conclusiones	84
Capítulo V. Recomendaciones	86
Bibliografía referenciada	88
Anexos	90
Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables	91
Anexo 2: Validez del instrumento de la investigación	93
Anexo 3: Técnica - Encuesta	101
Anexo 4: Constancia de originalidad de Tesis	104
Anexo 5: Recibo Digital Turnitin	105
Anexo 6: Resumen del reporte de similitud del Software Turnitin.	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Relación de las variables</i>	33
Tabla 2. <i>Técnicas e instrumentos</i>	34
Tabla 3. <i>Tipo de conversaciones de los adolescentes en Redes Sociales</i>	36
Tabla 4. <i>Relaciones de cooperación de los adolescentes en Redes Sociales</i>	38
Tabla 5. <i>Relaciones que los adolescentes establecen en Redes Sociales</i>	39
Tabla 6. <i>Contenidos que los adolescentes intercambian en Redes Sociales</i>	40
Tabla 7. <i>Grupos o comunidades virtuales donde los adolescentes participan</i>	42
Tabla 8. <i>Frecuencia de participación de los adolescentes en las comunidades virtuales</i>	43
Tabla 9. <i>Personas con las que los adolescentes establecen compromisos en las comunidades virtuales</i>	45
Tabla 10. <i>Respeto de los adolescentes a los compromisos de las comunidades virtuales</i>	46
Tabla 11. <i>Conocimiento de los adolescentes sobre la existencia de comunidades virtuales, integradas solo por varones</i>	48
Tabla 12. <i>Conocimiento de los adolescentes sobre la existencia de comunidades virtuales, integradas solo por mujeres</i>	49
Tabla 13. <i>Razón por la que existen comunidades cerradas, según los adolescentes</i>	50
Tabla 14. <i>Comunidad virtual integrada solo por varones con la que se identifican los adolescentes</i>	52
Tabla 15. <i>Comunidad virtual integrada solo por mujeres con la que se identifican los adolescentes</i>	53
Tabla 16. <i>El atractivo masculino debe representarse como un cuerpo fuerte, robusto y vigoroso, en las redes sociales, según los adolescentes</i>	55
Tabla 17. <i>El atractivo femenino debe representarse como un cuerpo delicado, frágil y ligero, en las redes sociales, según los adolescentes</i>	57
Tabla 18. <i>Razón de que las mujeres y varones presenten una preocupación por demostrar su buena apariencia y belleza, en las redes sociales</i>	59
Tabla 19. <i>Razón de que los varones presenten comportamientos atrevidos, osados e intrépidos, en las redes sociales, según los adolescentes</i>	61
Tabla 20. <i>Razón de que las mujeres presenten comportamientos discretos, prudentes y recatados, en las redes sociales, según los adolescentes</i>	63
Tabla 21. <i>Es extraño que los varones expresen sus sentimientos en las redes sociales, según los adolescentes</i>	65
Tabla 22. <i>Las mujeres son más propensas a publicar su estado de ánimo, en las redes sociales, según los adolescentes</i>	67
Tabla 23. <i>En las redes sociales, solo las mujeres pueden ser afectuosas para demostrar su cariño, según los adolescentes</i>	69

Tabla 24. <i>En las redes sociales, se debe difundir que los varones son los responsables de mantener económicamente a sus familias, según los adolescentes</i>	71
Tabla 25. <i>En las redes sociales, se debe difundir que las mujeres tienen el rol de preocuparse de la casa y el cuidado de los hijos, según los adolescentes</i>	73
Tabla 26. <i>Los perfiles virtuales deben demostrar que los varones están más capacitados para desempeñar tareas de liderazgo y desarrollo profesional, según los adolescentes</i>	75
Tabla 27. <i>Los perfiles virtuales deben demostrar que las mujeres están más predispuestas para desempeñar trabajos con su imagen, según los adolescentes</i>	77
Tabla 28. <i>Matriz de operacionalización de variables</i>	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Tipo de conversaciones de los adolescentes en Redes Sociales</i>	37
Figura 2. <i>Relaciones de cooperación de los adolescentes en Redes Sociales.....</i>	39
Figura 3. <i>Relaciones que los adolescentes establecen en Redes Sociales.....</i>	40
Figura 4. <i>Contenidos que los adolescentes intercambian en Redes Sociales.....</i>	41
Figura 5. <i>Grupos o comunidades virtuales donde los adolescentes participan</i>	43
Figura 6. <i>Frecuencia de participación de los adolescentes en las comunidades virtuales.....</i>	44
Figura 7. <i>Personas con las que los adolescentes establecen compromisos en las comunidades virtuales</i>	46
Figura 8. <i>Respeto de los adolescentes a los compromisos de las comunidades virtuales.....</i>	47
Figura 9. <i>Conocimiento de los adolescentes sobre la existencia de comunidades virtuales, integradas solo por varones</i>	49
Figura 10. <i>Conocimiento de los adolescentes sobre la existencia de comunidades virtuales, integradas solo por mujeres</i>	50
Figura 11. <i>Razón por la que existen comunidades cerradas, según los adolescentes</i>	51
Figura 12. <i>Comunidad virtual integrada solo por varones con la que se identifican los adolescentes</i>	52
Figura 13. <i>Comunidad virtual integrada solo por mujeres con la que se identifican los adolescentes.....</i>	54
Figura 14. <i>El atractivo masculino debe representarse como un cuerpo fuerte, robusto y vigoroso, en las redes sociales, según los adolescentes.....</i>	56
Figura 15. <i>El atractivo femenino debe representarse como un cuerpo delicado, frágil y ligero, en las redes sociales, según los adolescentes.....</i>	58
Figura 16. <i>Razón de que las mujeres y varones presenten una preocupación por demostrar su buena apariencia y belleza, en las redes sociales</i>	60
Figura 17. <i>Razón de que los varones presenten comportamientos atrevidos, osados e intrépidos, en las redes sociales, según los adolescentes.....</i>	62
Figura 18. <i>Razón de que las mujeres presenten comportamientos discretos, prudentes y recatados, en las redes sociales, según los adolescentes</i>	64
Figura 19. <i>Es extraño que los varones expresen sus sentimientos en las redes sociales, según los adolescentes</i>	66
Figura 20. <i>Las mujeres son más propensas a publicar su estado de ánimo, en las redes sociales, según los adolescentes.....</i>	68
Figura 21. <i>En las redes sociales, solo las mujeres pueden ser afectuosas para demostrar su cariño, según los adolescentes</i>	70
Figura 22. <i>En las redes sociales, se debe difundir que los varones son los responsables de mantener económicamente a sus familias, según los adolescentes.....</i>	72

Figura 23. <i>En las redes sociales, se debe difundir que las mujeres tienen el rol de preocuparse de la casa y el cuidado de los hijos, según los adolescentes</i>	74
Figura 24. <i>Los perfiles virtuales deben demostrar que los varones están más capacitados para desempeñar tareas de liderazgo y desarrollo profesional, según los adolescentes</i>	76
Figura 25. <i>Los perfiles virtuales deben demostrar que las mujeres están más predispuestas para desempeñar trabajos con su imagen, según los adolescentes</i>	78

RESUMEN

La presente investigación nace de la problemática en nuestra sociedad que hace visible la dependencia de los adolescentes hacia las redes sociales, las cuales tienen una clara influencia en ellos, en sus actitudes, comportamientos, pensamientos, y lo que denota interés para este estudio, también en las construcciones de estereotipos e ideales; en tal sentido, la investigación se centra en el objetivo de determinar la relación de las RS en los EG en un grupo de adolescentes del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles - Chepén. Siendo, la hipótesis manejada la siguiente, las redes sociales se relacionan con la construcción de estereotipos de género en los adolescentes del 5to año A de la I.E. a investigar. Cabe mencionar que, se ha trabajado para comprender dicha interacción o relación teorías como la Teoría de las Representaciones Sociales de Serge Moscovici, la Teoría de la Identidad Social de Henry Tajfel y la Teoría de la Acción Social de Jurgen Habermas; las mismas que evidencian que las construcciones de estereotipos, especialmente los de género, marcan la manera que los adolescentes se expresan, interactúan y se identifican mediante las redes sociales: en los grupos que ellos integran, páginas de intereses que siguen, fotos y videos que suben a sus redes y los contactos con los que se comunican de manera más fluida y natural. De esta manera, para la investigación se aplicó 1 instrumento: encuesta; este proceso de recolección contribuyó para constatar a los EG en las RS, mediante sus categorías como Cuerpo, Comportamiento Social, Emociones, Expresión Afectiva, Responsabilidad Social, Competencias y Capacidad.

PALABRAS CLAVES: Redes Sociales, Estereotipos de Género, Adolescentes.

ABSTRACT

The present investigation arises from the problem in our society that makes visible the dependence of adolescents on social networks, which have a clear influence on them, on their attitudes, behaviors, thoughts, and what denotes interest for this study, also in the constructions of stereotypes and ideals; In this sense, the research focuses on the objective of determining the relationship of social networks in gender stereotypes in a group of adolescents of the 5th A of the I.E. No. 80830 Zoila Hora de Robles - Chepen. Being, the hypothesis handled the following, social networks are related to the construction of gender stereotypes in adolescents of the 5th A of the I.E. to investigate. It is worth mentioning that work has been done to understand this interaction or relationship with theories such as Serge Moscovici's Theory of Social Representations, Henry Tajfel's Theory of Social Identity and Jurgen Habermas's Theory of Social Action; the same ones that show that the constructions of stereotypes, especially those of gender, mark the way that adolescents express themselves, interact and identify themselves through social networks: in the groups that they integrate, pages of interests that they follow, photos and videos that they they upload to their networks and the contacts with whom they communicate in a more fluid and natural way. In this way, for the investigation, 1 instrument was applied: survey; This collection process contributed to verify the presence of gender stereotypes in Social Networks, through their categories such as Body, Social Behavior, Emotions, Affective Expression, Social Responsibility, Competences and Capacity.

KEYWORDS: Social Medias, Gender Stereotypes, Teenagers.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los adolescentes usan dispositivos de telefonía móvil, lo que comúnmente llamamos celulares; en ellos las redes sociales (RS) se convierten en sus aliados en cuanto a comunicación, entretenimiento y ocio. También en estas RS, diariamente son alcanzados por la difusión y reproducción de Estereotipos de Género, que van definiendo los patrones de género y así moldeando cómo los adolescentes conciben la feminidad y masculinidad.

Por esta razón, en la presente tesis de investigación titulada “Redes sociales y estereotipos de género en los adolescentes del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles, Chepén 2021”, se estudiará la relación entre ambas variables, siendo el O. General: determinar la relación de las RS con los EG en los adolescentes de la mencionada institución educativa.

Así mismo los objetivos específicos son, primero identificar las características de los EG en los adolescentes. Segundo, describir las dimensiones de las RS en los adolescentes. Y tercero, analizar la relación entre las RS y los EG en los adolescentes. Para dar respuesta, se formula la siguiente hipótesis, las RS se relacionan con la construcción de EG en los adolescentes del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles.

De esta manera, en el primer capítulo denominado diseño teórico se encuentran los antecedentes nacionales e internacionales, así como las bases teóricas y la definición de términos del presente estudio; el segundo capítulo se denomina métodos y materiales, es aquí donde podemos encontrar la muestra de esta investigación; en el tercer capítulo se encuentran los resultados y discusión de los datos procesados, este punto se divide en dos

partes: la participación de los adolescentes en las RS y los EG en las RS; en el cuarto capítulo encontramos las conclusiones; en el quinto capítulo, las recomendaciones; seguido finalmente de la bibliografía y anexos.

I. CAPÍTULO I: DISEÑO TEÓRICO

1.1. Antecedentes.

1.1.1. Antecedentes internacionales.

Sánchez, N. (2019), realizó un estudio denominado: “Estereotipos de Género en la red: Análisis de las Conversaciones Internacionales sobre la sociedad digital dentro del Proyecto Horizon 2020 ‘WYRED: NETWORKED YOUTH RESEARCH FOR EMPOWERMENT IN THE DIGITAL SOCIETY’”; para la Universidad de Salamanca – España. Del cual se puede rescatar las siguientes ideas:

(Sánchez, N., p. 40) La autora observa una relación directa de los estereotipos de género (E.G.) con el uso de internet, la influencia de corte social y las mujeres. Sin dejar de lado que estos E.G. también afectan a los varones. Y en especial en etapa adolescente.

Segundo, en la investigación, estos estereotipos están relacionados a los colores, la emotividad, los juguetes, el trabajo y el cuerpo. De esta manera, por ejemplo, el sexo femenino está relacionado con la debilidad y sensibilidad, mientras que el masculino, con la fuerza y agresividad.

Donde las nuevas tecnologías como las redes sociales (R.S.) influyen en su difusión.

Bustamante, N. y Montoya, P. (2020), realizaron la investigación titulada: “Estereotipos de género en estudiantes de la Institución Educativa ‘El Triunfo Santa Teresa’”; presentado en la Facultad de Educación de la

Universidad de Antioquia de Colombia. De la cual podemos considerar las siguientes ideas:

(Bustamante y Montoya, p. 80) Los estereotipos de género (E.G) se encuentran presentes en espacios como la familia, la escuela y en la sociedad misma. En esta última se encuentran en las acciones cotidianas y enseñan a las nuevas generaciones; las formas de vestirse, de sentarse, cómo tratar a varones y mujeres de forma diferenciada, e incluso los colores que van acorde a nuestro género (G), marcando así una diferenciación.

Los E.G. se convierten en ese sentido en las características y cualidades que cada persona debe alcanzar según su sexo. Y que define así su forma de pensar y actuar. Cabe mencionar, que, a pesar de esta influencia, los adolescentes intentan, en alguna medida, resistir a los cánones para construir su propia personalidad con la que se sientan cómodos.

Concluyendo que es importante, la reflexión sobre el G. para el reconocimiento y respeto de las diversidades, así como para la construcción de las identidades.

Mazzini, C. (2019), realizó una investigación titulada “¿De qué hablamos cuando hablamos de género en Facebook? Construcción de discursos y estereotipos sobre mujeres y feminismos en grupos online”, en la Universidad Nacional de La Plata - Argentina; siendo las ideas más importantes, las siguientes:

(Mazzini, C., p.5) El estudio se enmarcó en la relación de las RS y la perspectiva de G, y reflexionó a cerca de las alocuciones sobre las mujeres en Internet. El cual, se desarrolla con los EG, la libertad sexual femenina y el movimiento que se ha forjado alrededor.

Tuvo como objetivo, comprender cómo este movimiento es estereotipado en espacios online, y a su vez, de qué manera circulan en las RS estos discursos.

(Mazzini, C., p. 59) El autor pudo concluir, que uno de los Fanpage de Facebook denominado “La Garganta Poderosa” presenta una categoría “estereotipos” con un 91% de comentarios. De igual manera, La editorial Chirimbote, presenta esta categoría con un 66% de comentarios.

Es posible agregar que, en relación a la categoría E, el más interiorizado es el del rol de madre. Esta premisa significa que implica un inmediato llamado al orden cualquier deseo que no incluya a la maternidad, lo cual es expresado sobre las mujeres a través de calificativos despectivos y agravios.

Reolid, R. (2018), realizó un estudio denominado “Usos de internet y redes sociales por parte de adolescentes y estudiantes de ciencias de la salud”, en la Universidad de Castilla – La Mancha, España; siendo las ideas más importantes, las siguientes:

(Reolid, R., p. 141) La investigación realizada sostiene que en internet (I) los adolescentes ocupan gran parte de su tiempo, y que es utilizado en gran medida como medio de comunicación. Así mismo, existe la tendencia de utilizar distintas

redes sociales en relación del sexo; siendo las mujeres las que utilizan Twitter, mientras que los varones son usuarios activos en Facebook.

(Reolid, R., p. 141) Así mismo agrega, que también existe una diferenciación con respecto al uso de aplicaciones de I, pero en esta ocasión con relación con la edad, siendo los adolescentes de un grupo etario mayor, los que utilizan aplicaciones relacionadas con películas, música y redes sociales como Instagram o WhatsApp.

