

Construcción de la identidad: Estereotipos de género mediados a través de Internet

Vanessa Guadalupe Huerta Sánchez (*) vanexsel@gmail.com
Karen Marlen Morales Valadez (*) kar-mar@outlook.es
Kevin Ángel Reyes González (*) kevin.reyes.gonzalez@gmail.com
Claudia Indira Reyes Morales (*) yayapiscis@hotmail.com

Cómo citar este texto: Huerta, V. G., Morales, K. M., Reyes, K. A. y Reyes, C. I. (2016). Construcción de la identidad: Estereotipos de género mediados a través de Internet. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 2(4), 53-65.

RESUMEN

La llegada de la era digital, ha producido cambios importantes en la organización social y en las cogniciones individuales. Por lo tanto, el objetivo del estudio fue comprobar si el uso del Internet influye de manera significativa en la construcción de la identidad de género, así como en diversas esferas del autoconcepto. Para lo cual se aplicó una batería de pruebas compuesta por el CAG, el IAT y el Inventario de Roles Sexuales a 44 estudiantes de secundaria con 19 mujeres y el resto hombres. Para la elaboración de los resultados se utilizó la prueba R de Pearson y se encontraron correlaciones significativas en el uso de internet y rol de género ($P=0.774$), uso de internet y autoevaluación personal ($P=0.571$), rol de género y autoevaluación personal ($P=0.565$), rol de género y sensación de control ($P=0.623$). A partir de los resultados se propone un taller para fomentar la construcción de identidad.

Palabras clave: uso de internet, autoconcepto, rol de género, correlación.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la explosión y expansión progresiva de la tecnología en la que se producen cambios abruptos en la manera en que la gente se desenvuelve en sus diversos contextos, han propiciado convulsiones radicales en la organización del conocimiento, en las formas de organización social y, por ende, en las cogniciones humanas; dentro de este aspecto lo que atañe a la subjetividad y a la formación de la identidad, así como el concepto que tienen las personas de sí mismas. En este sentido, la sociedad de masas ha situado las tecnologías y los nuevos medios de comunicación en una posición privilegiada en referencia a la transmisión de información. Actualmente, la formación de la identidad se encuentra estrechamente ligada a la cultura que se produce y se difunde por Internet, en donde la sociedad digital ha tomado un puesto indispensable como principal productor y comunicador de significados, conceptos y símbolos que originan tanto sentimientos de identificación y de pertenencia como de anomía y exclusión, aspecto que se ve íntimamente relacionado con el autoconcepto.

Como apunta Varela (2000), en su análisis sobre las relaciones entre cultura, tecnología y poder, la tecnología es producto de una cultura, su imposibilidad para compartirla con otros radica en el hecho de no compartir conocimientos e información, valoraciones, emociones, sentimientos, ilusiones y utopías, en definitiva, en el hecho de no compartir la cultura. Esto a su vez, implica un uso diferenciado de la tecnología en tanto que las personas que interactúan (por ejemplo con y a través de Internet) parten de significados y valoraciones diferenciales fruto de los contextos culturales de referencia.

De acuerdo con McDowell (2000) el género se define a través de las interacciones sociales que tienen lugar en una gran diversidad de contextos y situaciones (en el trabajo, en la casa, etc.). Asimismo, las distintas formas de pensar y representar el lugar y el género se relacionan entre sí y se crean unas a otras. A través de estos procesos interactivos se gestiona la propia identidad de género. Esta es el fruto de la dialéctica continua entre los sujetos y los mundos culturales con las identidades que nos ofrecen.

Los procesos de interacción que tienen lugar en los diversos contextos, entre los que incluimos internet, proveen de una serie de roles, valores, pautas y normas predefinidos por la cultura dominante que dotan de contenido y de valor a aquello que debemos ser. A su vez, existen una serie de instancias o contextos que poseen legitimidad en la construcción de la identidad y de la afirmación del sujeto, como son el espacio público, que comprende el ámbito, educativo, político, laboral y mediático.

Como señala Pérez (1997) el internet puede constituirse en un espacio de identidad en tanto que los grupos de personas que acceden e interactúan con el medio se reconocen y se definen en su función. Esto implica el desarrollo de representaciones diferenciales en función del grado de intensidad con el que ese espacio se erige en una marca de identidad clara para el sujeto. La representación del espacio interactúa con el sistema cognitivo y con los esquemas de acción del sujeto dando lugar a la construcción de otros nuevos esquemas que orientan las prácticas futuras.

Por lo que en la presente investigación se retoma la importancia que tienen las representaciones de los estereotipos que son mediados y expuestos a través de internet sobre la construcción de la identidad de género y, a su vez, pretende investigar si la

interiorización de estos estereotipos mantiene alguna relación con el autoconcepto. Para ello, se optó por realizar un estudio de corte cuantitativo de tipo transversal correlacional, para observar la influencia que mantienen estas variables. El proyecto se llevó a cabo con 44 estudiantes, 19 mujeres y 25 hombres de entre catorce y quince años de edad que se encontraban cursando el primer año en la secundaria en el horario matutino. Se les aplicó una batería de evaluación compuesta por el Cuestionario de Autoconcepto de Garley, el Internet Adicction Test en su versión adaptada al español por Kimberley y el y el Inventario de Roles Sexuales de Bem. Las correlaciones respecto al uso de internet resultaron significativas únicamente en dos aspectos, en primer lugar en cuanto a los roles de género, en donde el coeficiente de Pearson arrojó un valor de (0.774), mientras que en el autoconcepto únicamente fue importante la subcategoría referente al ámbito familiar (0.571). En cuanto a la correlación entre rol de género y autoconcepto, las únicas correlaciones significativas corresponden a las subcategorías referentes a la autoevaluación personal (0.565) y la de sensación de control (0.623).

Es decir, se presenta evidencia sustancial acerca relación entre el uso de internet y el rol de género que adoptan los jóvenes para expresar su identidad. Al parecer el internet ha revolucionado la construcción de la identidad de género debido al lugar privilegiado que tiene respecto al intercambio de información, donde se encuentran presentes los estereotipos. Es decir, el uso de esta herramienta ha permitido que los jóvenes interpreten, lo que es ser hombre y ser mujer y lo que ello implica en la sociedad en la que viven. Respecto al autoconcepto se encontró que sólo los ámbitos de autoconcepto social y autoevaluación personal, tuvieron un impacto significativo en los jóvenes a partir de su interacción con Internet. Es posible que los jóvenes se sientan seguros y tengan cierto control de su rol de género, ya que se sienten capaces de cumplir las percepciones que tiene la gente en cuanto a lo que se espera que deberían ser y cómo se espera que se comporten. Con base en los resultados obtenidos, como iniciativa a la solución de la problemática, se propuso una posible intervención por medio de un taller de cinco sesiones en las cuales, se concientiza específicamente respecto a los estereotipos, mayoritariamente por medio de la interacción social vivencial, asimismo se reflexiona respecto a la manera en la que afectan al autoconcepto y se propone el correcto uso de Internet.