Varona, M. y Hermosa, R. (2020), realizó una investigación titulada “Percepción y uso de las redes sociales por adolescentes”, en la Unidad Psiquiátrica Infanto – Juvenil del Hospital Santiago Apóstol – HUA, España; de donde podemos rescatar lo siguiente:

(Varona, M. y Hermosa, R., p. 26) Los autores precisan con su investigación que, en las RS son las adolescentes las que participan en mayor medida compartiendo fotos, videos y recibiendo feedback, mientras que los hombres las usan de forma más individual. Y se relaciona con otros estudios en lo que se puede observar que las mujeres utilizan herramientas tecnológicas como la fotografía y el video, siendo este contenido finalmente compartido.

(Varona, M. y Hermosa, R., p. 26) Segundo, se rescata que los adolescentes consideran importante utilizar las RS para relacionarse con su entorno y sus contemporáneos. Así mismo, que en este grupo etario se inclinan a compartir más sus emociones. (Varona, M. y Hermosa, R., p. 27) Y, por último, en su mayoría

configuran en modo privado el acceso a su perfil, sobre todo las chicas y los adolescentes de menor edad.

1.1.2. Antecedentes nacionales.

Sickles, M. (2019), realizó una investigación titulada “Estereotipos de Roles de Género y conductas agresivas en adolescentes de una Institución Educativa Pública de Villa El Salvador”, en la Universidad Nacional Federico Villareal - Lima; siendo las ideas más importantes, las siguientes:

1. (Sickles, p. 79) Primero, en el presente estudio se encontró que adolescentes de ambos sexos presentan características de los EG y roles marcados.
2. Segundo, las características como una alta autoestima, un buen autoconcepto, sentirse seguro de sí mismo, autoafirmativo, ser asertivo, capaz de tomar decisiones, ser activo e independiente, y con habilidades de liderazgo democrático; pertenecen a la dimensión de masculinidad interna.
3. Tercero, las características presentes en los varones como el ser dominante, agresivo, actuar como líder, así como controlar situaciones y personas; pertenecen a la dimensión de masculinidad social.
4. Por otro lado, las siguientes características como por ejemplo que las personas del sexo femenino deben amar a los niños, ser tiernas, sensitivas a las necesidades de otros, comprensivas; así como leales y sumisas, pertenecen a la dimensión feminidad.

Galván, K. (2019), realizó la investigación titulada “Estereotipos en adolescentes de una institución educativa pública 2018”, en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos - Lima; siendo los resultados, los siguientes:

(Galván, K. p. 55) El autor precisa que en cuanto a los estereotipos de género (EG), se obtiene que de 168 (100%) adolescentes encuestados, 111 (66.1%) alumnos no tienen EG; sin embargo, 57 (33.9%) sí lo presentan.

(Galván, K. p. 61) Y se tiene como conclusión que, en relación con los EG relacionados con el comportamiento social, no se encuentran ni acuerdo ni en desacuerdo con que existan conductas diferenciadas según el sexo. Sin embargo, en la dimensión emocional se cuenta con una mayor representación del estereotipo femenino.

Finalmente, en la investigación se rescató el hecho de que los padres conceden más libertad a los hijos varones lo cual afecta la autonomía de la mujer, la que a su vez genera conductas pasivas y dependientes.

Cáceres, E y Otoy, K. (2021); realizaron la investigación titulada “Construcción de la identidad en la adolescencia a través del uso de redes sociales”; en la Universidad Femenina del Sagrado Corazón - Lima. Obteniendo los siguientes resultados:

La investigación abarca la relación entre el uso de las RS en los adolescentes de este estudio. (Cáceres, E. y Otoya, K, p. 13) Se precisa que, con el actual avance tecnológico, el internet (I) ha tomado protagonismo. Donde sin duda, I nos presenta diversos espacios y herramientas tanto en comunicación como en información. Siendo este proceso y cambio parte de la vida de los adolescentes de nuestros tiempos.

(Cáceres, E. y Otoya, K, p. 14) Siendo diferentes las relaciones influenciadas por la tecnología que se establecen hoy, de las que se establecieron sin la influencia de esta. Donde las nuevas generaciones mantienen comunicaciones con sus amigos en tiempo real rodeados de un espacio de interacción virtual.

(Cáceres, E. y Otoya, K, p. 94) De esta manera, el riesgo de interiorizar y reproducir modelos o referentes en las RS, es mayor cuando se establecen vínculos afectivos con otros usuarios, produciendo que los adolescentes imiten estereotipos.

Colque, L. (2018); realizó la investigación denominada “Usos de las redes sociales y su impacto en las relaciones interpersonales de los adolescentes de cuarto grado de secundaria de un colegio particular de clase media alta en Lima”, en la Universidad Antonio Ruiz de Montoya – Lima, siendo las ideas más importantes, las siguientes:

(Colque, L., 2018, p. 20) El autor menciona que existen diferencias en cuanto a las redes sociales (RS), el uso y actividades, que realizan en relación con su sexo los adolescentes. Por ejemplo, mientras que los varones bromean, juegan en la red, crean memes, y ven porno; por su parte, las mujeres suben y comentan fotos, y chatean. Cabe aclarar que es posible apreciar las preferencias comunes entre cada grupo, pero ninguna actividad es exclusiva de un sexo.

(Colque, L., 2018, p. 21) Así como también, que los adolescentes, buscan una identidad propia, característica esencial de su desarrollo. Esa búsqueda se produce en diferentes espacios, hoy en día, a través de las RS. Por tanto, en el entorno virtual se copian modelos o estereotipos.

Un hecho a rescatar y tema de análisis es que, los adolescentes en las RS imitan y reproducen patrones externos en función a la fama y aceptación de estos en el entorno; mas no toman en cuenta si el estereotipo es positivo o negativo, es decir si refuerza o no las diferencias de género.

Apaza, M. y Arratia, K. (2019); realizaron la investigación titulada “Estereotipos de Género sexistas presentes en la interacción social de los estudiantes de 4to y 5to de secundaria de la I.E. Jorge Basadre Grohmann”, en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa – Arequipa, siendo las ideas más importantes, las siguientes:

(Apaza, M. y Arratia, K., p.115) Los autores refieren que los adolescentes de 4to y 5to de la institución en mención, son conscientes que los Patrones Culturales que han pasado de generación en generación son influyentes en su vida, porque marcan los EG a seguir en su vida cotidiana.

(Apaza, M. y Arratia, K., p. 118) Otra de las conclusiones es que, las instituciones sociales, cuentan con especial protagonismo en la construcción de EG, los cuales son transmitidos con la cultura y reforzados con la socialización, y sin duda en la sociedad moderna son fuertemente difundidos por las RS.

1.2. Bases Teóricas.

1.2.1. Teorías

a) Teoría de las Representaciones Sociales de Serge Moscovici

(Materán, A., p. 245) En esta teoría, se menciona las diferentes funciones de las representaciones sociales cuando se comprende su naturaleza social. Algunas de las ellas, son:

Por un lado, otorga a los objetos, personas y eventos, una categoría y lo establece como un prototipo, el cual después es compartido por el grupo; es decir, convierte lo externo en una realidad familiar. Lo que se puede denominar una interiorización de lo percibido.

También promueve importantes requisitos para desarrollar una identidad social, como lo son el pensamiento colectivo y la reflexividad de los grupos; es decir, el

entendimiento del grupo al que estamos integrando. Lo que deviene después, en medio de aquella interacción social, en decisiones y conductas.

Su importancia para este estudio, reside en que en un mundo globalizado como el nuestro, los adolescentes establecen sus representaciones sociales de manera virtual, donde a su vez pueden encontrar estereotipos de género. Al estudiar, estas relaciones entre los actores sociales, podemos observar que el establecer los vínculos entre ellos, se reproducen y difunden estos estereotipos.

b) Teoría de la Identidad Social de Henry Tajfel

(Scandroglio, B. y López, J., p. 81) Para el autor, la base de esta teoría se encuentra en el hecho de que a pesar de lo enriquecido que esté la autoimagen de un individuo en relación con el mundo exterior; de igual manera ese concepto tiene la aportación de los grupos o categorías sociales a los que pertenece.

Siendo de esta manera, su objeto de estudio la interacción de las características personales y el contexto social, mediante un marco conceptual que busca explicar cómo un mismo individuo puede mantener conductas muy diversas. Partiendo de este punto, cuando un individuo está en interacción con un grupo, se producen procesos denominados autocategorización y despersonalización; que a su vez desarrollan en los individuos, conformidad grupal, diferenciación intergrupal, percepción estereotípica, etnocentrismo, actitud positiva hacia los miembros del grupo, entre otras características.

Para la presente investigación, la última característica mencionada se denomina atracción social, en donde un individuo mientras más prototípico sea será más considerado como parte del grupo al que pertenece. En donde, muchas veces se deja de lado la propia personalidad.

Los E poseen en esa medida la característica particular de estar sujetos al contexto; donde se tienen en cuenta para el grado de interiorización, factores como los conocimientos, expectativas, necesidades y valores del receptor.

c) Teoría de la Acción Social de Jurgen Habermas

El autor (Garrido, L., p. 10) menciona que, existe una estrecha relación entre la cultura, la sociedad y la personalidad. Ello en el marco de la época actual, conduce a la tendencia de “colonizar” espacios de interacción; lo que interesa en esta investigación espacios como las RS, repercutiendo en los sujetos y su cultura.

(Solares, B., p. 15) De esta manera, se estudia al aspecto cultural como representaciones simbólicas. Es decir, en la interacción entre los individuos se produce un entendimiento denominado intersubjetivo. Resaltando que lo simbólico está relacionado con los estereotipos, por pertenecer estos últimos a una construcción social a lo largo de los años.

Para la presente investigación, la importancia recae en que cuando los adolescentes comparten entre sí en las redes sociales, se empieza a difundir entre ellos información, muchas veces de carácter simbólico. De tal manera, que el

accionar resulta ser de manera comunitaria y generalizada. Reproduciendo así, estereotipos de género, por ejemplo; el cómo debe ser y verse un hombre y una mujer; fuerte y exitoso versus el estéticamente arreglada y sumisa.

1.2.2. Definición de términos

a. *Redes Sociales. (RS)*

Se denomina RS, a las estructuras en Internet que se conectan entre sí, por lo cual son considerados espacios de interacción creados para agrupar organizaciones o personas con intereses en común.

b. *Estereotipos de Género. (EG)*

Los EG, definen la personalidad de las personas mediante el conjunto de atributos y características asignadas en función del sexo, transmitidos a través de la cultura y la socialización de generación en generación.

c. *Comunidad virtual.*

Se denomina comunidad digital o virtual a aquel espacio donde se producen interacciones, vínculos y comunicaciones en un espacio virtual; a través de datos procesados.

d. *Perfil virtual.*

Un perfil digital o virtual es una interfaz diseñada para la introducción de cada persona en las RS; mediante elementos como el nombre, fotografías y una breve biografía.

e. *Grupo cerrado virtual.*

Un grupo cerrado, es aquel donde solo sus miembros tienen acceso a lo que sucede dentro del grupo. Es decir, solo ellos pueden publicar en el grupo y ver otras publicaciones.

f. *Desaprender.*

Desaprender significa cuestionar y volver aprender conceptos para cambiar un paradigma de manera progresiva; por ello es entendido como el esfuerzo consciente para decodificar y desconocer patrones establecidos a través de la socialización.

g. *Simbólico.*

Que se expresa por medio de símbolos o construcciones sociales. Se encuentran en la sociedad de manera interiorizada en los sujetos.

h. *Objetivación de una persona.*

En la sociedad conservadora y con sesgo machista se produce en contra de las mujeres, donde la persona pierde su calidad de ser humano y pasa a ser un objeto. Por ello, la objetivación o cosificación no es más que una forma de violencia simbólica.

i. *Viralizar.*

Viralizar se refiere a la difusión con rapidez y a gran escala de un mensaje o contenido en RS; las noticias falsas, tendencias (donde pueden aparecer los EG) y memes son los más compartidos.

j. *Feminidad.*

En oposición a lo masculino, el término feminidad es el conjunto de características de orden físico, moral y psíquico, que se consideran propias del sexo femenino.

k. *Masculinidad.*

En oposición a lo femenino, el término masculinidad es el conjunto de características de orden físico, moral y psíquico, que se consideran propias del sexo masculino.

l. *Interiorizar.*

Se denomina interiorizar, a la incorporación de patrones y paradigmas externos para sustituir o reemplazar la propia esencia y el pensamiento, mayormente se da en los adolescentes, ya que se encuentran desarrollo.

m. *Belleza eurocentrista.*

Si el eurocentrismo se refiere a entender el mundo a través del paradigma europeo occidental; la belleza eurocentrista, se refiere al estándar de belleza bajo patrones “europeos”, foráneos y no nativos.

II. CAPÍTULO II. MÉTODOS Y MATERIALES.

2.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es de naturaleza *descriptivo – correlacional*. Descriptiva, dado que se buscó describir de qué manera se relacionan las redes sociales con los estereotipos de género en los adolescentes del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles. Y correlacional, porque está dirigida a investigar la relación de ambas variables, el cómo se relacionan las Redes Sociales con los Estereotipos de Género.

2.2. Diseño de la Investigación

El diseño de investigación usado fue el *transversal*, porque se recopiló datos en un momento particular de la investigación, a través de un único instrumento como es la guía de encuesta, con la cual se pudo analizar las variables del estudio.

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

La población consta de 160 Adolescentes del 5to año de la I.E. 80830 Zoila Hora de Robles.

2.3.2. Muestra

La muestra es no probabilística, 114 según fórmula muestral cuantitativa, siendo una muestra no probabilística, es decir que no todos los sujetos involucrados en la unidad de análisis tendrán la posibilidad de ser estudiados.

Calculadora de Muestras

Margen de error: 10% ▼
Nivel de confianza: 99% ▼
Tamaño de Poblacion: 160
Calcular

Margen: 5%
Nivel de confianza: 95%
Poblacion: 160

Tamaño de muestra: 114

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra
Z= Nivel de confianza deseado
p= Proporcion de la poblacion con la caracteristica deseada (exito)
q=Proporcion de la poblacion sin la caracteristica deseada (fracaso)
e= Nivel de error dispuesto a cometer
N= Tamaño de la poblacion

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + (z^2(p \cdot q))}$$

2.3.3. Muestreo: criterios de inclusión y criterios de exclusión

La presente investigación, se desarrolló tomando como población a 160 estudiantes adolescentes, que se encuentran en el 5to año de Secundaria en la I.E. 80830 Zoila Hora de Robles, siendo en este caso un muestreo no probabilístico. La muestra estará conformada por 114 estudiantes según fórmula; considerando los criterios de inclusión y exclusión, así como la accesibilidad y representatividad de los evaluados y estudiados que conforman la muestra, se ha tomado 24 estudiantes que cumplen con los criterios mínimos de idoneidad para los fines de la investigación.

2.4. Técnicas, Instrumentos, Equipos y Materiales

2.4.1. Técnicas e Instrumentos: Encuestas – cuestionario

El instrumento de investigación ha sido validado por 3 expertos. Por su parte, para medir la validez de la relación de ambas variables, se ha utilizado la fórmula de Spearman.

Tabla 1.
Relación de las variables Redes sociales y estereotipos de género

			Redes Sociales	Estereotipos
Rho de Spearman	Redes Sociales	Coeficiente de correlación	1,000	,668**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	24	24
	Estereotipos	Coeficiente de correlación	,668**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	24	24

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

De esta manera, en la tabla se observa que, el valor de la prueba del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es altamente significativo ($p < 0,01$), por lo tanto, existe relación directa fuerte (0,668) entre las redes sociales y estereotipos

de género en los adolescentes del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles, Chepén 2021.

2.4.2. Equipos: Laptop, cámara de fotos, grabadora de vídeo

2.4.3. Materiales: Libros, útiles de escritorio (papel bond, lapiceros, corrector)

Tabla 2.
Equipos y materiales

N°	Equipos y materiales	Cantidad
01	Libros de metodología	1
02	Cámara de fotos	1
03	Hojas Papel bond (Encuestas)	1 millar
04	Lapiceros	5
05	Laptop	1
06	Corrector	2
07	Grabadora de vídeo	1

Fuente: Elaboración propia.

2.5. Procesamiento de datos

Para el procesamiento de los datos se usó el programa Microsoft Excel, aplicativo que permitieron obtener datos objetivos y figuras estadísticas para representar el análisis de enfoque cuantitativo de las encuestas.

Los datos se presentan en figuras estadísticas, para luego realizar el análisis respectivo en el capítulo III: resultados y discusión; y posteriormente emitir conclusiones y recomendaciones, presentados en los capítulos IV y V de la investigación.

III. CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

El contenido de este capítulo es producto del análisis del instrumento de recolección de datos, así como también del estudio de diferentes enfoques de autores presentados en el capítulo I.

3.1. Resultados.

3.1.1. La participación de los adolescentes en las Redes Sociales

Los primeros resultados abarcan lo relacionado a la participación de los adolescentes en las redes sociales (RS), en específico el contenido que buscan cuando están interactuando en ellas con otras personas. Son analizados mediante indicadores como conversaciones entre grupos, ayuda mutua, comunicación, participación, identidad; entre otros.

Tabla 3.

Tipo de conversaciones de los adolescentes en Redes Sociales, Chepén 2021

Tipo de conversaciones de los adolescentes en RS		
Ítem	F	%
Hobbies y deporte	16	66.67
Académicas	6	25
Familiares	2	8.33
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: El tipo de conversación en las RS que los adolescentes mantienen en las RS, tiene importancia porque en ellas se pueden compartir contenidos con estereotipos de género, según la temática misma de sus chats. En esta investigación, se encontró que del 100%, el 66.67% respondieron que su tipo de conversación es sobre hobbies y deporte, lo que se refiere a gustos y actividades que les gusta realizar en su día a día; por su parte, el 25% conversa sobre temas académicos, mientras que el 8.33% sobre temas familiares.

Lo cual evidencia que en mayor porcentaje los adolescentes conversan sobre contenidos que pudieran contener estereotipos de género, más adelante se podrá conocer con precisión si sus gustos y hobbies influyen en la difusión de ellos, esto al conocer en qué grupos interactúan.

Otro dato, a tener en cuenta es que en el mayor porcentaje también se menciona al deporte; y por ejemplo en el Perú, uno de los deportes favoritos es el fútbol, donde los futbolistas tienen en sí mismos modas y estereotipos de género, evidenciados en sus cortes de cabello, tatuajes, forma de vestir, es decir cómo se “debe” ver un hombre y más aún un “hombre exitoso”.

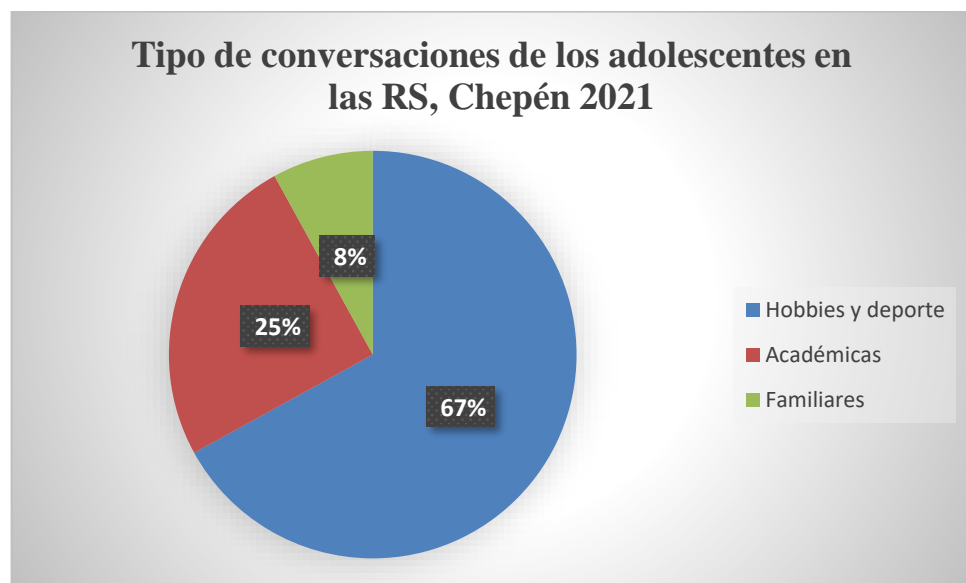


Figura 1: Tipo de conversaciones de los adolescentes en Redes Sociales, Chepén 2021. Fuente: Tabla 3 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 4.

Relaciones de cooperación de los adolescentes en Redes Sociales, Chepén 2021

Relaciones de cooperación de los adolescentes en RS		
Ítem	F	%
Redes y cadenas	16	66.67
No	5	20.83
Trabajos grupales	3	12.5
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: Se establecen relaciones de cooperación o ayuda en las RS, y en esta oportunidad se ha encontrado que los adolescentes lo realizan mediante redes y cadenas con un 66.67%, un 12.5% mediante trabajos grupales, mientras que, por otra parte, los que no establecen relaciones de cooperación ascienden al 20.83%.

Esta información nos ayuda a comprender cuán estrechos son los vínculos que se establecen en las RS, y se obtuvo que la relación de cooperación más significativa son las redes y cadenas, donde usualmente se viralizan acontecimientos actuales y por donde se pueden difundir también estereotipos de género, mediante videos y memes virales, como el último reto de la artista brasileña Anita, donde se cosifica a la mujer, siendo este un estereotipo de cómo “debe” ser y verse una mujer, para ser popular.

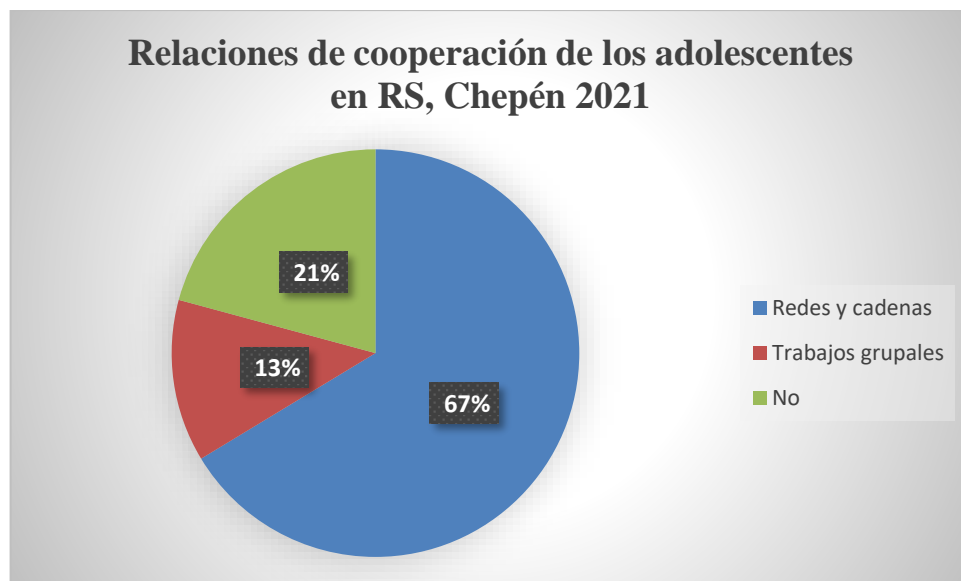


Figura 2: Relaciones de cooperación de los adolescentes en Redes Sociales, Chepén 2021.
Fuente: Tabla 4 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 5.

Relaciones que los adolescentes establecen en Redes Sociales, Chepén 2021

Relaciones que los adolescentes establecen en RS		
Ítem	F	%
Hobbies	7	29.17
Amistad	16	66.67
Información	1	4.17
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: Las relaciones que los adolescentes establecen en RS, nos permiten conocer qué contenido comparten en la red, siendo posible inferir los estereotipos de género que entre ellos circulan.

Los resultados perfilan que en un 66.67% los adolescentes establecen relaciones de amistad con otras personas, el 29.17% establece relaciones basadas en sus hobbies con otras personas, y el 4.17% establece relaciones unidireccionales para obtener información (noticias).

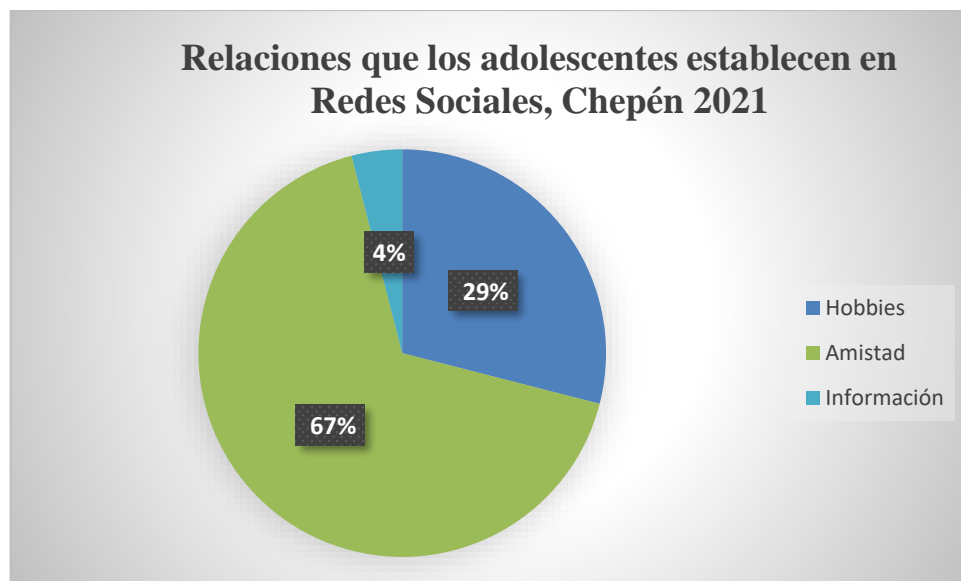


Figura 3: Relaciones que los adolescentes establecen en Redes Sociales, Chepén 2021.
Fuente: Tabla 5 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 6.

Contenidos que los adolescentes intercambian en las Redes Sociales, Chepén 2021

Contenidos que los adolescentes intercambian en las RS		
Ítem	F	%
Cantantes y bandas musicales	3	12.5
Gustos y hobbies	13	54.17
Tareas del colegio	7	29.17
Noticias	1	4.17
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: En cuanto a, los contenidos que los adolescentes intercambian en las RS, el 54.17% respondieron que intercambian contenidos sobre sus gustos y hobbies, mientras que el 12.5% sobre sus cantantes y bandas musicales favoritas.

Ambos datos reflejan que los adolescentes interactúan con contenidos con estereotipos presentes, ya que por lo general entre sus hobbies podemos encontrar el grabarse para Tik Tok y tomarse fotografías para Facebook e Instagram, con vestimenta que marca un patrón de feminidad y masculinidad, además del maquillaje, entre otros elementos simbólicos; por otro lado, los cantantes y bandas musicales también tienen presente estos patrones o estereotipos.

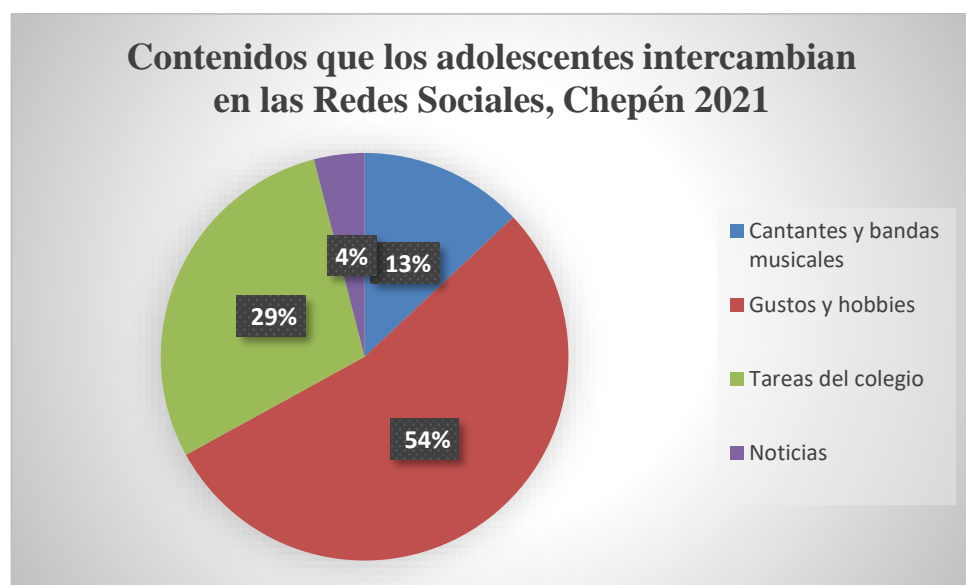


Figura 4: Contenidos que los adolescentes intercambian en las Redes Sociales, Chepén 2021.
Fuente: Tabla 6 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 7.

Grupos o comunidades virtuales donde los adolescentes participan, Chepén 2021

Grupos o comunidades virtuales donde los adolescentes participan		
Ítem	F	%
Grupos de música, películas, memes	9	37.5
No	6	25
Grupos de WhatsApp	3	12.5
Comunidades de Información: noticias	4	16.67
Redes de apoyo	1	4.17
Grupo Religioso	1	4.17
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: En esta tabla se puede apreciar lo que se denomina deseabilidad social; término que se refiere al deseo de los adolescentes de formar parte de un grupo, ser aceptado, valorado y reconocido, y donde solo el 25% no pertenece ni participa en un grupo o comunidad virtual.

Otros de los resultados son, el 37.5% participa en espacios relacionados a sus hobbies como son la música, las películas y los memes; esto evidencia que los EG están presentes en las comunidades o grupos en las RS de los adolescentes, ya que en la actualidad podemos encontrar estos estereotipos en los cantantes, bandas musicales, películas; pero cómo se ve expresado, en primer lugar en la vestimenta de estas personas públicas, lo que denota una sexualización de la mujer, por ejemplo las cantantes para ser famosas y exitosas “deben” maquillarse, colocarse ropa ceñida, tacos, todo ello configura un estereotipo de género de cómo “debe” verse una mujer y es esta información la que reciben los adolescentes en sus redes sociales.

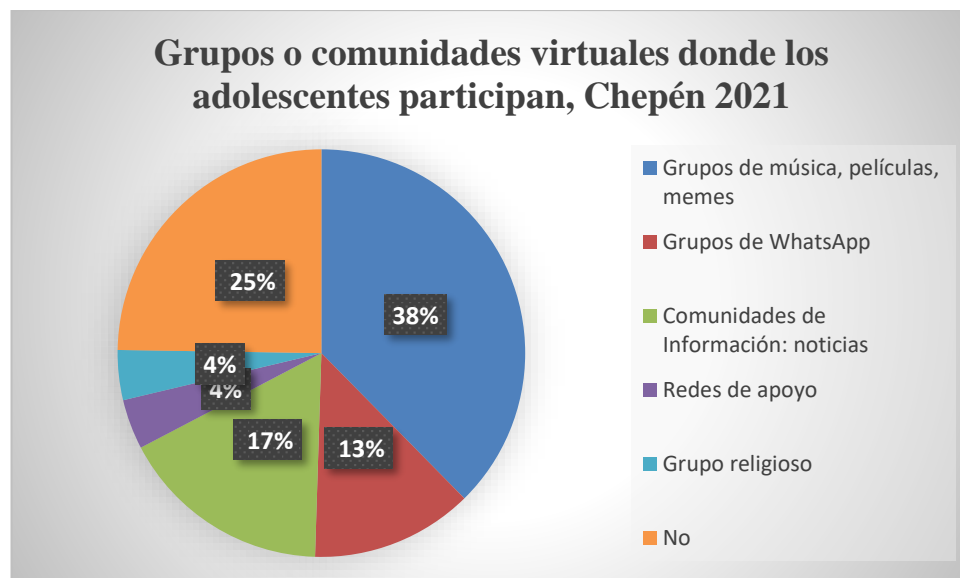


Figura 5: Grupos o comunidades virtuales donde los adolescentes participan, Chepén 2021.
Fuente: Tabla 7 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 8.

Frecuencia de participación de los adolescentes en las comunidades virtuales, Chepén 2021

Frecuencia de participación de los adolescentes en las comunidades virtuales		
Ítem	F	%
Diario	4	16.67
Semanal	19	79.17
Nunca	1	4.17
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: Con la frecuencia de la participación de los adolescentes en las comunidades virtuales, podemos conocer la frecuencia con la que interactúan, visualizan y comparten contenido dentro de los espacios virtuales junto a otros adolescentes y adultos. Donde el 79.17% participa de manera Semanal, el 16.67% participa Diario. Es decir, la exposición de los adolescentes, a los EG en las redes sociales tiene un nivel alto.

La importancia de esta tabla, radica en que en los grupos o comunidades virtuales muchas veces se ejerce presión por imitar modas y estereotipos, y ello se reduce cuando la frecuencia es menor o mínima. En este caso, se puede encontrar que los adolescentes tienen una frecuencia regular para interactuar en estos espacios virtuales de su preferencia.

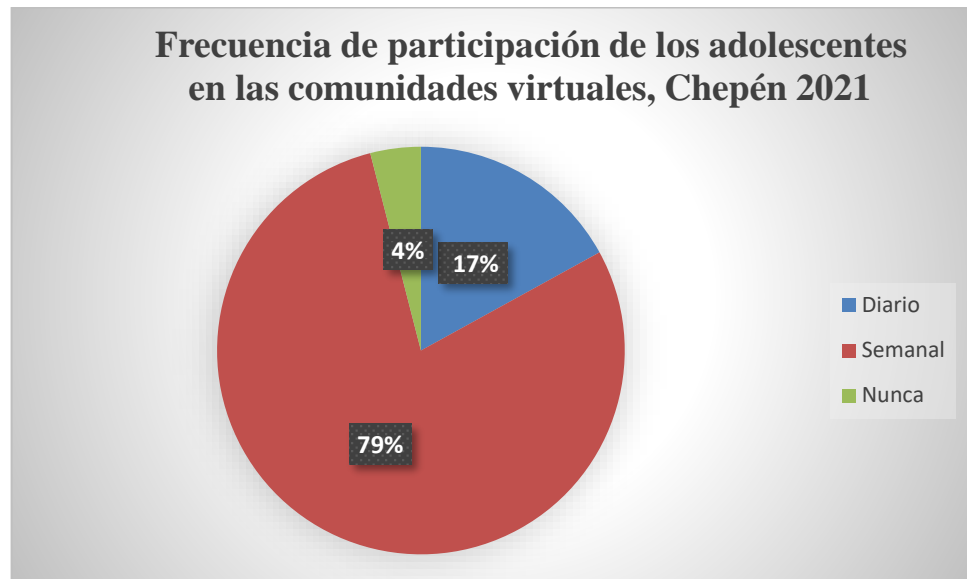


Figura 6: Frecuencia de participación de los adolescentes en las comunidades virtuales, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 8 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 9.

Personas con las que los adolescentes establecen compromisos en las comunidades virtuales, Chepén 2021

Personas con las que los adolescentes establecen compromisos en las comunidades virtuales		
Ítem	F	%
Personas amigables	8	33.33
Nadie	4	16.67
Solo conocidos	7	29.17
Líder del grupo	5	20.83
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: Al conocer a las personas con las que los adolescentes establecen compromisos en las comunidades virtuales, se puede inferir el grado de influencia de los EG, teniendo en cuenta que, la personalidad de los adolescentes se encuentra en pleno desarrollo.

Así pues, el 33.33% establece compromisos con personas amigables, el 29.17% con solo conocidos, el 20.83% con el líder del grupo al que pertenecen, ello nos indica que el nivel de exposición es alto.

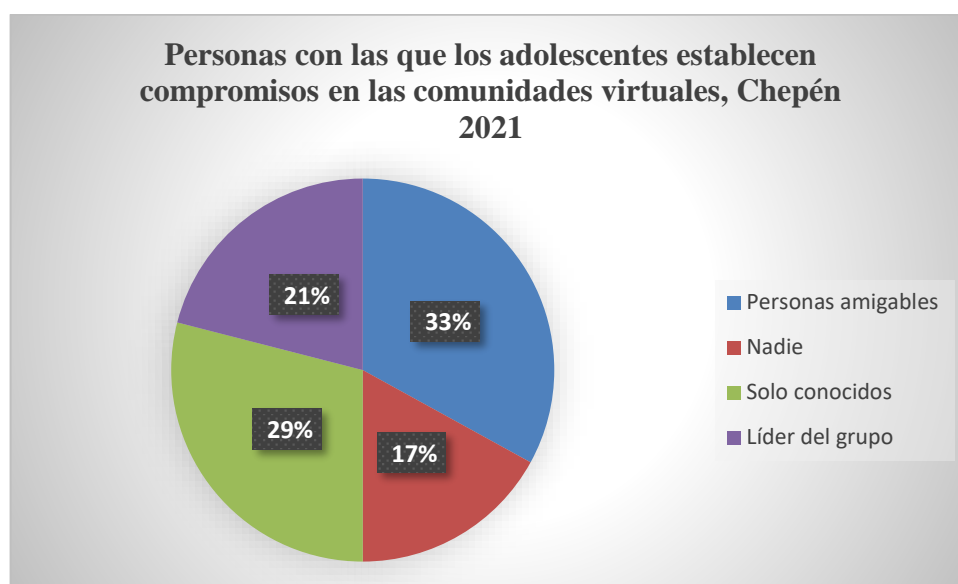


Figura 7: Personas con las que los adolescentes establecen compromisos en las comunidades virtuales, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 9 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 10.

Respeto de los adolescentes a los compromisos de las comunidades virtuales, Chepén 2021

Respeto de los adolescentes a los compromisos de las comunidades virtuales		
Ítem	F	%
Sin distinción	23	95.83
Solo con compañeros	1	4.17
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: En cuanto al respeto de los adolescentes a los compromisos o acuerdos en las comunidades virtuales en donde participan, el 95.85% respondió que sí cumple con los acuerdos sin distinción, mientras que el 4.17% solo respeta los compromisos o acuerdos si estos han sido realizados con sus compañeros.

Esto nos da una mirada de cuán importante son las RS para los adolescentes, en cuanto a la interacción con otros y la capacidad para establecer compromisos sin importar si son cercanos a ellos, sin necesidad de que exista una amistad de por medio, ello refleja que están expuestos a las modas que dichas personas en la red pueden difundir y en algunos casos imponer para ser parte de la comunidad virtual.

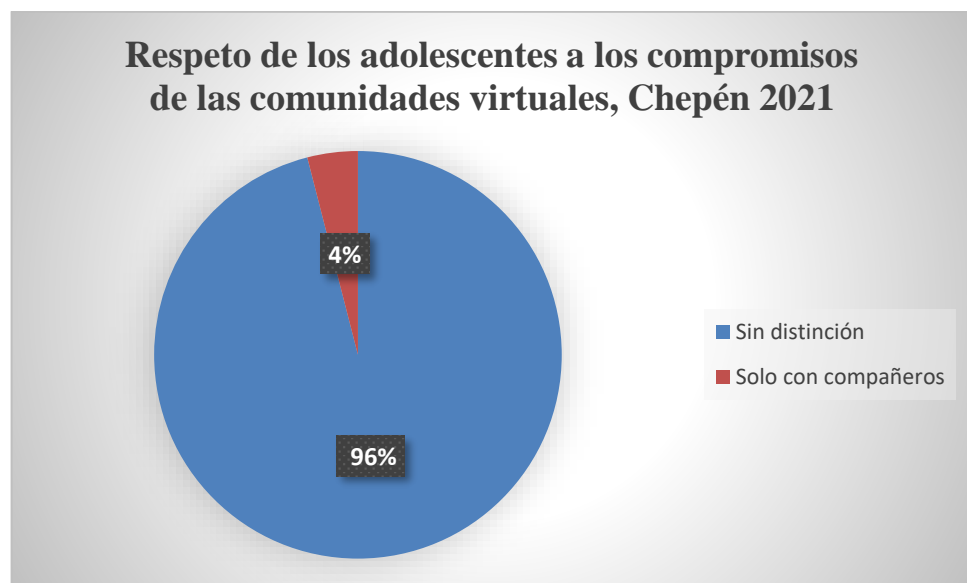


Figura 8: Respeto de los adolescentes a los compromisos de las comunidades virtuales, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 10 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 11.

Conocimiento de los adolescentes sobre la existencia de comunidades virtuales, integradas solo por varones, Chepén 2021

Conocimiento de los adolescentes sobre la existencia de comunidades virtuales, integradas solo por varones		
Ítem	F	%
Sí	16	66.67
No	6	25
No sabe/ no opina	2	8.33
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: En la red existe una diferenciación por sexo, muchas veces envueltos por estereotipos; por ejemplo, existen grupos sobre maquillaje y moda dirigido a mujeres, por otro, comunidades virtuales sobre carros y deporte dirigido a los varones. De manera que, en este caso se pudo recoger que el 66.67% sí conoce y es consciente de la existencia de comunidades integradas solo por varones.

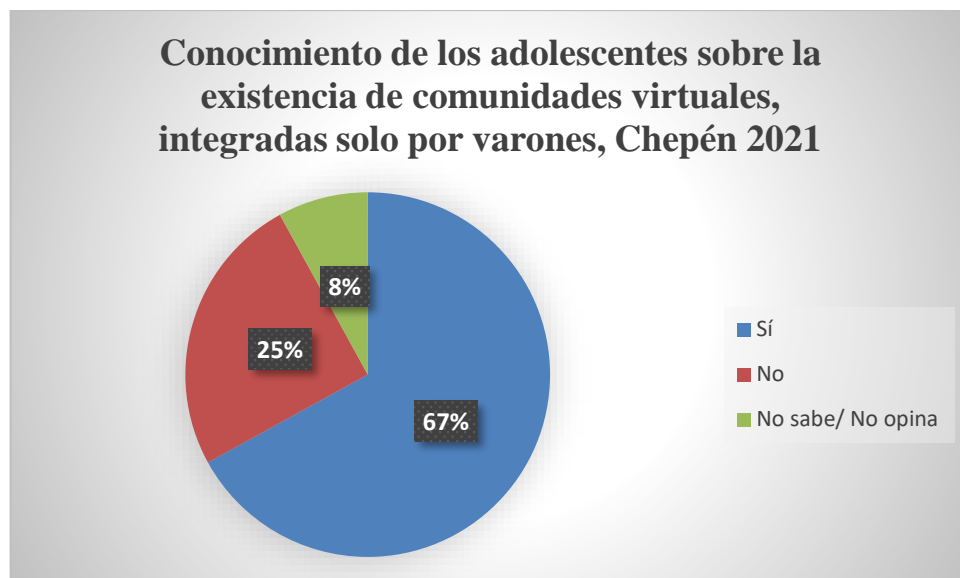


Figura 9: Conocimiento de los adolescentes sobre la existencia de comunidades virtuales, integradas solo por varones, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 11 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 12.

Conocimiento de los adolescentes sobre la existencia de comunidades virtuales, integradas solo por mujeres, Chepén 2021

Conocimiento de los adolescentes sobre la existencia de comunidades virtuales, integradas solo por mujeres		
Ítem	F	%
Sí	19	79.17
No	4	16.67
No sabe/ no opina	1	4.17
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: En el caso del conocimiento de los adolescentes sobre la existencia de comunidades virtuales integradas solo por mujeres, se obtuvo como resultado, que el 79.17% sí conoce a cerca de estas comunidades, lo que refleja la diferenciación por sexo que se ha comentado en el punto anterior, cuando se ha analizado las comunidades integradas solo por varones.



Figura 10: Conocimiento de los adolescentes sobre la existencia de comunidades virtuales, integradas solo por mujeres, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 12 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 13.

Razón por la que existen comunidades cerradas, según los adolescentes, Chepén 2021

Razón por la que existen comunidades cerradas, según los adolescentes		
Ítem	F	%
Conflicto entre ambos sexos	8	33.33
Por sus contenidos	12	50
No sabe/ No opina	1	4.17
Confidencialidad	3	12.5
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: Como ya se ha comentado, existe una diferenciación por sexo en las redes sociales, en algunos casos esta característica da a lugar a la creación de grupos cerrados, con lo cual una de las desventajas es acrecentar las diferencias entre ambos sexos y también acrecentar los estereotipos de los gustos que cada sexo “deben” tener.

Siendo las razones consultadas a los adolescentes, el 33.33% respondió que existes estos grupos cerrados por el conflicto entre ambos sexos, el 50% por los propios contenidos de cada comunidad, el 12.5% para mantener la confidencialidad y privacidad de los temas abordados en cada comunidad.



Figura 11: Razón por la que existen comunidades cerradas, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 13 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 14.

Comunidad virtual integrada solo por varones con la que se identifican los adolescentes, Chepén 2021

Comunidad virtual integrada solo por varones con la que se identifican los adolescentes		
ítem	F	%
Ninguna	24	100
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: En esta tabla, se ve reflejada la confidencialidad de la que se habló en el punto anterior, ya que los adolescentes no mencionaron el nombre de la comunidad virtual que integran, mientras las mujeres sí lo hicieron en la siguiente tabla.

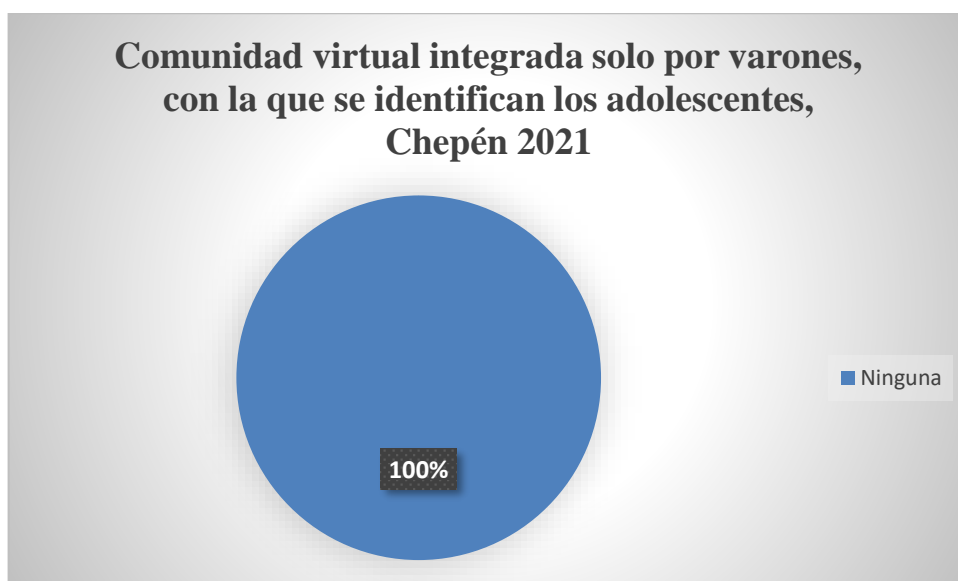


Figura 12: Comunidad virtual integrada solo por varones con la que se identifican los adolescentes, Chepén 2021

Fuente: Tabla 14 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021

Tabla 15.

Comunidad virtual integrada solo por mujeres con la que se identifican las adolescentes, Chepén 2021

Comunidad virtual integrada solo por mujeres con la que se identifican las adolescentes		
ítem	F	%
Cantantes de moda	2	8.33
No me identifico	14	58.33
Con series "muy femeninas"	5	20.83
Grupos feministas	2	8.33
Grupo de Instagram	1	4.17
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: En cuanto a, las comunidades virtuales integradas solo por mujeres, según las adolescentes, se encuentran las comunidades sobre series “muy femeninas” con el 20.83%, de donde se infiere reciben estereotipos de “cómo ser femenina”.

Así como comunidades sobre cantantes de moda con el 8.33%, del mismo modo grupos feministas con la misma cifra de 8.33%, y por último mencionan a comunidades de Instagram con el 4.17%. Aunque en menor proporción, pero se observa una tendencia a desaprender estereotipos de género y esto es llevado a cabo gracias a los grupos feministas; quienes comparten contenido para identificar los estereotipos y cómo dejarlos atrás en la vida cotidiana.