Presentación de la problemática

Dentro de los problemas generales que se pueden considerar alrededor de la problemática del uso y abuso de Internet en la identidad se pueden citar los siguientes:

Existe una complicación por definir una identidad, tomando en cuenta la expansión e invasión masiva de los medios de comunicación y entre estos el internet así como lo que conlleva su uso, actualmente parece existir una incapacidad del individuo para definir una identidad propia, ya que el internet ha generado la posibilidad de crear "realidades virtuales" que difieren en muchos aspectos de la vida cotidiana, donde las relaciones interpersonales y el contacto social se da de manera física y directamente personal. El mal uso y abuso de esta herramienta ha generado una confusión entre lo real y lo ficticio, de manera que el individuo se enfrenta ante la dificultad de definir, reconocer y separar las características que son propias de su personalidad, aquellas que son promovidas por los medios masivos, respondiendo a los estereotipos y la nuevas demandas sociales. La población donde se presenta dicha problemática con mayores efectos es con

adolescentes, puesto que son más susceptibles a esta crisis, debido a que se encuentran dentro de una etapa de desarrollo donde son más influenciados y moldeables por el entorno, cabe mencionar que esto se presenta debido a que dicha población tiene un gran dominio en el uso y manipulación de las nuevas tecnologías.

Se observa una aceptación pasiva y adaptación activa social para construcción de la identidad, es decir, desde el punto de vista del construccionismo social, la identidad se constituye a partir de las interacciones sociales que mantenemos, por lo que es flexible, múltiple y se genera a través de una síntesis dialéctica entre el individuo y la sociedad. Sin embargo, debido a la introducción de nuevas tecnologías, entre otras herramientas, la sociedad actual se encuentra inmersa en un proceso de globalización y de reconfiguración constante, condición que la hace mostrarse manipuladora, caótica y menos alentadora en lo que a la definición de la identidad se refiere. En efecto, se generan dos tipos de respuesta ante esta condición social: aceptación pasiva (aceptación de la manipulación de la identidad que caracteriza a una sociedad) y adaptación activa (implicación del individuo en su propio crecimiento, asumiendo tareas de desarrollo más difíciles y patrones sociales y ocupacionales). Esto conlleva a una transformación de la estructura social así como de su funcionamiento, orillando al individuo a buscar la manera de adaptarse a las nuevas exigencias sociales por medio de las cuales formará e interpretará la identidad construida.

Cabe mencionar que se ha relacionado también el uso de Internet con algunos aspectos psicológicos, como la "ciber adicción", que tiene que ver con el abuso en el uso de esta herramienta y la pérdida del autocontrol para su regulación. También, debido a que existe la vulnerabilidad de dejar a merced de la negociación y comparación social aspectos como la autopresentación y la creación de una identidad virtual, se derivan efectos tanto positivos como negativos (Renau, Carbonell & Oberst, 2012), en relación con la percepción que se tiene de sí mismo ligado con el autoconcepto y el autoestima, y que se ven reflejados en síntomas como la depresión, la introversión, el aislamiento, así como en el bienestar psicológico en general.

El internet es la expresión más conocida de las llamadas nuevas tecnologías de comunicación e información, la cual no ha transformado únicamente al individuo mismo, sino también a su entorno social y por lo tanto la percepción y los conceptos que crea de este.

La anonimidad que representa la comunicación interpersonal a través de las redes sociales podría aparentar una seguridad falsa respecto al "yo". Es decir, las personalidades consideradas como introvertidas se ven inmersas en una necesidad por utilizar en mayor medida las redes sociales para comunicarse, en las cuales, se evita que el individuo sea capaz de interactuar realmente con otras personas.

Presentación del problema específico

Como parte de los cambios e innovaciones que se han generado a partir del uso de Internet; así como de su integración en la vida cotidiana de las personas, las formas tradicionales de comunicación y relación interpersonal se han configurado de manera significativa. Pero los efectos de experimentar con éstas nuevas tecnologías, no sólo se reducen a las nuevas formas de poder interactuar con los demás. Actualmente se ha observado que los medios de comunicación también influyen de manera directa

en la conformación de algunos procesos psicosociales como lo es la construcción de la identidad.

Gracias al uso y abuso de Internet se ha observado que existe una imposibilidad de definir una identidad en la vida actual debido a que el individuo es incapaz de adoptar una postura personal propia acerca de lo que es, piensa y siente (Zerges & Larraín 2011). La identidad es un constructo demasiado amplio, ya que incluye distintas dimensiones y expresiones del ser humano como un todo. Una de ellas es la identidad de género que ha despertado un particular interés por parte de los investigadores contemporáneos acerca de su relación con el uso de Internet, ya que se considera que éste se ha convertido en una de las herramientas principales de exposición y difusión global de los estereotipos de género favoreciendo y potencializando así la construcción de este tipo de identidad.

Los estereotipos acerca de los roles de género siempre han existido entre las sociedades y han sido constituidos a partir de las ideas, prejuicios, valores, interpretaciones y normas establecidas culturalmente (Colás & Villaciervos, 2007). Sin embargo, en la actualidad estos estilos de comportamiento son aprendidos e interpretados a partir del contenido de la red, incluso pueden llegar a ser experimentados virtualmente. Con base en ello, se plantea una nueva problemática social, específicamente entre los jóvenes. Se considera que Internet ha contribuido en la creación de nuevos roles sociales que cada género debería cumplir, generando una presión mayor para experimentar con la identidad, siendo los jóvenes y los adolescentes los más vulnerables a la influencias del entorno por encontrarse en la etapa evolutiva donde comienza el proceso de construcción identitario con el establecimiento de las primeras características personales del individuo y por la gran proximidad hacia los nuevos medios de comunicación, en especial Internet (Zerges & Larraín 2011).

En la cultura mexicana se han mantenido muy marcados los indicadores que distinguen a los hombres y las mujeres, de acuerdo a los estereotipos de géneros tradicionales y propios de la cultura patriarcal. Freixas (1998, citado por Colás & Villaciervo, 2007) menciona que la cultura patriarcal impone a la subjetividad femenina características como el imperativo de belleza, la predisposición natural al amor, la consideración de la identidad de la mujer sujeta a la maternidad y el mandato de la mujer como cuidadora y responsable del bienestar ajeno. Mientras tanto, la masculinidad prepara a los hombres para enfrentar la vida con fortaleza, conocimiento, poder, engreimiento, habilidad, se les enseña a rechazar sus sentimientos siendo insensibles.

Debido a que no se regula el contenido que se transmite a través de Internet, en cuanto a las pautas de comportamiento, características físicas, psicológicas y sociales que definen a cada género, se corre el riesgo de que los adolescentes dejen a la negociación social la definición de su propia identidad o se perciban así mismos como un objeto, de manera que podemos vernos desarrollando diferentes roles o papeles para darnos una idea sobre quiénes somos, es decir, el interpretar ciertos roles nos puede convencer de que somos lo que representamos (Gergen y Taylor, 1969 citado por Renau, Oberst, & Carbonell-Sánchez, 2013). De acuerdo con Aznar & Fernández (2004) es poco lo que se hace para que los niños y los jóvenes interioricen con un sentido crítico y constructivo lo que ven en los medios, de manera que la “homogeneización” de las identidades provoca una despersonalización y pérdida de autenticidad en el ser humano al momento de construir su identidad (Ghalioun 1998-1999, citado en Zerges & Larraín 2011).

De igual manera, se ha considerado que las redes sociales (internet), tienen una relación directa con la formación del autoconcepto y el autoestima (Renau, Carbonell & Oberst, 2012) por ser elementos que componen la identidad, pero sobre todo porque pareciera ser que los jóvenes siempre se encuentran en un intento constante por orientar su comportamiento en función de sus necesidades, expectativas, intereses y objetivos perseguidos en cada momento (Renau, Oberst, & Carbonell-Sánchez, 2013). Por lo tanto, los modelos que nos imponen los estereotipos de género se convierten no sólo en un marco de referencia para configurar la identidad de género, sino en objeto de comparación y competitividad social.