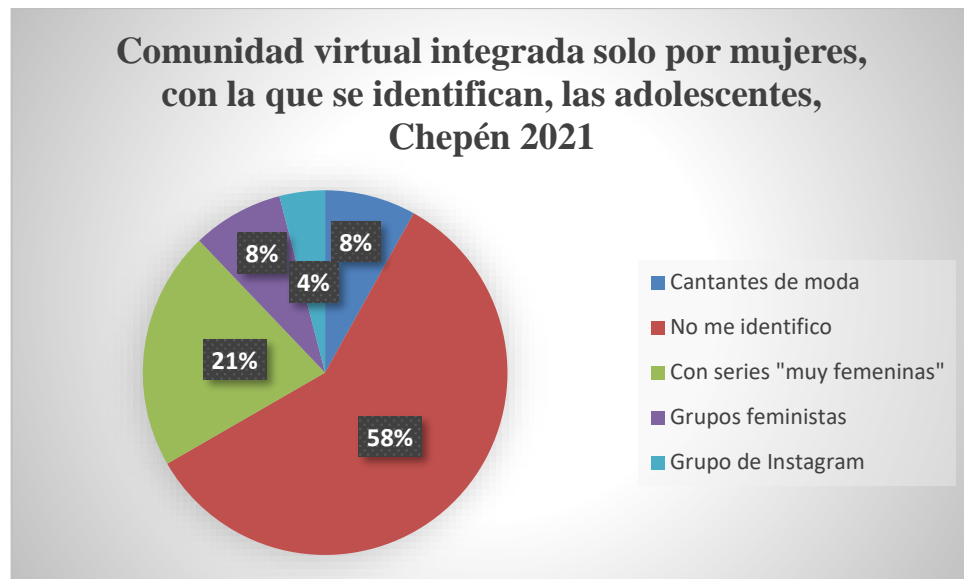


Figura 13: Comunidad virtual integrada solo por mujeres con la que se identifican las adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 15 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

3.1.2. Estereotipos de Género en las Redes Sociales

Los siguientes resultados, constatan la relación de los EG con las RS, y cómo es percibida por los adolescentes.

Tabla 16.

El atractivo masculino debe representarse como un cuerpo fuerte, robusto y vigoroso, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021

El atractivo masculino debe representarse como un cuerpo fuerte, robusto y vigoroso, en las redes sociales		
ítem	F	%
Muy de acuerdo	0	0
De acuerdo	2	8.33
En desacuerdo	22	91.67
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: Los estándares de belleza han cambiado en nuestra cultura y a lo largo del tiempo, sin embargo, se puede decir que en las últimas décadas y en el caso del E masculino se ve representado en un cuerpo musculoso y fuerte.

Ello ha generado que más adolescentes y jóvenes se sientan atraídos unos por ir al gimnasio y trabajar sus cuerpos, tomar proteínas y otros más arriesgados se someten a otros tratamientos, todo ello es difundido en las redes sociales de manera diaria, donde más y más personas se unen a esta tendencia, que en un principio puede denotar salud, pero que desvirtuado puede generar algún tipo de desequilibrio.

Teniendo en cuenta que el desarrollo integral de los adolescentes está en desarrollo, por esta razón, puede esta tendencia distorsionar su propio crecimiento y normal desarrollo, debido a que ciertas exigencias físicas solo las

puede trabajar una persona adulta. Además, estaríamos hablando de un estereotipo masculino de “cómo debe verse” un varón para que sea atractivo.

Se encontró, que los adolescentes son conscientes de esta realidad, por ello el 91.67% respondió que está En desacuerdo con el estereotipo mencionado, lo que no quiere decir que no esté presente en las RS, quiere decir que los adolescentes son conscientes que un varón atractivo no necesariamente tiene que ser musculoso.

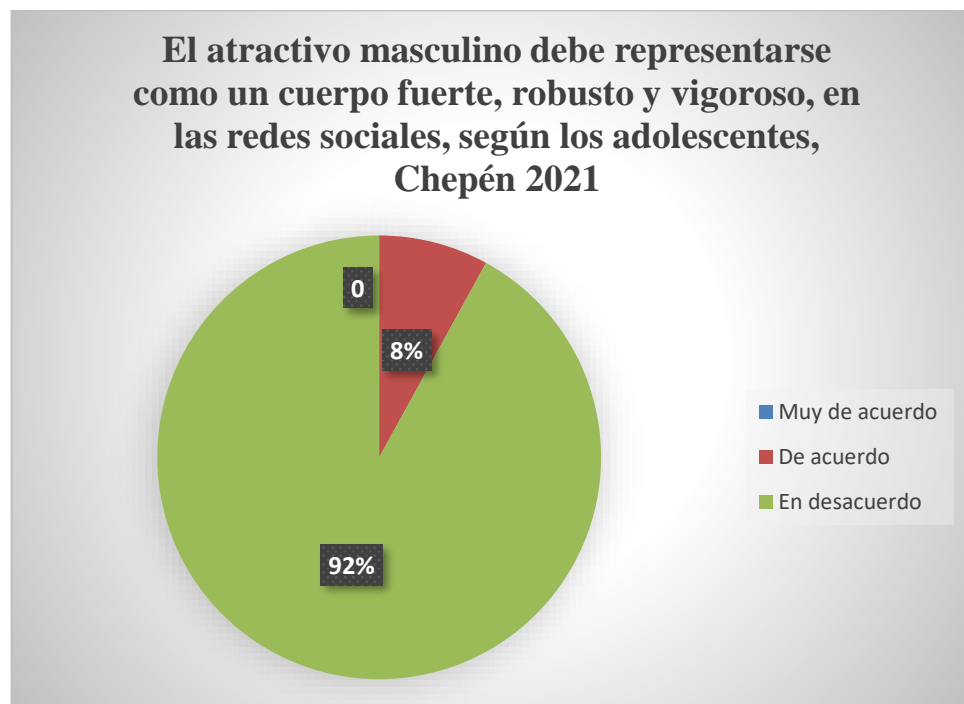


Figura 14: El atractivo masculino debe representarse como un cuerpo fuerte, robusto y vigoroso, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 16 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 17.

El atractivo femenino debe representarse como un cuerpo delicado, frágil y ligero, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021

El atractivo femenino debe representarse como un cuerpo delicado, frágil y ligero, en las redes sociales		
ítem	F	%
Muy de acuerdo	0	0
De acuerdo	2	8.33
En desacuerdo	22	91.67
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: En cuanto al atractivo femenino también se encuentra envuelto en estereotipos de feminidad, de “cómo debe verse” una mujer; siendo la depilación, el maquillaje: las cejas definidas y ojos grandes, el cuerpo delgado: el abdomen plano; algunas de las características que tienen en cuenta; para lo cual las mujeres se someten a procedimientos y tratamientos diversos, algunas veces atentando contra su propia salud.

En las RS se puede apreciar lo descrito en el look de las chicas de la TV o populares, imitado por las jóvenes y adolescentes, incluso es copiado el modo de vestir, el color de cabello, etc. Ante ello, los adolescentes respondieron que son conscientes y que un cuerpo delicado no siempre representa un atractivo femenino, ello con el 91.67%. Lo que no significa que no se siga difundiendo este estereotipo en las redes sociales.

El atractivo femenino debe representarse como un cuerpo delicado, frágil y ligero, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021

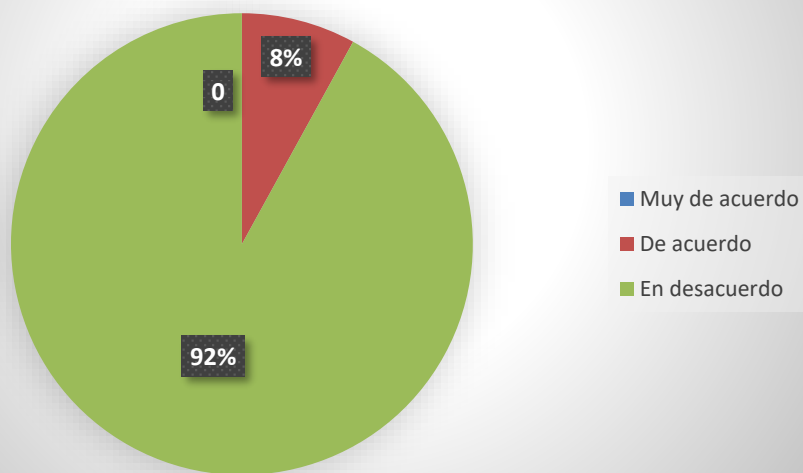


Figura 15: El atractivo femenino debe representarse como un cuerpo delicado, frágil y ligero, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 17 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 18.

Razón de que las mujeres y varones presenten una preocupación por demostrar su buena apariencia y belleza, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021

Razón de que las mujeres y varones presenten una preocupación por demostrar su buena apariencia y belleza, en las redes sociales		
Ítem	F	%
Aprobación de apariencia física	12	50
Estereotipos inalcanzables	9	37.5
Baja autoestima	3	12.5
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: Como bien se ha comentado en la presente investigación, los EG están presente en nuestra sociedad, y por ende en las RS, debido a que es en la virtualidad donde actualmente los adolescentes interactúan.

Dichos estereotipos se han interiorizado en mujeres y varones, los cuales más temprano que tarde presentan una preocupación por demostrar su buena apariencia y belleza en sus perfiles virtuales; el 50% lo hace por la aprobación de su apariencia física, el 37.5% por querer imitar estereotipos inalcanzables, y el 12.5% por una baja autoestima. Los dos primeros porcentajes se refieren a estereotipos de género que en la realidad son difícil de alcanzar, en el sentido de que vivimos en un país rico multiculturalmente, por ende, el prototipo físico varía a lo largo de nuestro país.

Es común ver, por ejemplo, a cantantes de moda subir a sus redes videos y fotos con el cabello rubio y la piel muy clara, con una cintura pequeña; al circular en las redes de forma masiva, las mujeres y en especial las adolescentes buscan copiar esa imagen, que muchas veces dista del cómo se ven detrás de los

dispositivos. Olvidando su cultura, su belleza natural para alcanzar una belleza impuesta, una belleza eurocentrista. Esto sucede a menudo en las redes sociales.

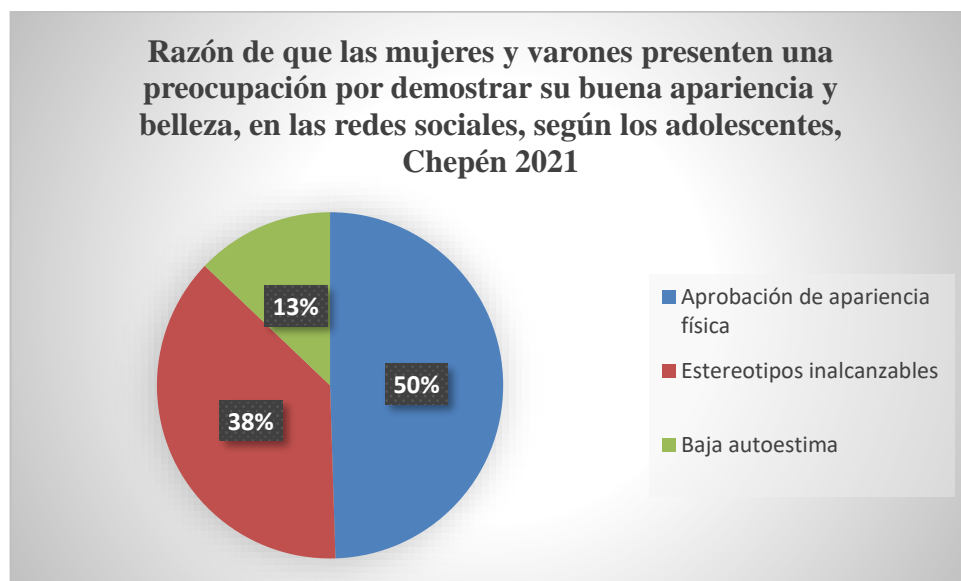


Figura 16: Razón de que las mujeres y varones presenten una preocupación por demostrar su buena apariencia y belleza, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 18 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 19.

Razón de que los varones presenten comportamientos atrevidos, osados e intrépidos, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021

Razón de que los varones presenten comportamientos atrevidos, osados e intrépidos, en las redes sociales		
Ítem	F	%
Varones son groseros	9	37.5
Para encajar en un grupo	8	33.33
No sabe/ No opina	2	8.33
Demostrar superioridad	1	4.17
Influencia de estereotipos	3	12.5
El anonimato	1	4.17
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: Culturalmente se enseña que los varones toman riesgos y son atrevidos, son premisas naturalizadas, es por ello que el 37.5% respondió que los varones presentan dichos comportamientos porque los chicos “son groseros”.

También se hace referencia a la deseabilidad social, de la que se habló anteriormente, es decir el deseo de encajar en un grupo los hace actuar como los demás, imitando comportamientos toscos y poco prudentes. Por otro lado, el 12.5% refiere que se debe a la influencia de estereotipos, respuesta que tiene similitud con la primera, ya que se refiere a una influencia cultural.

El 4.17% responde con otro de los estereotipos más comunes, algunos varones tienen comportamientos atrevidos para demostrar superioridad y cosificar a la mujer. Viene de la creencia del “sexo fuerte” sobre el “sexo débil”.



Figura 17: Razón de que los varones presenten comportamientos atrevidos, osados e intrépidos, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 19 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 20.

Razón de que las mujeres presenten comportamientos discretos, prudentes y recatados, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021

Razón de que las mujeres presenten comportamientos discretos, prudentes y recatados, en las redes sociales		
Ítem	F	%
Mujeres son delicadas	6	25
No son delicadas	11	45.83
No sabe/ No opina	2	8.33
Por los estereotipos	5	20.83
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: De igual manera, culturalmente se enseña a las niñas, que las mujeres deben presentar comportamientos discretos, prudentes y recatados, mostrándose siempre amables y con voz dulce; se espera que ello también se reproduzca en las RS, cuando ello no sucede las usuarias de las redes sociales son criticadas, por otras mujeres incluso, mencionando que una mujer “debe” ser siempre una dama. Ello se ve reflejado en el 25% que menciona que las chicas “son delicadas”.

Por su parte, otro porcentaje de adolescentes responden con el 45.83% que las mujeres no “son delicadas” y el 20% refiere que no debe encasillarse a las mujeres en tales comportamientos pero que hoy por hoy sí se juzga debido a la existencia de los estereotipos; siendo este el grupo que busca desaprender dicho estereotipo enseñado culturalmente.

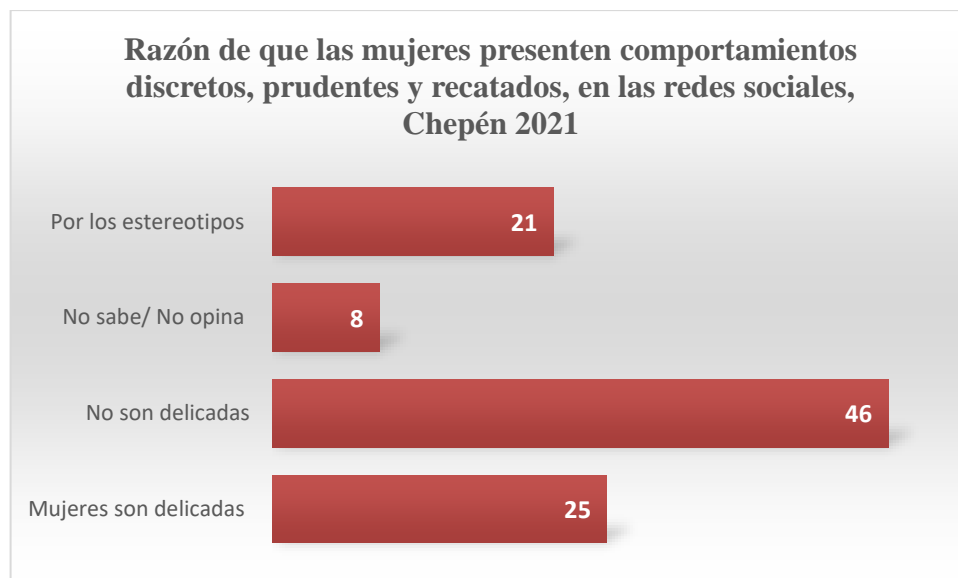


Figura 18: Razón de que las mujeres presenten comportamientos discretos, prudentes y recatados, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 20 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 21.

Es extraño que los varones expresen sus sentimientos en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021

Es extraño que los varones expresen sus sentimientos, en las redes sociales		
Ítem	F	%
Sí	1	4.17
No: Es humano	22	91.67
No sabe/ No opina	1	4.17
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: Otro de los estereotipos socialmente difundido, es la idea de que los varones están incapacitados para expresar sus sentimientos, ya que, en la cultura machista, ello denota inferioridad.

Sin embargo, en los adolescentes, este estereotipo está siendo desaprendido, es por ello que el 91.67% refiere que no es extraño que los varones expresen sus sentimientos en las RS, ya que es un acto humano; mientras que solo el 4.17% refiere que sí es extraño. Lo que quiere decir, que aún sigue persistiendo esta idea, pero en un porcentaje menor, en comparación a otros ejemplos de estereotipos de género.