Recientemente, investigaciones realizadas acerca de los estereotipos de género en jóvenes revelan que existen varios tipos de identidades de género que se pueden adoptar independientemente del sexo del individuo. Además de los roles de género femenino y masculino, actualmente se han categorizado el tipo de rol andrógino y el tipo indefinido, que surgen a partir de la presencia de una serie de características propias de los roles tanto masculino como femenino o de lo contrario, no tienen una suficiente manifestación para considerar que se asume algún tipo de rol.

Finalmente, se hace hincapié los estereotipos de género clásicos estarán presentes en Internet, en tanto que son generados y mantenidos por la propia estructura social y el individuo las seguirá o no en función de las respuestas que obtenga por parte de su entorno social (Ursua, Carbonell y Oberts, 2012). Por ello, es importante educar a los adolescentes en pensamiento y juicio reflexivo para conseguir un cambio en la adquisición de estereotipos sexuales basados en el principio de igualdad y respeto hacia los dos sexos (Aznar & Fernández, 2004), de manera que, los jóvenes sean capaces de identificar en sí mismos y elegir aquellos rasgos o características de los estereotipos que les permitan la expresión de su personalidad conforme al reconocimiento de su propia identidad, independientemente si estos rasgos corresponden a lo femenino o masculino, con el fin no sólo de consolidar una identidad de género sino también con el fin de evitar que una adquisición e interpretación inadecuada de los estereotipos afecten otros aspectos de la subjetividad del individuo como lo es el autoconcepto.

2. MARCO CONCEPTUAL

Perspectiva

A partir de llegada de la globalización y con ello, del desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), los procesos de comunicación y socialización del individuo contemporáneo se han configurado de manera significativa. Los medios de comunicación masiva, en especial Internet, como agente de formación y socialización, ha influido en la manera de comunicarnos y relacionarnos con nuestros iguales, así como en la manera de percibir la realidad y de interactuar con el mundo en general. Una de las cuestiones que más ha despertado el interés de los investigadores es el impacto que ha tenido internet en la construcción de la identidad en todas sus dimensiones debido a la introducción en la vida social de las nuevas tecnologías. Zhao y Grasmuck (2008), aseguran que la llegada de internet ha cambiado las condiciones tradicionales de la producción de la identidad.

La identidad es concebida, desde el punto de vista tradicional, como una construcción estable y duradera que permite reconocer fácilmente a cada individuo. Sin embargo, esta perspectiva se ha

diluido a partir de la introducción de los medios tecnológicos, ya que en estos medios la identidad es algo que puede y debe ir cambiando de manera constante dependiendo de las exigencias que imponen los contextos construidos virtualmente (Durante, 2011).

De acuerdo con Renau, Oberst, Carbonell- Sánchez (2013), la identidad se constituye a partir de las interacciones sociales que mantenemos, es flexible y múltiple, y se genera a través de una síntesis dialéctica entre el individuo y la sociedad. En este sentido, Durante (2011), explica cómo se ha alterado la construcción de la identidad desde una realidad física, es decir fuera de la red, y una realidad virtual que comprende el mundo cibernético. En la realidad física, construimos nuestra identidad dentro de las diferentes limitaciones ambientales y sociales, es decir, dentro de los diferentes contextos, que están ya estructurados y que no pueden ser realmente modelados por nuestras descripciones. Por el contrario, en la realidad digital, las redes sociales son plataformas que permiten a los usuarios tomar ventaja de actores en red con el fin de construir, no sólo sus identidades sino también para participar en el co-construcción de sus contextos de comunicación en red.

Una identidad producto del uso de internet se configura como inestable, en constante cambio y transformación, fenómeno considerado por Zerges y Larrain (2011) como un estado de moratoria en el que la persona se encuentra en una fase de experimentación y cuestionamiento de la identidad, sin haber aún asumido elecciones y compromisos definitivos. En pocas palabras, la realidad social y por lo tanto, la identidad individual es algo que se está negociando constantemente. Para Cáceres, Ruiz & Brandle (2009), lo que antes era un proyecto de vida, como la identidad, ahora se ha convertido en el atributo del momento.

Al parecer, la comunidad adolescente es la más vulnerable a sufrir esta crisis de identidad por dos razones; la primera, se relaciona con las etapas de desarrollo. Erickson (1956, citado por Akhtar, 1992), afirmó que es en el periodo de la adolescencia en el que se consolida la identidad, así como también, en la adultez joven es más difícil de asumir las tareas de desarrollo y los patrones sociales ocupacionales (Zerges y Larrain, 2011). El segundo argumento se obtiene a partir de las estadísticas del uso de Internet. De acuerdo con el INEGI (2014), se evidencia que en México el 79.9% del total de la población adolescente entre 12 a 17 años hace uso frecuente de Internet, siendo la búsqueda de información (67.4%) y el acceso a redes sociales (39.6%) de los datos más significativos. Es a partir de estos factores que se considera más propensos y vulnerables a los jóvenes adolescentes de configurar su identidad personal a partir de la información promovida en Internet.

Como resultado de los cambios que ha traído Internet en el estilo de vida de los seres humanos, en sus formas de comunicación, de interacción hablando desde un nivel macro, o bien, desde un nivel micro como lo es los procesos cognitivos, afectivos y psicológicos, surge la necesidad de analizar cómo se han generado esos cambios qué repercusiones conlleva y qué se puede hacer para atender las nuevas problemáticas que se puedan relacionar con el uso de Internet.

Para fines de este estudio se analizan tres variables categóricas, que de acuerdo con la evidencia empírica resultando de investigaciones, han resultado significativas alrededor del uso y abuso de Internet. Dichas variables se presenta

1. El autoconcepto, se ha considerado por ser un componente principal en la definición de la identidad y por qué se ha

comprobado que Internet tiene efectos tanto positivos como negativos sobre este aspecto, debido a que este es uno de los medios principales que expresan y difunden los estereotipos sociales y de género.

2. Estereotipos femeninos y masculinos. De acuerdo con la literatura los estereotipos sexuales femeninos son los que al parecer tienen mayor relevancia social ya que en los últimos años ha habido una manipulación específica de la imagen de la mujer tanto en los medios tradicionales como en los actuales, como lo es Internet. Sin embargo, resulta interesante indagar de qué manera el imaginario social que se ha construido hasta ahora afecta al autoconcepto tanto de mujeres y hombre para comprobar si en la cultura mexicana existe esta tendencia en personas que hacen uso de este medio de manera general.

3. Uso y abuso de Internet. Es un elemento base para llevar a cabo la investigación ya que es mediante Internet que se pueden producir y reproducir los estereotipos sociales y de género. Además cabe mencionar que se ha convertido en una herramienta esencial para el contacto social, compartimiento de información y sobre todo para la construcción de una identidad propia.

Causas del problema

Cuando hablamos de identidad no podemos dejar de lado el concepto de género, ya que es éste a la vez objeto y sujeto de la sociedad y por lo tanto tiene un papel fundamental en la configuración de la identidad (Larsen & Buss, 2005, citado por Renau, Carbonell & Oberst, 2012). De acuerdo Colás y Villaciervos (2007), el género es una representación cultural que contiene ideas, prejuicios y valores, interpretaciones, normas y deberes, mandatos y prohibiciones sobre la vida de las mujeres y los hombres. Por otra parte, Eagly, (1987 citado por Oberst, Renau, Chamarro & Carbonell, 2016), considera que el género definido por la teoría de roles sociales ha sido construido socialmente por medio de un proceso continuo de aprendizaje relacionado con un conjunto de comportamientos, expectativas y percepciones que funcionan para definir lo que significa ser un hombre o una mujer. De igual manera estos autores aseguran que los roles de género no son simplemente categorías descriptivas o explicativas, sino también prescriptivas, en referencia a las percepciones que tiene la gente en cuanto a lo que se espera que deberían ser los demás y cómo se espera que se comporten.

Estos elementos orientados a la identidad de género se unifican en los llamados estereotipos, entendiéndose el término 'estereotipo' como la base sobre la cual los sujetos articulan la propia existencia partiendo de códigos y categorías de identidad asignados por la cultura (Lagarde, 1998 citado por Colás y Villaciervos, 2007).

Fisas (1998, citado por Colás & Villaciervos, 2007), menciona que según el ideal del estereotipo femenino toda mujer auténtica está adornada por características que la distinguen del varón: es dulce y tierna, chismosa y astuta, preocupada por lo concreto, incapaz de interesarse por cuestiones universales, sentimentales, intuitivas, irreflexivas y viscerales. De igual forma, la cultura patriarcal impone a la subjetividad femenina características como el imperativo de belleza, la predisposición natural al amor, la identidad de la mujer sujeta a la maternidad y el mandato de cuidadora y responsable del bienestar ajeno. La masculinidad prepara a los hombres para enfrentar la vida con fortaleza, conocimiento, poder, engreimiento, habilidad, se les enseña a rechazar sus sentimientos siendo insensibles (Freixas, 1998, citado por Colás & Villaciervos, 2007). Por otro lado, Bobino

(2000, citado por Colás & Villaciervos, 2007) señala que el modelo de la masculinidad se construye sobre el poder, la potencia y se mide por el éxito, la competitividad, el estatus, la capacidad de proveedor, la propiedad de la razón y la admiración que se logra de los demás.

Okdie, Guadagno, Bernieri, Geers, & Mclarney-Vesotski (2011), en su investigación acerca de las diferencias entre la formación de relaciones sociales a través de la comunicación virtual y en un entorno cara a cara, considerando como una de las variables el género, encontraron que existe la expectativa acerca del rol masculino que considera que los hombres deben ser agenticos, es decir, que estén orientados a las tareas, asertivo, el control, independiente y sin emociones; mientras que se espera que las mujeres se orienten más hacia lo interpersonal: empático, sensible, emocionalmente expresiva, dependientes y vulnerables.

Leaper y Friedman (2007, citado en Manago, Graham & Greenfield, 2008) explican que la construcción de la identidad de género es un proceso en marcha que comienza en la niñez temprana, en las interacciones diarias con los miembros de la familia, con los compañeros y los medios de comunicación que influyen en las creencias de los niños y su concepto de sí mismos y culmina en la adolescencia donde la identificación del rol de género es más prominente. Los adolescentes se hacen conscientes de los estereotipos gracias a su medio social pero, sobre todo porque últimamente estos han sido mediados a través de su difusión en los medios de comunicación. Así mismo, Zerges y Larralín, (2011), concuerdan que procesos como la construcción de la identidad de género se ven favorecidos y potencializados principalmente por el uso de Internet y en particular por el uso de redes sociales.

Estudios como el presentado por Oberst, Renau, Chamorro & Carbonell, (2016) han encontrado que a pesar de que en la adolescencia, es común que las imágenes prototípicas de las mujeres y los hombres se ajusten a los estereotipos de género, los adolescentes tienden a utilizar menos las descripciones estereotipadas a la hora de describirse con pares del mismo sexo. Además aseguran que las mujeres actualmente tienden aprobar rasgos masculinos estereotipados, adoptando una percepción más andrógina de sí mismas.

También se ha encontrado evidencia empírica de Barberá, (1998 citado por Renau, Carbonell & Oberst, 2012) que descarta la idea de que los jóvenes se presentan de acuerdo a los estereotipos de género en entornos online, lo cual confirma que cada vez hay una mayor tendencia a mostrarse a uno mismo de manera menos estereotipada.

En relación con lo anterior, es importante considerar que estas representaciones de roles masculinos y femeninos pueden influir en ciertos componentes de la identidad. Renau, Carbonell & Oberst (2012), aseguran que las RSO (Internet) tienen una relación directa con la formación del autoconcepto ya que ofrecen un feedback que aunque puede ser negativo o positivo contribuyen a la elaboración del autoconcepto y al bienestar psicológico y social. De igual manera, Spencer y Steele, (1994 citado por Colás y Villaciervo, 2007) han demostrado que los estereotipos internalizados afectan cuestiones psicoactivas como el autoconcepto del sujeto y otros procesos cognitivos, intelectuales y de ejecución de tareas.

Para fines de esta investigación retomaremos el componente de autoconcepto como objeto de análisis. De acuerdo con Rosenberg (1986, citado por Zhao, Grasmuck, Martin, 2008), entendemos por autoconcepto a la totalidad de los pensamientos y sentimientos de la persona en referencia a sí mismo como un

objeto. Con lo expuesto hasta el momento, consideramos que un medio de comunicación como Internet al promover los estereotipos de género, puede tener un impacto importante en el autoconcepto debido a la comparación social que el individuo hace de sí mismo con los otros, y por ende también en la construcción de la identidad de género. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es comprobar si los estereotipos mediados y expuestos a través de Internet influyen de manera significativa en la construcción de la identidad de género y, a su vez, investigar si la interiorización de estos estereotipos mantiene alguna relación con el autoconcepto.

3. PLANTEAMIENTO

Método

Participantes:

Se aplicó una batería de evaluación construida a partir de tres instrumentos diferentes, compuesta por el Cuestionario de Autoconcepto de Garley (CAG), el Test de Adicción a Internet, en la versión adaptada por Kimberley (IAT) y el Inventario de Roles Sexuales de Bem a 44 estudiantes, 19 mujeres y 25 hombres. De edades comprendidas entre los catorce y los quince años de edad.

Escenario:

El escenario en donde se aplicó la batería de evaluación fue en una escuela ubicada en Los Reyes Iztacala, Municipio de Tlalnepantla de Baz, Estado de México. Se aplicó a dos grupos de primer grado, en su salón de clases el cual cuenta con una puerta, ventanas, butacas, pizarrón, escritorio, ventilación e iluminación.

Procedimiento:

Para la muestra de este trabajo se eligió a dos grupos de primer grado, correspondientes al turno matutino; la aplicación se realizó a todos los integrantes del grupo sin hacer exclusión de ninguno, la aplicación de la prueba fue grupal, es decir se les aplicó a todos en el mismo tiempo, de igual forma las explicaciones fueron similares para ambos grupos.

Instrumento:

Para evaluar las opiniones que tienen los estudiantes sobre sí mismos se aplicó el Cuestionario de Autoconcepto de Garley, el cual evalúa la autopercepción; física, que implica el grado de aceptación o satisfacción con el propio aspecto o apariencia física, la social que es la percepción de la propia habilidad para ser aceptado por otros y tener amigos, la intelectual corresponde a la evaluación respecto a sus capacidades intelectuales y rendimiento académico, la familiar implica la relación y grado de satisfacción con su situación familiar, y los mide en una escala Likert que va de nunca a siempre. En cuanto a la evaluación del uso de internet, se utilizó el Internet Adiction Test, cuya evaluación es de frecuencias acumuladas con una escala Likert que tiene la opción de “no aplica” y va de rara vez hasta siempre. Por último, la construcción de la identidad de género en los adolescentes se utilizó el Inventario de Roles sexuales propuesto por Bem. De acuerdo a este instrumento, los individuos se pueden clasificar como masculinos, femeninos, andróginos (tanto masculino como femenino) e indiferenciados (ni predominantemente masculinos ni predominantemente femeninos) en su versión al español si existe al dentro del campo escolar e identificar cuál de ellas se frecuenta más en hombres o mujeres.