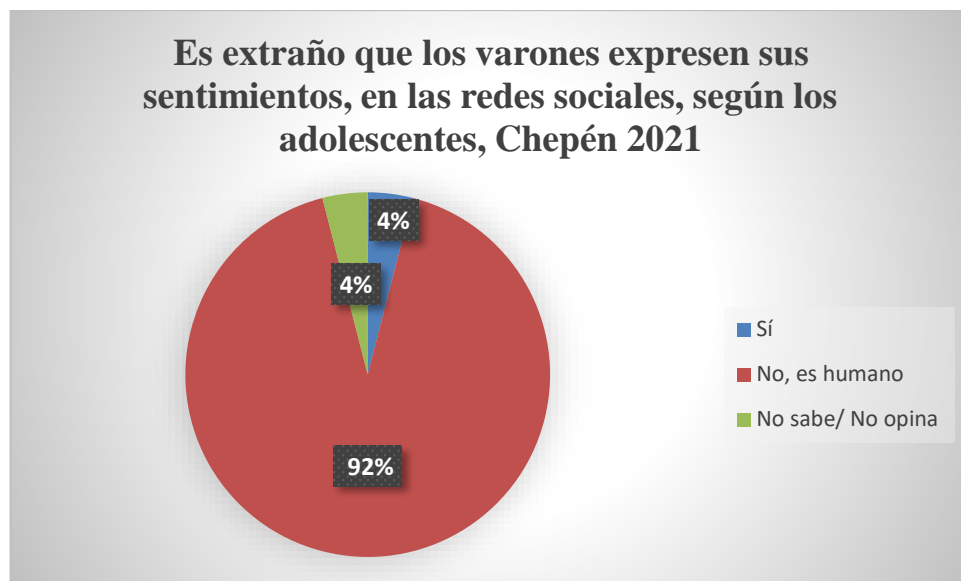


Figura 19: Es extraño que los varones expresen sus sentimientos en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 21 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 22.

Las mujeres son más propensas a publicar su estado de ánimo, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021

Las mujeres son más propensas a publicar su estado de ánimo en las redes sociales		
Ítem	F	%
Muy de acuerdo	0	0
De acuerdo	6	25
En desacuerdo	18	75
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: También se difunde el estereotipo de que las mujeres son más emocionales, al punto de exagerar y ser impulsivas. Lo cierto es que muchas personas, entre ellas mujeres y aún más adolescentes, difunden en redes sociales sus sentimientos y emociones mediante publicaciones, story times, videos, canciones, etc.

De acuerdo a la opinión de los adolescentes, el 75%, piensa que, las mujeres no están predispuestas a publicar su estado de ánimo en las RS, mientras que el 25% piensa que sí lo están, por ser “más emocionales” que los varones. Ello demuestra, que también se observa un desaprender en cuanto a este estereotipo en específico, y puede deberse a las últimas corrientes sobre educación en temas de género, que vemos va calando en los adolescentes, con resultados positivos.

Las mujeres son más propensas a publicar su estado de ánimo, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021

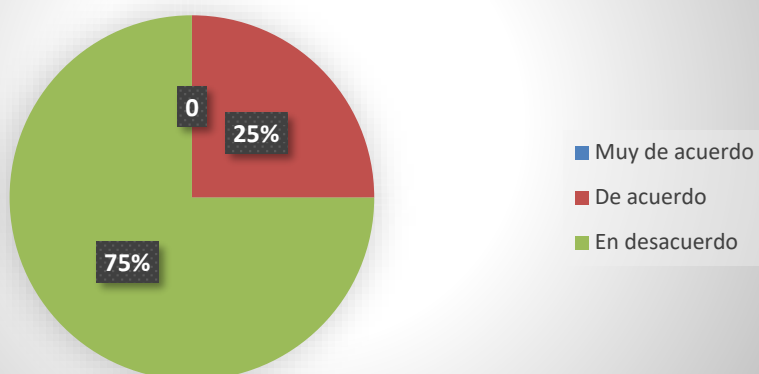


Figura 20: Las mujeres son más propensas a publicar su estado de ánimo, en las redes sociales, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 22 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 23.

En las redes sociales, solo las mujeres pueden ser afectuosas para demostrar su cariño, según los adolescentes, Chapén 2021

En las redes sociales, solo las mujeres pueden ser afectuosas para demostrar su cariño		
Ítem	F	%
Muy de acuerdo	0	0
De acuerdo	0	0
En desacuerdo	22	91.67
No sabe/ no opina	2	8.33
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: Otro de los estereotipos más conocidos es que las mujeres pueden ser afectuosas con los demás, en cambio esta actitud en los varones es vista como un signo de inferioridad y debilidad. Lo que no sucede en otras sociedades como la europea donde es común que incluso entre varones se saluden con un beso y abrazos.

Debido a las corrientes sobre temas de género, los adolescentes, en un 91.67% refieren que están en desacuerdo con que solo las mujeres pueden expresar su afecto a otras personas, ya que todos y todas sin distinción pueden expresarse sin ser juzgados.

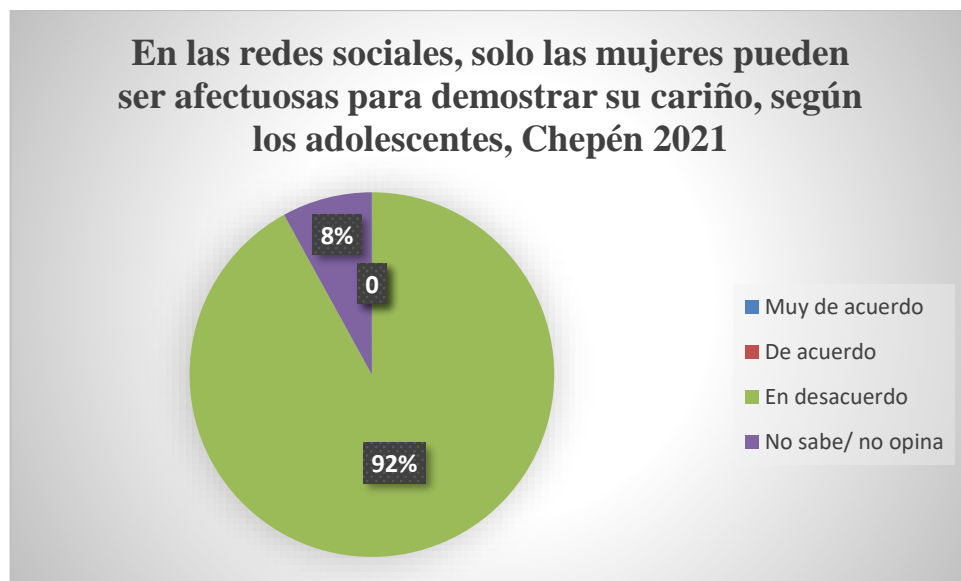


Figura 21: En las redes sociales, solo las mujeres pueden ser afectuosas para demostrar su cariño, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 23 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 24.

En las redes sociales, se debe difundir que los varones son los responsables de mantener económicamente a sus familias, según los adolescentes, Chepén 2021

En las redes sociales, se debe difundir que los varones son los responsables de mantener económicamente a sus familias		
Ítem	F	%
Muy de acuerdo	0	0
De acuerdo	5	20.83
En desacuerdo	19	79.17
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: En nuestra sociedad, aún persiste el estereotipo de que el sustento económico familiar debe recaer principalmente en los varones, cargando de esta manera, las actividades fuera del hogar para el varón, en esta investigación, el 20.83% está de acuerdo con esa premisa.

Lo que denota que este pensamiento aún no ha sido erradicado, a pesar del empoderamiento femenino, que ha hecho que cada vez más mujeres trabajen y sean el sustento principal de sus hogares.

En las redes sociales, se debe difundir que los varones son los responsables de mantener económicamente a sus familias, según los adolescentes, Chepén 2021

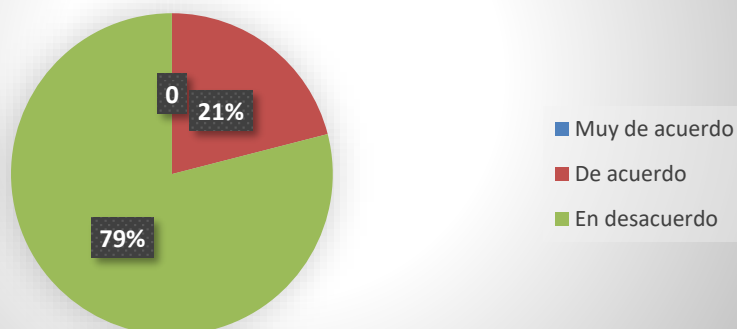


Figura 22: En las redes sociales, se debe difundir que los varones son los responsables de mantener económicamente a sus familias, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 24 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 25.

En las redes sociales, se debe difundir que las mujeres tienen el rol de preocuparse de la casa y el cuidado de los hijos, según los adolescentes, Chepén 2021.

En las redes sociales, se debe difundir que las mujeres tienen el rol de preocuparse de la casa y del cuidado de los hijos		
Ítem	F	%
Muy de acuerdo	0	0
De acuerdo	8	33.33
En desacuerdo	16	66.67
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: En la sociedad peruana aún persiste el estereotipo de que las mujeres han nacido solo para procrear y cuidar de su hogar, siendo el 33.33% quienes están de acuerdo con esta premisa.

A pesar de que, en los últimos años, las mujeres cada vez han accedido a más oportunidades para estudiar y trabajar, y por ende para superarse, y así poder cumplir sus metas. Por otra parte, este enfoque de género ha hecho que los varones compartan las tareas del hogar. Por ello, el 67% opina que está en desacuerdo con difundir el llamado “rol natural” de la mujer, propio de la cultura machista.

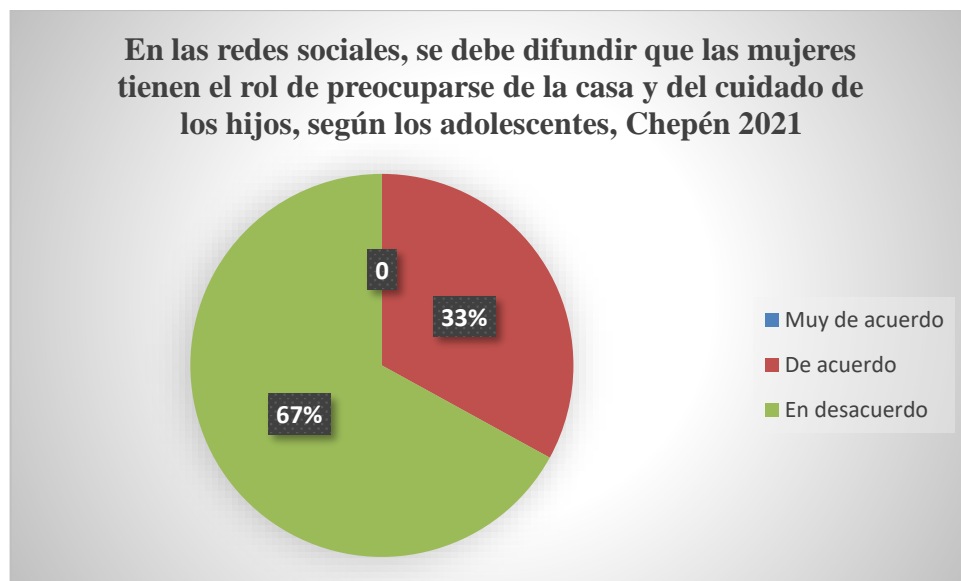


Figura 23: En las redes sociales, se debe difundir que las mujeres tienen el rol de preocuparse de la casa y el cuidado de los hijos, según los adolescentes, Chepén 2021.
Fuente: Tabla 25 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 26.

Los perfiles virtuales deben demostrar que los varones están más capacitados para desempeñar tareas de liderazgo y desarrollo profesional, según los adolescentes, Chepén 2021

Los perfiles virtuales deben demostrar que los varones están más capacitados para desempeñar tareas de liderazgo y desarrollo profesional		
Ítem	F	%
Muy de acuerdo	3	12.5
De acuerdo	1	4.17
En desacuerdo	20	83.33
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: En el mundo virtual, es común observar varios perfiles de varones, que en su mayoría buscan demostrar que ellos están más capacitados para desempeñar tareas de liderazgo y desarrollo profesional; y aunque las empresas y marcas también contratan a mujeres para ese tipo de difusión, aún en su mayoría siguen siendo protagonistas los varones.

Por ello, el 83.33% refiere que está en desacuerdo, con difundir que, en el desempeño de tareas de liderazgo y desarrollo profesional, los varones se encuentran más capacitados.

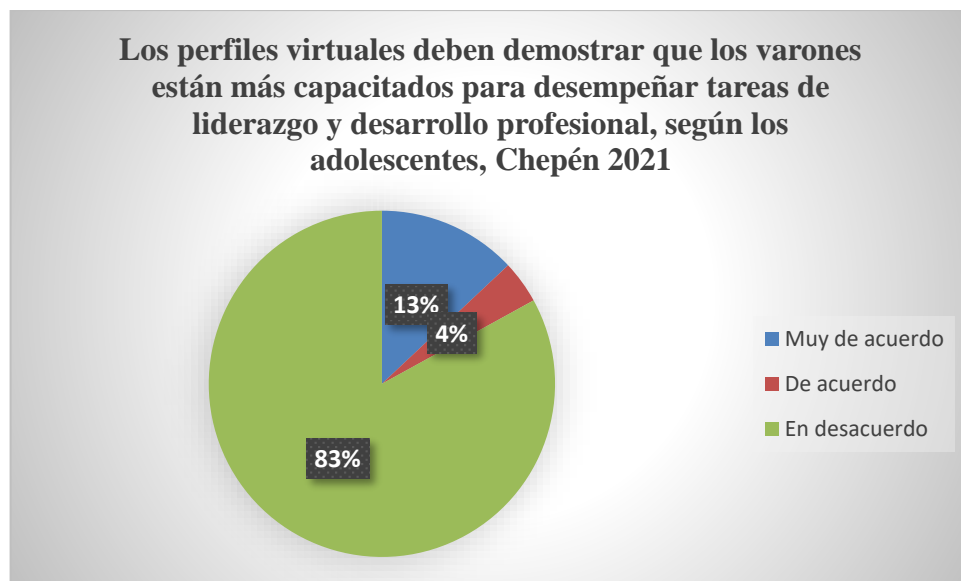


Figura 24: Los perfiles virtuales deben demostrar que los varones están más capacitados para desempeñar tareas de liderazgo y desarrollo profesional, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 26 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Tabla 27.

Los perfiles virtuales deben demostrar que las mujeres están más predispuestas para desempeñar trabajos con su imagen, según los adolescentes, Chepén 2021

Los perfiles virtuales deben demostrar que las mujeres están más predispuestas para desempeñar trabajos con su imagen

Ítem	F	%
Muy de acuerdo	6	25
De acuerdo	2	8.33
En desacuerdo	16	66.67
Total	24	100

Fuente: Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

Interpretación: Este es el estereotipo más palpable en las RS y en la sociedad en general; ya que es común ver a perfiles virtuales de mujeres, donde en su esencia trabajan con su imagen, es decir con su apariencia física, para lo cual gastan en ropa, maquillaje, tratamientos, gimnasio y demás.

Por lo cual, el 66.67% está en desacuerdo con seguir difundiendo esta premisa, ya que las mujeres poseen un potencial, más allá de su apariencia física. Se olvida a veces que las mujeres han hecho historia en su paso por la ciencia, la tecnología y demás ramas del saber. Sin embargo, en la publicidad en RS, aún se utiliza la imagen femenina estereotipada para obtener ganancias y más clientes.