Obtención de datos

Para comprobar si los estereotipos mediados y expuestos a través de Internet influyen de manera significativa en la construcción de la identidad de género y, a su vez, investigar si la interiorización de estos estereotipos mantienen alguna relación con el autoconcepto se utilizó una batería de pruebas, compuesta por el Cuestionario de Autoconcepto de Garley (CAG), el Test de Adicción al Internet, en la versión adaptada por Kimberley (IAT) y el Inventario de Roles Sexuales de Bem.

Se comenzó la evaluación con respecto a las opiniones que tienen los estudiantes sobre sí mismos, es decir, las valoraciones subjetivas de cada uno de los participantes. Se utilizó el Cuestionario de Autoconcepto de Garley, el cual, tiene por objetivo informar sobre el auto concepto y la autoestima en un periodo evolutivo relativamente amplio que va desde los 8 a los 18 años. El cuestionario toma en cuenta seis dimensiones las cuales abarcan variables como la autopercepción; física, que implica el grado de aceptación o satisfacción con el propio aspecto o apariencia física, la social que es la percepción de la propia habilidad para ser aceptado por otros y tener amigos, la intelectual corresponde a la evaluación respecto a sus capacidades intelectuales y rendimiento académico, la familiar implica la relación y grado de satisfacción con su situación familiar. En cuanto a la sensación de control se refiere a la valoración del grado en el que el sujeto cree que controla la realidad (objetos, personas y pensamiento) y por último la personal, que es la valoración global como persona (escala de autoestima). El hecho de utilizar esta prueba, fue debido a que cuenta con una amplia gama de estudios que respaldan las propiedades psicométricas como es la validez de constructo, la correlación dimensión y la consistencia interna, lo que implica que sea una prueba ampliamente confiable para el constructo estructural de la investigación.

Para llevar a cabo la evaluación del comportamiento compulsivo que interfiere en la vida normal de los estudiantes se utilizó el Test de Adicción al Internet o IAT por sus siglas en inglés. Este instrumento ha sido adaptado, convirtiéndose en uno de los cuestionarios más empleados para la evaluación de los síntomas de la adicción a Internet. La bibliografía refiere que la versión en lengua española del IAT ha demostrado una alta fiabilidad, es un instrumento adecuado para evaluar el impacto del uso de Internet en las interacciones sociales y la influencia del uso de Internet en la vida diaria.

Por último, para evaluar la construcción de la identidad de género en los adolescentes se utilizó el Inventario de Roles sexuales propuesto por Bem. De acuerdo a este instrumento, los individuos se pueden clasificar como masculinos, femeninos, andróginos (tanto masculino como femenino) e indiferenciados (ni predominantemente masculinos ni predominantemente femeninos).

Resultados

El presente estudio realizado fue de contenido cuantitativo, se calcularon estadísticas correlacionales mediante la prueba R de Pearson para el análisis de las variables categóricas de este estudio, el valor que se tomara para establecer relaciones estadísticamente significativas será de 0.5. En primer lugar se analizarán los datos en relación de las variables de uso de internet y rol de género con el fin de conocer si existe alguna relación significativa. Posteriormente se presentarán los datos de correlación de uso de internet y autoconcepto bajo los parámetros

ya establecidos, de igual manera se examinarán la relación de las variables de rol de género y autoconcepto. Finalmente se presentarán los datos sobre la variable de uso de internet y se analizará quien hace más uso de este entre hombres y mujeres.

Tabla 1. Correlación entre uso de internet y rol de género

		Uso de Internet	rol
Uso de Internet	Pearson	1	-.045
	Sig. Bilateral		.774
	N	44	44
rol	Pearson	-.045	1
	Sig. Bilateral	.774	
	N	44	44

En la tabla 1 se muestran los resultados estadísticos correlacionales de la muestra en cuanto al uso de Internet y el rol de género desempeñado por los adolescentes. De acuerdo con la prueba estadística r de Pearson, se aprecia entre las variables de uso de Internet y rol de género existe una correlación positiva significativa de .774. Cabe destacar que esta correlación es la más alta en este estudio. Por lo tanto, se puede considerar que el uso de Internet influye de manera importante en la adquisición e interpretación de los roles de género, de manera que entre mayor sea la tendencia del uso y abuso de Internet, habrá una mayor probabilidad de que los roles de género se definan de acuerdo al contenido que este medio promueve.

Tabla 2. Correlaciones entre uso de internet y autoconcepto

		Físico	Social	Familiar	Intelectual	personal	Sensación Control
Uso de Internet	Pearson	-.118	-.088	-.113	-.308*	-.132	-.168
	Sig. Bilateral	.445	.571	.467	.042	.394	.275
	N	44	44	44	44	44	44

La tabla 2 muestra las correlaciones obtenidas acerca del uso de Internet y la variable de autoconcepto en sus distintas dimensiones. La única correlación significativa se obtuvo entre la dimensión del aspecto social en relación al uso de Internet con un valor de .571. De acuerdo con lo anterior, se interpreta que el uso de Internet tiene un impacto importante en la construcción y valoración del autoconcepto social, el cual está asociado con el desarrollo de habilidades sociales y con el establecimiento de

relaciones interpersonales. Estos indicadores del autoconcepto social aparentemente son favorecidos por el uso de Internet, ya que, al igual que como ocurre en un ambiente cara a cara, en los sitios web, se pueden establecer comunidades virtuales en las cuales son necesarias desarrollar estas capacidades como parte de la interacción en red. Por lo tanto, estas características se convierten en una base para la valoración del autoconcepto social de los adolescentes.

Tabla 3. Correlaciones entre rol de género y autoconcepto

		Físico	Social	Familiar	Intelectual	Personal	Control
rol	Pearson	-.128	-.187	-.294	-.151	-.089	-.076
	Sig. Bilateral	.407	.223	.053	.327	.565	.623
	N	44	44	44	44	44	44

En los resultados de la tabla 3 se puede observar las correlaciones entre las variables de rol de género y de autoconcepto en sus distintas dimensiones. Se encontraron correlaciones estadísticamente significativas entre la variable de rol de género y las dimensiones referentes a la autoevaluación personal con .565 y a la sensación de control con .623. En relación con el rol de género y la evaluación personal, estos datos nos permiten inferir que esta última está determinada en gran medida por la singularidad que define a cada rol de género, es decir, la evaluación personal de los adolescentes se establecen con base los comportamientos, expectativas y percepciones que son propias de lo que significa ser hombre o mujer. De igual manera, el rol de género contribuye al establecimiento de sensación de control que se refiere a la autovaloración de la persona a partir del grado de control que cree tener en el plano de los objetos, de las personas, y del pensamiento que forman parte de su realidad. De esta manera, podemos considerar que los adolescentes experimentan un alto grado de control respecto al rol de género que los ha definido.

Tabla 4. Porcentaje de uso de internet respecto al sexo de los participantes.