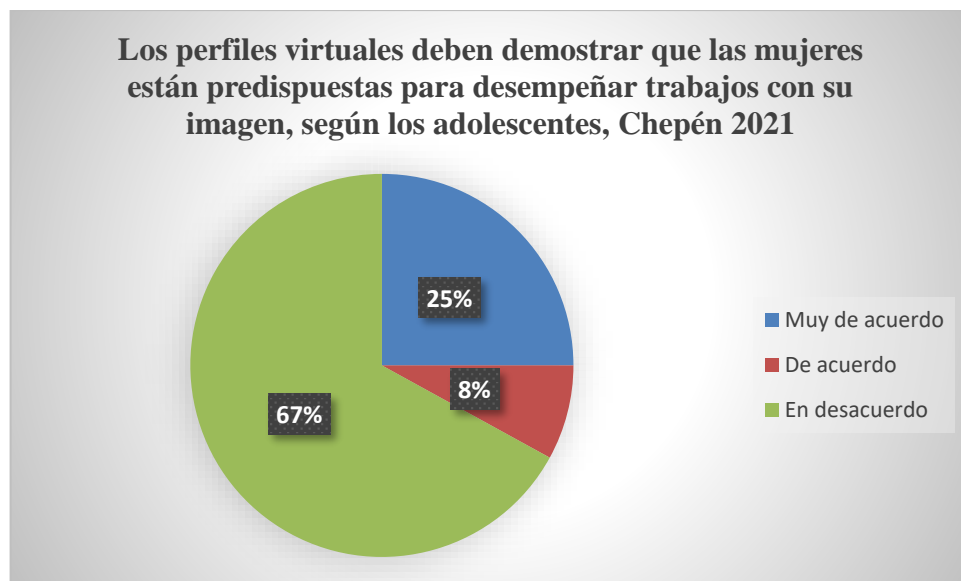


Figura 25: Los perfiles virtuales deben demostrar que las mujeres están más predispuestas para desempeñar trabajos con su imagen, según los adolescentes, Chepén 2021.

Fuente: Tabla 27 – Encuesta realizada en el mes de noviembre del 2021.

3.2. Discusión.

En este punto de la investigación, se detalla el resultado que se tiene de la hipótesis en cuanto a su aceptación o rechazo. Además de precisar el análisis del instrumento de recolección de datos junto con el estudio de diferentes teóricos como Serge Moscovici, autor de la Teoría de las Representaciones Sociales (TRS); Henry Tajfel con su Teoría de la Identidad Social (TIS) y Jurgen Habermas con su Teoría de la Acción Social (TAS).

Siendo el objetivo general, determinar la relación de las Redes Sociales y Estereotipos de Género, se empleó 1 instrumento de evaluación debidamente validado por 3 expertos, quienes adaptaron el contenido según el contexto donde fue aplicado. Además, se ha contado con el criterio estadístico de validez y confiabilidad mediante la fórmula de Spearman que mide la correlación entre las variables.

En ese sentido, se consideró una muestra de 24 adolescentes del quinto año A de la institución educativa N° 80830 Zoila Hora de Robles, una cantidad necesaria para lograr el propósito de la investigación para llegar a conclusiones objetivas y confiables. Cabe recalcar que dentro de las limitaciones encontradas estuvo el contexto de pandemia y crisis sanitaria por el Covid 19, sin embargo, se logró la aplicación del instrumento previa coordinación con la docente encargada del aula.

Así, de acuerdo a los criterios mencionados, se encontró que existe una relación directa fuerte entre las R.S. y E.G. en los adolescentes del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles.

Por otra parte, en cuanto a los resultados del instrumento y los teóricos considerados para esta investigación; se encuentra que, en la TRS, se menciona que las representaciones sociales cumplen funciones tales como interiorizar una realidad externa; que, plasmado en este estudio, convierte al uso de las RS en parte del día a día de los adolescentes.

Comenzando con que el 100% de los adolescentes encuestados usan una red social en su día a día, y en las cuales establecen sus relaciones sociales con temas afines: de amistad (y el deporte) con el 66.67%, lo que argumenta lo mencionado.

De la misma manera, esta teoría, habla sobre el pensamiento colectivo y la reflexividad de los grupos; los cuales desarrollan la identidad social, con conductas y decisiones en cadena, aprendidas en el grupo o comunidad virtual. De acuerdo a ello, las relaciones que los adolescentes establecen en Redes Sociales, el 66.67% establecen relaciones de amistad con otras personas, es decir interactúan con otros, formando aquel pensamiento colectivo. Donde el 54.17% intercambian contenidos sobre sus intereses en común.

Siendo los grupos o comunidades virtuales donde los adolescentes participan, generalmente las relacionadas a sus hobbies como son la música, las películas y los memes con el 37.5%; y con menor cantidad el 16.67% quienes eligen grupos donde se comparte información: noticias. Estos resultados, evidencian que la mayor parte de los adolescentes interactúan con contenido donde se puede encontrar diversos estereotipos de género en la imagen y belleza tanto femenina como masculina; en los grupos musicales, los actores, actrices, modelos, etc.

Así, la TIS, hace mención que la imagen que los individuos tienen de sí mismos, son aportados en gran medida por la pertenencia a ciertos grupos. Por una parte, dicha pertenencia genera un compromiso del adolescente con la comunidad virtual o grupo con el que interactúa; así lo demuestran los resultados, el 95.85% de los adolescentes respetan y cumplen los acuerdos establecidos en la comunidad virtual o grupo.

Cuando se preguntó con qué comunidad virtual se identificaban en especial las mujeres adolescentes; se encontró que el 20.83% se identifica con comunidades sobre series “muy femeninas”, así como comunidades sobre cantantes de moda con el 8.33%, del mismo modo grupos feministas con la misma cifra de 8.33%. Siendo los dos primeros espacios donde se difunden estereotipos de género mientras que por otro lado los grupos feministas con un menor porcentaje, se convierte en un espacio que busca educar acerca de los estereotipos para desaprenderlos, sin embargo, aún sigue teniendo menos acogida en los adolescentes.

En cuanto a los estereotipos como tal, la TIS, habla de la atracción social, en el cual los sujetos son apreciados según un prototipo grupal, existiendo una mayor atracción en la medida en que son percibidos como más estereotipados. Al contrastarla con los resultados, los adolescentes reconocen que, tanto mujeres como varones presentan una preocupación por demostrar su buena apariencia y belleza en las redes sociales, siendo las principales razones las siguientes, el 50% lo hace por la aprobación de su apariencia física, el 37.5% por querer imitar estereotipos inalcanzables. Ambas respuestas relacionadas a la reproducción de EG en las RS.

Por su parte, en la TAS, menciona que, en la actualidad, la acción estratégica tiende a “colonizar” espacios de interacción. Además, se estudia al aspecto cultural como representaciones simbólicas. Que se acrecienta en la interacción entre los individuos conformando un entendimiento intersubjetivo. Resaltando que lo simbólico está relacionado con los estereotipos, por pertenecer estos últimos a una construcción social a lo largo de los años.

Es por ello que el 37.5% menciona que los chicos “son groseros” en las redes sociales, el 33.33% refieren tienen ese comportamiento para encajar en un grupo, el 12.5% refiere que se debe a la influencia de estereotipos, seguido del 4.17% para demostrar superioridad y cosificar a la mujer. Del mismo modo, mencionan que las mujeres, en las redes sociales, con el 25% “son delicadas”, por su parte el 20% refiere explícitamente que se debe a los estereotipos. Como bien se ha discutido, en la presente investigación, ello evidencia que se encuentran presente los estereotipos en las redes sociales; los cuales generan una reproducción de estereotipos difundidos culturalmente.

Sin embargo, también se encontró que existe cierta consciencia por parte de los adolescentes para identificar y desaprender dichos estereotipos de género, y ello se ve evidenciado en los resultados de las 7 últimas tablas, que están referidas a Estereotipos de género usualmente difundidos en la sociedad y que podrían estar presente en las redes sociales; como que las mujeres deben permanecer en primera fila del cuidado familiar, y los varones son los responsables del sustento económico, o que las mujeres solo cuentan con su apariencia física para surgir mientras que los

varones tienen y deben tener una ascendente carrera profesional compartida en los espacios virtuales.

Aquí es posible agregar, por un lado, que las respuestas de los adolescentes no significan necesariamente que no encontremos estos estereotipos en las redes sociales, sino más bien puede deberse a que con la aparición del enfoque de género en nuestra sociedad, los adolescentes han aprendido a identificar y no reproducir ciertos estereotipos de género, como los ya mencionados, sin desterrarlos en su totalidad. Pero eso ya sería motivo para posteriores investigaciones que puedan profundizar en ello. Lo importante es resaltar que la relación entre las variables está presente, y se puede concluir que a más uso de las redes sociales mejor son los estereotipos de género en dichos adolescentes. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

IV. CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

1. Se han constatado características de los estereotipos de género, lo cual significa que se encuentran presentes en la vida cotidiana y en las herramientas, ahora tecnológicas que utilizan los adolescentes del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles, mediante paradigmas y preceptos del rol que deben asumir según su sexo; cabe recalcar que, se ha podido identificar que en el grupo estudiado podría existir un grado de consciencia sobre el enfoque de género y lo que ello implica, ya que rechazan ciertos estereotipos sobre todo físicos, sin embargo, no se han desterrado en su totalidad.
2. Las redes sociales en un mundo de globalización y con el auge de la tecnología se han convertido en herramientas de interacción y comunicación entre los adolescentes del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles. En la presente investigación se ha logrado reflejar la imagen predominante que tienen las nuevas tecnologías en los adolescentes para establecer vínculos, grupos y conversaciones en torno a sus intereses en común; que en esa etapa se encuentran entre la casa, el colegio y sus propios gustos.
3. Los resultados sobre las redes sociales y los estereotipos de género en los adolescentes del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles; ayudan a constatar la relación existente entre las dos variables de estudio, y se evidencia mediante las comunidades a las que pertenecen los adolescentes, los artistas a los que siguen, y contenidos visuales como fotos con el que constantemente interactúan. Destacando que en las redes sociales lo que predomina es la imagen y cómo esta se publicita o difunde; por el cual se puede deducir que los estereotipos de género de tipo físicos y los ligados a los roles están arraigados en el material que visualizan los adolescentes día a día.

V. CAPÍTULO V: RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

1. La presente investigación permitirá sentar las bases para posteriores estudios sobre estereotipos de género en adolescentes; partiendo de la premisa de que sí existe esta relación con las redes sociales. Lo cual facilitará a los padres familia y a los profesores de aulas de secundaria entender la opinión de los menores de edad y su conocimiento en primera instancia sobre lo que son los estereotipos de género y cómo generan desigualdad en la sociedad. Por lo mismo, se recomienda, indagar sobre el tema de estudio para profundizar el alcance de los resultados mediante folletos, trípticos, talleres, etc.
2. A los padres de familia y a los profesores de aula de secundaria les permitirá indagar sobre el contenido que los adolescentes revisan, visualizan, comparten y divulgan en las redes sociales. Por lo mismo, se recomienda generar espacios de debate, foros y talleres; con el fin de guiar y orientar qué contenido, comunidad o grupo puede ser inofensivo o no para su edad; identificando y previniendo los riesgos y amenazas en la red.
3. A los padres de familia y a los profesores de aula de secundaria les ayudará indagar sobre los estereotipos de género en las redes sociales con los que los adolescentes interactúan; por lo mismo, podrán replicar las preguntas realizadas en el instrumento, a sus hijos o alumnos y así poder identificar qué estereotipos se encuentran presentes en cada caso específico y en cada red social, generando desigualdad en su desarrollo y trato entre pares; y de esa manera reforzar el rechazo consciente que algunos adolescentes demuestran a ciertos estereotipos y fomentando el debate abierto sobre lo que es correcto seguir o no en los medios de comunicación en los que aún no toman consciencia.

BIBLIOGRAFÍA REFERENCIADA.

- Apaza, M. y Arratia, K. (2019). *Estereotipos de Género sexistas presentes en la interacción social de los estudiantes de 4to y 5to de secundaria de la I.E. Jorge Basadre Grohmann*". Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Bustamante, N. y Montoya, P. (2020). *Estereotipos de género en estudiantes de la Institución Educativa El Triunfo Santa Teresa*. Universidad de Antioquia.
- Cáceres, E. y Otoya, K. (2021). *Construcción de la Identidad en la adolescencia a través del uso de redes sociales*. Universidad Femenina del Sagrado Corazón.
- Colque, L. (2018). *Usos de las redes sociales y su impacto en las relaciones interpersonales de los adolescentes de cuarto grado de secundaria de un colegio particular de clase media alta en Lima*. Universidad Antonio Ruiz de Montoya.
- Galván, K. (2019). *Estereotipos en adolescentes de una institución educativa pública 2018*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Garrido, L. (2011). *Habermas y la teoría de la Acción Comunicativa*. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación.
- Islas, O. (2015). *Cifras sobre jóvenes y redes sociales en México*. Entretextos - Universidad Iberoamericana León.
- Materán, A. (2008). *Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa*. Geoenseñanza.
- Mazzini, C. (2019). *¿De qué hablamos cuando hablamos de género en Facebook? Construcción de discursos y estereotipos sobre mujeres y feminismos en grupos online*. Universidad Nacional de La Plata.
- Reolid, R. (2018). *Usos de internet y redes sociales por parte de adolescentes y estudiantes de ciencia de la salud*. Universidad de Castilla - La Mancha.
- Sánchez, N. (2019). *Estereotipos de Género en la red: Análisis de las Conversaciones Internacionales sobre la Sociedad Digital dentro del Proyecto Horizon 2020 "Wyred: Networked Youth Research for Empowerment in the Digital Society"*. Universidad de Salamanca.
- Scandroglio, B., López, J., San José, M. (2008). *La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversia*. Psicothema.
- Sickles, M. (2019). *Estereotipos de Roles de Género y conductas agresivas en adolescentes de una Institución Educativa Pública de Villa El Salvador*. Universidad Nacional Federico Villareal.

Solares, B. (1996). *La teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas: tres complejos temáticos*.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Operacionalización de variables.

Tabla 28.

Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA INSTRUMENTO
Redes Sociales	Servicio que permite tener un perfil, un inventario de usuarios, examinar la lista de contactos, espacios sociales diseñados para facilitar la comunicación, la colaboración y el intercambio de contenidos a través de redes de contactos, con las que los usuarios pueden administrar, construir y representar sus redes sociales en línea. (CHILDREN INTERNATIONAL, 2008)	Es el proceso de examinar las dimensiones como Interacción social, Comunidad virtual, Representación social y Software social.	Software social	Conversaciones entre grupos	Encuesta/ Cuestionario
				Ayuda Mutua	
				Retroalimentación	
				Herramientas cognitivas	
			Interacción social	Relaciones	
				Comunicación	
				Simbología (intercambio de contenidos)	
				Fidelización	
			Comunidad virtual	Compromiso	
				Participación	
				Intereses comunes	
			Representación social	Percepción	
				Categorización	
				Significación	
				Identidad	

Estereotipos de Género	Son modelos o patrones de conducta que definen cómo deben ser, actuar, pensar y sentir las mujeres y los hombres en una sociedad; representan un conjunto de atributos o características que se les asignan. (Secretaría de las Mujeres del Estado de Zacatejas, 2021)	Son procesos mediante el cual las creencias y atribuciones preconcebidas sobre cómo deben ser y cómo deben comportarse las personas, según su sexo , se vinculan con el comportamiento social, la responsabilidad social y emociones.	Sociabilidad	Responsabilidad social	Encuesta/ Cuestionario
				Comportamiento Social	
			Expresividad social	Emociones	
				Expresión afectiva	
				Cuerpo	
				Competencias y Capacidades	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2: Validez del instrumento de la investigación.

**Redes Sociales y Estereotipos de Género en los adolescentes del 5to año A de la I.E.
N° 80830 Zoila Hora de Robles, Chapén 2021**

I. INFORMACIÓN GENERAL PARA EL PROCESO DE EVALUACIÓN

1.1. Fecha De Evaluación: 22/10/2021

1.2. Apellidos Y Nombres: Olivos Faya Jesus Martin

1.3. Cargo Que Desempeña (Experiencia Profesional): Gestor público.

1.4. Grado Académico Que Ostenta: Lic. Sociología

II. DATOS DEL AUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

2.1. Apellidos y Nombres: Torres Cortez, Janet Isabel

2.2. Código Universitario: 161714F

2.3. N° DNI: 71599585

III. INFORMACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Título Del Proyecto De Investigación: Redes Sociales y Estereotipos de Género en los adolescentes del 5to año A de la I.E. 80830 Zoila Hora de Robles, Chapén 2021

3.2. Objetivos Del Proyecto De Investigación:

- ❖ Identificar las características de los estereotipos de género en los adolescentes.
- ❖ Describir las dimensiones de las redes sociales en los adolescentes.
- ❖ Analizar la relación entre las redes sociales y los estereotipos de género en los adolescentes.