Niveles	Numero	Porcentaje total	Porcentaje hombre/mujeres	Total
Bajo	4 hombres			Hombres 59.09%
	4 mujeres	18.1%	9.05%	
Medio	16 hombres	54.5%	36.32%	
	8 mujeres		18.16%	
Alto	6 hombres	27.4%	13.72%	Mujeres 40.93%
	6 mujeres			

En la tabla 4, se muestran los porcentajes del uso de Internet en hombres y mujeres. Se observa que en la categoría de uso de Internet, en un nivel bajo se obtuvo el mismo porcentaje de uso entre hombres y mujeres con un valor de 9.05%. Mientras tanto, se encontró que existe una diferencia significativa entre hombres y mujeres en cuanto al uso de Internet en un nivel medio, de manera que el 36.32% de los hombres utilizan Internet en un nivel medio y las mujeres solo un 18.16%. En cuanto a los niveles altos, se observó la misma tendencia de uso, encontrando un porcentaje de 13.72% tanto para el caso de los hombres como para el caso de las mujeres. Por lo tanto, podemos decir que el uso de Internet en la mayor parte de la población es regular, de manera que los adolescentes navegan por la web a veces demasiado tiempo, pero tienen control sobre su utilización.

Tabla 5. Rol de género según el sexo

Roll	Número de casos	sexo
Femenino	8	4 hombres (16%) 4mujeres (21%)
Masculino	4	2 hombres (8%) 2mujeres (10.5%)
Andrógino	6	2hombres (8%) 4mujeres (21%)
Indefinido	26	17hombres (68%) 9mujeres (47.5%)

Finalmente, la tabla 5 presenta los resultados correspondientes al tipo de rol de género de acuerdo al sexo. En referencia al rol femenino se encontró que 16% de los hombres y el 21% de las mujeres se identifican con las características que definen a este tipo de rol. De igual manera, se reporta que el 8% de los hombres y el 10.5% de las mujeres se identifican con el tipo de rol masculino. Así mismo, para el caso del tipo de rol andrógino, se encontró que el 8% de los hombres y el 21% de las mujeres encuentran reconocimiento de su identidad con base a este rol. Finalmente, se muestra que un alto grado del porcentaje total de la población adolescente aún no tienen un tipo de rol definido; siendo para el caso de los hombres en un 68% y para el caso de las mujeres en un 47.5%. Estos datos a nivel general representan la mayor parte de la conformación de la muestra (59%), de manera que se infiere que este sector de la población aún no ha encontrada reconocimiento con algún tipo de rol específico y por ende tampoco han podido consolidar una identidad de género.

Solución del caso

Los resultados obtenidos en esta investigación, demostraron que existe influencia por parte del uso de Internet sobre el rol de género que adoptan los jóvenes para expresar esta parte de su identidad en la etapa de la adolescencia. Se considera que este fenómeno tiene parte de su explicación en la forma en cómo se construye la identidad de género y la identidad misma. Renau, Oberst, Carbonell- Sánchez (2013), describen que en la realidad física, sin el uso de la red, la identidad se construye dentro de las diferentes limitaciones ambientales y sociales, que están ya estructuradas y no pueden ser moldeados o modificados, sin embargo con la llegada de la era digital, surgió la posibilidad de que los usuarios tomarán ventaja de actores en red con el fin de construir, no sólo sus identidades sino también para participar en las co-construcciones de sus contextos de comunicación en red. El

contenido de Internet referido a los estereotipos pasa a formar parte del contexto, es decir, al igual que en el contexto físico o real, en el mundo virtual se pueden encontrar elementos orientados a los estereotipos de género como comportamientos, expectativas y percepciones que son propias de lo que significa ser una mujer o un hombre (Eagly, 1987 citado por Oberst, Renau, Chamarro & Carbonell, 2016). Sin embargo, a pesar de que estas representaciones tienen su origen en un consenso cultural y social, herramientas como Internet han brindado la posibilidad de trasladar, contener y difundir el conjunto de ideas, prejuicios, valores, interpretaciones y normas (Colás y Villaciervos, 2007), en las que se basa el entorno socio-cultural para definir nociones de la realidad, en este caso de la identidad de género. En pocas palabras, creemos que Internet ha modificado y potencializado este proceso de construcción de la Identidad de género debido a que se ha convertido en uno de los principales mediadores de información acerca de los estereotipos, al cual tienen un fácil acceso los jóvenes, pero sobre todo porque el uso de Internet se ha convertido en una necesidad y al mismo tiempo permite crear un vínculo de reconocimiento e identificación con el contenido que estos medios promueven. Por lo tanto Internet, al ser un sustituto de la realidad física, en dimensiones como la identidad de género, permite que los jóvenes interpreten, de manera significativa, lo que es ser hombre y ser mujer y lo que ello implica en la sociedad en la que viven.

Respecto al auto-concepto se encontró que sólo para el tipo de auto-concepto social y autoevaluación personal, el uso de Internet tiene un impacto significativo. De acuerdo con el instrumento utilizado para la evaluación de auto-concepto, Cuestionario de Autoconcepto de Garley (2001), el autoconcepto social es aquella dimensión que indica cómo se percibe el sujeto en cuanto a su habilidad para ser aceptado por los otros y para tener amigos. La relación entre el uso de Internet y la formación del autoconcepto social puede establecerse debido a que Internet actúa como un agente que retroalimenta la actuación, y en este caso la concepción de que los jóvenes tienen de sí mismos en cuanto a su desempeño social. En este sentido Renau, Carbonell & Oberst, (2012), aseguran que las redes sociales tienen una relación directa con la formación del auto-concepto ya que ofrecen un feedback que puede ser negativo o positivo y que contribuyen a la elaboración del auto-concepto y al bienestar psicológico y social. Suponemos que esta relación se debe a que en Internet al crearse entornos para la convivencia social, se abre la posibilidad de interactuar con los demás y formar relaciones interpersonales de manera sencilla, por lo que se convierte en un requisito indispensable para formar parte de una comunidad virtual o una red social. De esta manera, se puede valorar las habilidades sociales que posee una persona para mostrarse ante los demás como quiere que sea percibido y de la misma manera, funge como un espectador de la actuación de los otros y de la influencia que esta tiene en la comunidad o sitios virtuales de los que se es parte.

Mientras tanto, el elemento de la autoevaluación personal, se define como la valoración global que hace la persona de sí misma. Es un plano de abstracción superior al de las otras dimensiones que componen el auto-concepto, por lo que se le puede considerar como una escala de autoestima. Si consideramos la teoría de la comparación social, la cual sugiere que el individuo suele hacer una evaluación de sí mismo (Greenwood y Lippman, 2010), respecto a las características y cualidades de los demás, podemos inferir que Internet al poseer sitios web en los que se puede mostrar pero sobre todo experimentar con la identidad de manera virtual (Zerges y Larraín 2011), da la pauta a que los jóvenes

interpreten su propia identidad de acuerdo a lo que perciben de los demás, de acuerdo a lo que éstas personas permiten ver de sí mismas acerca de cómo son. Modelos que de cierta manera pasan a ser un marco de referencia de lo que se puede y se debe ser, de acuerdo a la negociación social que se construye en las comunidades virtuales creadas en Internet, lo cual influye de manera importante en la evaluación y en el desarrollo de la identidad (Renau, Oberst, & Carbonell-Sánchez, 2013).

Por último, otro de los datos que cobraron relevancia en esta investigación fue el vínculo entre el rol de género desempeñado y la dimensión de sensación de control que forma parte del autoconcepto. Como ya se mencionó el rol de género determina las características propias de hombres y mujeres resultado de una construcción y un acuerdo social y cultural (Eagly, 1987 citado por Oberst, Renau, Chamarro & Carbonell, 2016). Por otra parte, la sensación de control se refiere a aquella dimensión donde el sujeto valora en el plano de los objetos, de las personas, y del pensamiento en qué grado cree que controla esa realidad. Por lo tanto, podemos decir que los adolescentes al haber definido un rol de género determinado, sea masculino, femenino o andrógino, son conscientes de lo que implica su estereotipo y orientan su comportamiento en función de las necesidades, expectativas, intereses y objetivos perseguidos de acuerdo a su identidad de género. En otras palabras, es posible que los jóvenes se sientan seguros y tengan cierto control de su rol de género, ya que se sienten capaces de cumplir las percepciones que tiene la gente en cuanto a lo que se espera que deberían ser y cómo se espera que se comporten (Oberst, Renau, Chamarro & Carbonell, 2016).

A partir de los resultados de la presente investigación se propone como alternativa una intervención educativa orientada a atender los aspectos de adopción de roles de género, así como la construcción y valoración del autoconcepto social, la autoevaluación personal y la sensación de control; aspectos que se consideraron los más importantes en relación con la identidad debido a que se demostró que Internet influye significativamente en su construcción, evaluación y establecimiento. Por lo tanto, la relevancia que esto implica a nivel social, nos obliga a atender cuestiones relacionadas con la adopción de valores, el establecimiento de juicios morales, la toma de perspectivas, la toma de decisiones y la interiorización de los significados sociales como lo es la concepción de género difundidos gracias a medios como Internet. Así mismo, se demostró que dentro de la esfera psicológica, se ven afectados elementos relacionados con lo cognitivo y emocional, en este caso el autoconcepto, de manera que es importante trabajar con los adolescentes en aspectos como el quiénes somos, cómo nos comportamos, cómo sentimos, que deseamos y que somos capaces de lograr. Se pretende inducir a los adolescentes al pensamiento crítico y al juicio reflexivo respecto al contenido de Internet, de manera que por sí mismos logren una adquisición e interpretación de estereotipos de género basada en principios y valores de igualdad y respeto y no en una distorsión e incomprensión de los imaginarios sociales acerca de lo que es ser hombre y ser mujer, que afectan aspectos de la subjetividad del individuo. En pocas palabras, se busca que los adolescentes sean capaces de identificar en sí mismos y elegir aquellos rasgos o características que conforman los roles de género, de manera que esto les permita la expresión de su personalidad y el reconocimiento de su propia identidad.

De acuerdo con los objetivos planteados entorno a las necesidades sociales encontradas en la población adolescente de esta investigación se propone un taller donde se enfatice la importancia de la formación de identidad, de la identidad de

género y del autoconcepto. Las actividades han sido diseñadas para identificar las características y la singularidad de cada persona en relación con el género. Así mismo, se consideró trabajar el autoconcepto y la autoestima para desarrollar habilidades como la inteligencia emocional, el autovaloración y sobre todo la comparación social reflexiva y objetiva ante los modelos y significaciones sociales.

El taller que se elaboró como propuesta de prevención consta de seis sesiones:

Sesión 1

Materiales: cinta adhesiva papel y plumones o lápiz

Desarrollo: 20 a 30 min

Indicaciones; se colocaran cada uno de los participantes una hoja de papel en que este escrito el nombre de una persona o personaje famoso, pero no tendrá conocimiento de este.

En cuanto todos tengan su papel en la espalda comenzaran a caminar tratando de mezclarse para que todo puedan observar el nombre que tienen cada uno.

Comenzaran a hacerse una pregunta uno a otro para descubrir "su personaje oculto", solo se pueden hacer una pregunta, y esta se deberá responder solamente con un "si o un no", esto se realizara con diversas personas para ir descubriendo su identidad.

Para finalizar se sentaran todos en círculo y se les preguntara, sobre ¿cómo se sintieron durante la dinámica?, ¿cómo se sentían al no saber su identidad?, ¿les resulto difícil descubrir el nombre que tenían en la espalda?, ¿por qué si o porque no?, ¿en qué se asemeja la actividad a lo que enfrentamos en la vida diaria para el desarrollo de su identidad?

Cierre: 10 min

Se reunirá el grupo y se les cuestionará como es que se sintieron durante la actividad.

Sesión 2

Conociéndome yo mismo "Mis características"

La coordinadora da la introducción sobre lo que implica conocerse uno mismo a partir de los cambios producción en el proceso de crecimiento, donde inciden las distintas experiencias de vida.

Desarrollo: tiempo 20 a 40 min.

Se distribuirán tarjetas que tendrán preguntas relacionadas con los cambios que viven los adolescentes. Preguntas como: ¿cómo describirías tu forma de actuar?, ¿Cómo creo que me ven mis compañeros?, ¿Qué cosas valoro de mí?, ¿qué cosas le gustan a los otros de mí?, ¿en qué creo que debería cambiar?, ¿en qué debo cambiar según mis compañeros?

Al finalizar o anterior se reúne el grupo para compartir lo reflexionado, y se realizara un dibujo de un adolescente y se describirá en grupo.

Cierre y conclusiones

Para finalizar con la sesión se realizara una ronda de opiniones sobre las actividades realizadas.

10 min

Sesión 3

La imagen que los otros poseen de cada compañero

Inicio

Se recuperan algunos contenidos de la sesión anterior y se explicara la actividad de la sesión presente

Desarrollo: 20 a 40 min

Se divide el grupo en dos equipos tratando de ser equivalentes y tener un número par de integrantes en ambos grupos. Cada grupo

en parejas describirá a los miembros del otro grupo de acuerdo a: como lo ven los demás, que cosas positivas se encuentran en él/ella, que habilidades posee y lo ponen en común. Luego se compartirá grupalmente en cada subgrupo.

Cierre de actividad: 10 min

Se realizara una reflexión sobre la imagen que cada uno de sus integrantes posee de sí mismo y la que los demás tienen de él y las diferencias entre estas concepciones.

Se propone un dialogo acerca de las vivencias, sentimientos y emociones que surgieron a partir de lo conversado.

Para terminar la sesión se piden las opiniones de los participantes para ver que les está pareciendo el taller.

Sesión 4

En esta sesión se pretende identificar estereotipos de género, entender cómo se construyen socialmente las identidades de género, reconstruir roles de género tradicionales y reflexionar sobre nuevos roles de género más equitativos.

Objetivo: Evidenciar la construcción social de los roles de género
Actividades: grupal, reflexión Tiempo: 25 m

Material necesario: papel periódico, rotuladores

Instrucciones: En una hoja grande de papel periódico se hacen dos columnas: el hombre ideal y la mujer ideal.

Se pide a los estudiantes que escriban en cada una de ellas las características consideradas como ideales para los hombres y para las mujeres en el tiempo de sus abuelos y abuelas. (5 m)

Después, a partir de ese listado, se pregunta cuáles son las que se mantienen hasta hoy y las que no y se inicia el debate (20 m)

Apuntes para reflexión: ¿Qué ha cambiado en lo que se espera de las mujeres y de los hombres, desde el tiempo de los abuelos hasta hoy? ¿Qué similitudes y qué diferencias se encontraron en las características encontradas por las diferentes personas de la clase, de diferentes orígenes? ¿Por qué creen que ha cambiado o por qué no ha cambiado? (distinguir las luchas políticas de las mujeres, los modelos familiares, la relación entre ellos en la escuela) ¿Cuáles de las características indicadas tienen un fundamento biológico y cuales tienen una explicación social? ¿Se nace hombre o mujer o nos hacemos hombres o mujeres?

Observaciones: Este puede ser un buen momento para conocer los roles de género de cada cultura. Las culturas no deben ser estigmatizadas por sus roles de género, sin embargo, las tradiciones no pueden ir nunca en contra de los derechos fundamentales de toda y cualquier persona. Es importante también que los y las estudiantes entiendan que las diferencias de género existen en las diferentes clases sociales, en todas las nacionalidades y que no es solamente una cuestión de la esfera individual, sino que afecta todas las áreas de la vida humana.