3.3. Variables Investigadas:

- ❖ Redes Sociales
- ❖ Estereotipos de Género

IV. PERTINENCIA DE LAS PREGUNTAS CON LOS OBJETIVOS

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Cuestionario	X		

OBSERVACIONES:

V. PERTINENCIA DE LAS PREGUNTAS CON LA(S) VARIABLE(S):

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Cuestionario	X		

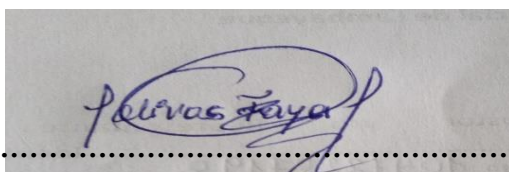
OBSERVACIONES:**VI. REDACCIÓN DE LAS PREGUNTAS:**

INSTRUMENTO	ADECUADA	INADECUADA
Cuestionario	X	

OBSERVACIONES: _____

Mediante el presente documento doy fe que he analizado el instrumento y cumple adecuadamente con los objetivos propuestos y el proceso de operacionalización de las variables, éste último desde la definición conceptual de las variables, su definición operacional, y finalmente la elaboración de sus indicadores.

Expedido el presente documento para los fines pertinentes.

IX. FIRMA CORRESPONDIENTE:

LIC.SOC.OLIVOS FAYA JESUS MARTIN

DNI N°: 47228719



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

ENCUESTA SOBRE: Redes Sociales y Estereotipos de Género - 2021.



Edad: _____ años

Sexo: F () M ()

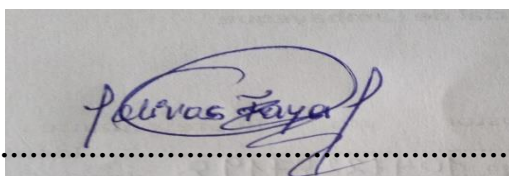
1. ¿Dentro de las comunicaciones que tiene por redes, qué tipo de conversaciones establece?
2. ¿En tus redes sociales se establecen relaciones de cooperación o ayuda entre sus contactos?
3. ¿Al hacer uso de tus redes sociales, cuáles son las relaciones que buscas con otras personas?
4. ¿En la comunicación con otra persona vía red social, qué tipo de información o contenidos intercambia?
5. ¿Actualmente perteneces o formas parte de grupos o comunidades virtuales en Facebook u otras redes sociales, qué buscas integrando estos grupos?
6. ¿En qué medida participas de comunidades virtuales?
 - a) A menudo
 - b) Rara vez
 - c) Nunca
7. ¿En la participación en comunidades virtuales, con qué tipo de personas estable compromisos?
8. ¿Respetas los compromisos o acuerdos que se establecieron en el momento de integrar o formar parte de comunidades virtuales?

9. ¿Consideras que existen redes o comunidades virtuales integradas únicamente por varones?
10. ¿Consideras que existen redes o comunidades virtuales integradas únicamente por mujeres?
11. ¿Por qué crees que existen estos grupos cerrados, a qué se debe su existencia?
12. ¿Te identificas con alguna red o comunidad virtual integrada únicamente por varones?
¿Cuál es? (responden varones)
13. ¿Te identificas con alguna red o comunidad virtual integrada únicamente por mujeres?
¿Cuál es? (responden mujeres)
14. ¿Consideras que el atractivo masculino que visualizas en las redes sociales está en un cuerpo fuerte, robusto y vigoroso?
 - a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
15. ¿Consideras que el atractivo femenino que visualizas en las redes sociales está en un cuerpo delicado frágil y ligero?
 - a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
16. ¿Consideras que en las redes sociales las mujeres y varones tienen una preocupación excesiva por demostrar su buena apariencia y belleza? ¿Por qué?
17. ¿Consideras que, en las redes sociales los comportamientos atrevidos, osados e intrépidos predominan en los varones? ¿Por qué?
18. ¿Consideras que, en las redes sociales los comportamientos discretos, prudentes y recatados predominan en las mujeres? ¿Por qué?
19. ¿Consideras que, en las redes sociales, es extraño que los varones expresen sus sentimientos?

20. ¿Estás de acuerdo con que, las mujeres son más propensas a publicar su estado de ánimo, en las redes sociales?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
21. ¿Estás de acuerdo con que, en las redes sociales, solo las mujeres pueden ser afectuosas para demostrar su cariño, pero los varones no?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
22. ¿En las redes sociales, se difunde la imagen que los varones son los responsables de mantener económicamente a sus familias?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
23. ¿En las redes sociales, se difunde la imagen que las mujeres deben preocuparse de la casa y del cuidado de sus hijos?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
24. ¿Consideras que, los perfiles virtuales están orientados a demostrar que los varones están más capacitados para desempeñar tareas de liderazgo y desarrollo profesional?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
25. ¿Consideras que, los perfiles virtuales están orientados a demostrar que las mujeres están más predispuestas para desempeñar trabajos con su imagen?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo

**RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL
INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

	Janet Isabel Torres Cortez
APROBADO (VALIDADO)	X
OBSERVADO	
RECHAZADO	



.....
LIC.SOC.OLIVOS FAYA JESUS MARTIN

DNI N°: 47228719

**FICHA DE VALIDACIÓN
DEL INSTRUMENTO**

1.1 Nombres y apellidos del validador : **Mag. Ronald Minchola Alza**
 1.2 Cargo e institución donde labora : **Docente de la Universidad Nacional de Piura**
 1.3 Nombre del instrumento evaluado : **Cuestionario de Encuesta**
 1.4 Autor del instrumento : **Janet Isabel Torres Cortez**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.

1. Deficiente (Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador).
2. Regular (Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador).
3. Buena (Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador).

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Observaciones Sugerencias
Criterios	Indicadores	D	R	B	
• PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• COHERENCIA	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> X	
• CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• OBJETIVIDAD	Los ítems se expresan en comportamientos y acciones observables.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez).	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
• ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
CONTEO TOTAL					
(Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador)		C	B	A	Total

**Coefficiente
de validez**

$$\frac{A + B + C}{30} = 29/30: 0.97$$

Intervalos	Resultado
0,00 – 0,49	• Validez nula
0,50 – 0,59	• Validez muy baja
0,60 – 0,69	• Validez baja
0,70 – 0,79	• Validez aceptable
0,80 – 0,89	• Validez buena
0,90 – 1,00	• Validez muy buena

III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

Piura, noviembre del 2021



Mag. Ronald Minchola Alza
 Docente UNP
 DNI: 18130328

**FICHA DE VALIDACIÓN
DEL INSTRUMENTO**

1.1 Nombres y apellidos del validador : **Mag. Pablo César Peña Martínez**
 1.2 Cargo e institución donde labora **Docente de la Universidad Nacional de Piura**
 1.3 Nombre del instrumento evaluado **Cuestionario de Encuesta**
 1.4 Autor del instrumento **Janet Isabel Torres Cortez**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.

1. Deficiente (Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador).
2. Regular (Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador).
3. Buena (Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador).

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Observaciones Sugerencias
Criterios	Indicadores	D	R	B	
• PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• COHERENCIA	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• OBJETIVIDAD	Los ítems se expresan en comportamientos y acciones observables.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
• FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> X	<input type="checkbox"/>	
• ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X <input type="checkbox"/>	
CONTEO TOTAL					
(Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador)		C	B	A	Total

**Coefficiente
de validez**

$$\frac{A + B + C}{30} = 29/30 = 0.97$$

Intervalos	Resultado
0,00 – 0,49	• Validez nula
0,50 – 0,59	• Validez muy baja
0,60 – 0,69	• Validez baja
0,70 – 0,79	• Validez aceptable
0,80 – 0,89	• Validez buena
0,90 – 1,00	• Validez muy buena

III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

Piura, noviembre de 2021



Mag. Pablo César Peña Martínez
DNI: 41894547

Anexo 3: Técnica – Encuesta.



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

ENCUESTA SOBRE: Redes Sociales y Estereotipos de Género - 2021.



Edad: _____ años

Sexo: F () M ()

1. ¿Dentro de las comunicaciones que tiene por redes, qué tipo de conversaciones establece?
2. ¿En tus redes sociales se establecen relaciones de cooperación o ayuda entre sus contactos?
3. ¿Al hacer uso de tus redes sociales, cuáles son las relaciones que buscas con otras personas?
4. ¿En la comunicación con otra persona vía red social, qué tipo de información o contenidos intercambia?
5. ¿Actualmente perteneces o formas parte de grupos o comunidades virtuales en Facebook u otras redes sociales, qué buscas integrando estos grupos?
6. ¿En qué medida participas de comunidades virtuales?
 - a) A menudo
 - b) Rara vez
 - c) Nunca
7. ¿En la participación en comunidades virtuales, con qué tipo de personas estable compromisos?
8. ¿Respetas los compromisos o acuerdos que se establecieron en el momento de integrar o formar parte de comunidades virtuales?

9. ¿Consideras que existen redes o comunidades virtuales integradas únicamente por varones?
10. ¿Consideras que existen redes o comunidades virtuales integradas únicamente por mujeres?
11. ¿Por qué crees que existen estos grupos cerrados, a qué se debe su existencia?
12. ¿Te identificas con alguna red o comunidad virtual integrada únicamente por varones? ¿Cuál es? (responden varones)
13. ¿Te identificas con alguna red o comunidad virtual integrada únicamente por mujeres? ¿Cuál es? (responden mujeres)
14. ¿Consideras que el atractivo masculino que visualizas en las redes sociales está en un cuerpo fuerte, robusto y vigoroso?
 - a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
15. ¿Consideras que el atractivo femenino que visualizas en las redes sociales está en un cuerpo delicado frágil y ligero?
 - a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
16. ¿Consideras que en las redes sociales las mujeres y varones tienen una preocupación excesiva por demostrar su buena apariencia y belleza? ¿Por qué?
17. ¿Consideras que, en las redes sociales los comportamientos atrevidos, osados e intrépidos predominan en los varones? ¿Por qué?
18. ¿Consideras que, en las redes sociales los comportamientos discretos, prudentes y recatados predominan en las mujeres? ¿Por qué?
19. ¿Consideras que, en las redes sociales, es extraño que los varones expresen sus sentimientos?

20. ¿Estás de acuerdo con que, las mujeres son más propensas a publicar su estado de ánimo, en las redes sociales?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
21. ¿Estás de acuerdo con que, en las redes sociales, solo las mujeres pueden ser afectuosas para demostrar su cariño, pero los varones no?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
22. ¿En las redes sociales, se difunde la imagen que los varones son los responsables de mantener económicamente a sus familias?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
23. ¿En las redes sociales, se difunde la imagen que las mujeres deben preocuparse de la casa y del cuidado de sus hijos?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
24. ¿Consideras que, los perfiles virtuales están orientados a demostrar que los varones están más capacitados para desempeñar tareas de liderazgo y desarrollo profesional?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
25. ¿Consideras que, los perfiles virtuales están orientados a demostrar que las mujeres están más predispuestas para desempeñar trabajos con su imagen?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo

Anexo 4: Constancia de originalidad de Tesis

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo, Julio César Sevilla Exebio, usuario revisor del documento titulado: Redes sociales y estereotipos de género en los adolescentes del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles, Chepén 2021.

Cuyo autor es, Janet Isabel Torres Cortez, identificado con documento de identidad 71599585; declaro que la evaluación realizada por el Programa informático, ha arrojado un porcentaje de similitud de 16%, verificable en el Resumen de Reporte automatizado de similitudes que se acompaña.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas dentro del porcentaje de similitud permitido no constituyen plagio y que el documento cumple con la integridad científica y con las normas para el uso de citas y referencias establecidas en los protocolos respectivos.

Se cumple con adjuntar el Recibo Digital a efectos de la trazabilidad respectiva del proceso.

Lambayeque, 6 de enero del 2023



Julio César Sevilla Exebio
DNI: 17407478
ASESOR

Anexo 5: Recibo Digital Turnitin



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Janet Isabel Torres Cortez.
Título del ejercicio: Tesis de Pre Gra. Sociolog
Título de la entrega: Redes sociales y estereotipos de género en los adolescentes...
Nombre del archivo: Torres_Cortez_Janet_Isabel_-_Informe_Final_PREGRADO_1.docx
Tamaño del archivo: 670.38K
Total páginas: 96
Total de palabras: 13,827
Total de caracteres: 73,494
Fecha de entrega: 22-dic.-2022 11:12p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre... 1986070154

Dr. Julio César Sevilla Exebio
ASESOR

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICAS SOCIALES Y
EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA

TESIS
Redes sociales y estereotipos de género en los adolescentes del 8to año A de
la I.E. N° 80839 Zaña Hora de Robles, Chicla 2021

Presentada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Sociología

Investigadora: Torres, Cortez, Janet Isabel
Asesor: Sevilla, Exebio, Julio César

Lambayeque - Perú
2022

Anexo 6: Resumen del reporte de similitud del Software Turnitin

**Redes sociales y estereotipos
de género en los adolescentes
del 5to año A de la I.E. N° 80830
Zoila Hora de Robles, Chepén
2021**

por Janet Isabel Torres Cortez

Fecha de entrega: 22-dic-2022 11:12p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1986070154

Nombre del archivo: Torres_Cortez_Janet_Isabel_-_Informe_Final_PREGRADO_1.docx (670.38K)

Total de palabras: 13827

Total de caracteres: 73494



Dr. Julio César Sevilla Exebio
ASESOR

Redes sociales y estereotipos de género en los adolescentes
del 5to año A de la I.E. N° 80830 Zoila Hora de Robles, Chepén
2021

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Trabajo del estudiante	1%
8	repositoriotec.tec.ac.cr	



Dr. Julio César Sevilla Exebio

ASESOR

	Fuente de Internet	<1 %
9	riaa.uaem.mx Fuente de Internet	<1 %
10	eprints.ucm.es Fuente de Internet	<1 %
11	www.thefreelibrary.com Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	www.iztacala.unam.mx Fuente de Internet	<1 %
14	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
15	1library.co Fuente de Internet	<1 %
16	www.unidadlatina.org Fuente de Internet	<1 %
17	tauja.ujaen.es Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to Unviersidad de Granada Trabajo del estudiante	<1 %
19	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



Dr. Julio César Sevilla Exebio

ASESOR

20	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
21	repositorio.flacsoandes.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
22	codiceinformativo.com Fuente de Internet	<1 %
23	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	Submitted to Corporación Universitaria del Caribe Trabajo del estudiante	<1 %
27	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	<1 %
28	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
29	Submitted to Universidad de La Laguna Trabajo del estudiante	<1 %
30	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



Dr. Julio César Sevilla Exebio

ASESOR

31	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	<1 %
32	www.grupocieg.org Fuente de Internet	<1 %
33	www.monografias.com Fuente de Internet	<1 %
34	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	<1 %
35	documents.mx Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.uchile.cl Fuente de Internet	<1 %
37	Submitted to Universidad Autónoma de Nuevo León Trabajo del estudiante	<1 %
38	Submitted to Universidad Santo Tomas Trabajo del estudiante	<1 %
39	biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
40	cdhezac.org.mx Fuente de Internet	<1 %
41	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



Dr. Julio César Sevilla Exebio

ASESOR

42	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
43	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
44	www.ccsenet.org Fuente de Internet	<1 %
45	www.scipedia.com Fuente de Internet	<1 %
46	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
47	search.scielo.org Fuente de Internet	<1 %
48	cpk-front-devel.mzk.cz Fuente de Internet	<1 %
49	dialnet.unirioja.es Fuente de Internet	<1 %
50	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
51	redi.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
52	repository.lasalle.edu.co Fuente de Internet	<1 %
53	www.cepchile.cl Fuente de Internet	<1 %



Dr. Julio César Sevilla Exebio

ASESOR

54	www.sciencegate.app Fuente de Internet	<1 %
55	Jiménez-Cortés, Rocío. "The influence of informal learning processes of social network sites on the subjective well-being of women in rural areas / La influencia de procesos de aprendizaje informal en las redes sociales digitales en el bienestar subjetivo de mujeres de zonas rurales", Cultura y Educación, 2015. Publicación	<1 %
56	chat.iztacala.unam.mx Fuente de Internet	<1 %
57	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
58	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
59	repository.ucc.edu.co Fuente de Internet	<1 %
60	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
61	www.rewildingargentina.org Fuente de Internet	<1 %
62	archive.org Fuente de Internet	<1 %



Dr. Julio César Sevilla Exebio

ASESOR

Excluir citas Apagado
Excluir bibliografía Apagado

Excluir coincidencias Apagado



Dr. Julio César Sevilla Exebio

ASESOR