Idea: A partir de este ejercicio se puede explicar la diferencia entre los conceptos de sexo y de género (dinámica siguiente). Se puede también dividir el grupo en subgrupos de acuerdo con sus orígenes, para que después se pueda comparar las diferentes idealizaciones de los hombres y de las mujeres en los diferentes sitios.

Sesión 5

Objetivos Ejercitar habilidades de autoconocimiento.

Fomentar una visión realista y positiva de sí mismos y de las propias posibilidades. Descubrir las bases teóricas de la autoestima.

Población Adolescentes.

Duración aproximada De 30 a 40 minutos.

Materiales necesarios Hojas “El auto concepto” y “¿Qué es la autoestima?” (Anexo) para cada participante. Bolígrafos.

Descripción Cada participante dibuja expresión a las caras de la hoja “El auto concepto” y escribe en ella frases que describan cómo se ve a sí mismo. Las lee a sus compañeros, quienes intentarán descubrir posibles pensamientos erróneos, le harán ver el lado positivo y reforzarán sus cualidades.

Se reparte el juego de hojas “¿Qué es la autoestima?” y se explica qué es la autoestima y sus bases. De uno en uno, puntúan de 0 a 10 su auto concepto como persona hábil, su auto concepto como persona sexual y su auto aceptación.

¿Cómo me encuentro en la familia?

¿Cómo me encuentro en la escuela o instituto?

¿Cómo me relaciono con los demás?

¿Cómo considero que me ven los demás Lo que más me molesta de mí mismo?

¿Lo que más me gusta de mí mismo?

¿Respecto a mi presente y mi futuro?

Para retroalimentar:

¿Qué es la autoestima? – Es la percepción evaluativa de uno mismo. – Nadie puede dejar de pensar en sí mismo y de evaluarse. Todos desarrollamos una autoestima suficiente o deficiente, positiva o negativa, alta o baja..., aunque no nos demos cuenta. – Importa desarrollarla de la manera más realista y positiva posible y que nos permita descubrir nuestros recursos personales, para apreciarlos y utilizarlos debidamente, así como nuestras deficiencias, para aceptarlas y superarlas en la medida de nuestras posibilidades.

¿Cuáles son las bases de la autoestima?

a) El auto concepto (imagen que una persona tiene acerca de sí misma y de su mundo personal) en dos áreas: como una persona hábil (capaz de valerse por sí misma) y como una persona sexual (capaz de relacionarse sexualmente con otras personas). b) La auto aceptación (sentimiento de poseer un yo del que uno no tiene que avergonzarse ni ocultarse; implica una disposición a rechazar la negación o desestimación sistemática de cualquier aspecto del sí-mismo).

El efecto Pigmalión es un modelo de relaciones interpersonales según el cual las expectativas, positivas o negativas, de una persona influyen realmente en otra persona con la que aquella se relaciona. La clave del efecto es la autoestima, pues las expectativas positivas o negativas del Pigmalión emisor se comunican al receptor, el cual, si las acepta, puede y suele experimentar un refuerzo positivo o negativo de su auto concepto o autoestima, que, a su vez, constituye una poderosa fuerza en el desarrollo de la persona. En todos los pensamientos, sentimientos y actos que llevamos a cabo.

Sobre el comportamiento, en el aprendizaje, en las relaciones y recibe también la influencia de éstas.

Sesión 6

Objetivo: reflexionar sobre la identidad digital de cada usuario en la red y sensibilizar sobre las consecuencias sociales y profesionales de sus acciones en Internet.

Materiales: un ordenador conectado a Internet y un cañón de proyección.

Instrucciones: En primer lugar, cuatro alumnos escogidos al azar o voluntarios, junto al monitor actuarán de jurado del casting al que se presentan el resto de miembros del grupo. La prueba costará de una ronda de selección. Los participantes deberán proyectar con el ordenador su perfil de una red social. Los miembros del tribunal tienen derecho a preguntar lo que consideren oportuno. El jurado

deberá buscar el perfil que más se base en el respeto a sí mismo y a los demás, que resultará ganador de la prueba. Una vez finalizada la parte del concurso se realizarán las siguientes cuestiones:

1. ¿Cómo se valora la imagen que das a través de la red social?
2. ¿Te has sentido avergonzado de alguna de las cosas que has mostrado?
3. ¿Piensas alguna vez en la imagen que das de ti mismo en las redes sociales?
4. ¿Crees que esta imagen puede tener repercusiones laborales?
5. ¿Crees que los perfiles que has visto reflejan la personalidad de su usuario?
6. ¿Habría alguna cosa que borrarías de tu perfil? ¿Recomendarías eliminar algún elemento del perfil de un compañero?
7. ¿Has observado aspectos positivos en perfiles que te gustaría destacar?

Una vez finalizado el ejercicio se recomienda resaltar de manera más general la necesidad de construir una identidad digital basada en el respeto a uno mismo y hacia los demás.

Aportaciones

Debido a que el equipo consideró que es de suma importancia que los estudiantes de a nivel secundaria sean capaces de crear conciencia debido abuso de redes sociales así como de las tecnologías de la información y comunicación, por dicho aspecto se llega a la propuesta de la implementación de talleres, en lo se les propicie a los estudiantes información sobre los aspectos que han venido afectando a dicha población.

Cabe mencionar la importancia que representa el educar a los adolescentes en pensamiento y juicio reflexivo para conseguir un cambio en la adquisición de estereotipos sexuales basados en el principio de igualdad y respeto, de tal forma que dicha población sea capaz de identificar en sí mismos y elegir aquellos rasgos o características de los estereotipos que les permitan la expresión de su personalidad conforme al reconocimiento de su propia identidad, independientemente de los rasgos que los identifiquen ,esto hablando de género, todo esto no sólo con la finalidad de consolidar una identidad de género sino también con el fin de evitar que una adquisición inadecuada de los estereotipos afecten otros aspectos de la subjetividad del individuo como lo es el auto concepto.

Las aportaciones que proporcionara dicha propuesta se encuentra en el campo del desarrollo humano puesto que se lograra la adquisición de habilidades aplicables al día a día, logrando que los estudiantes utilicen el conjunto de elementos que una persona utiliza para describirse a sí misma, además de que cada uno conozca las propias capacidades y limitaciones personales.

Otra de las aportaciones considerada importante es llegar a conocernos casi por completo, aunque siempre van a surgir nuevas facetas desconocidas, la aproximación progresiva a nosotros mismos supone conocernos un poco más y mejor, este empeño responde a la preocupación por ser un yo interesante y valioso para nosotros y para los demás.

Cabe mencionar que dese la perspectiva del equipo, las aportaciones de sino son originales llegaran a ser innovadoras, buscando que se logre el objetivo planteado por todos los integrante esto pretendiendo la solución del caso.

Discusión

A lo largo de la investigación el equipo se enfrentó a diversas dificultades metodológicas. En primer lugar, consideramos que

una problemática específica que resultaría relevante sería enfocar la construcción de la identidad y el autoconcepto principalmente en mujeres, debido a que los estereotipos de rol, pero sobre todo las representaciones sociales de lo que es la mujer 'ideal' han sido desmedidamente acentuados y modificados de acuerdo a las nociones de belleza, capacidad intelectual, aptitudes profesionales, etc., en los últimos años. Sin embargo, esta propuesta se dejó de lado porque se consideró que si esta condición es verdadera habría que tener un punto de comparación con los hombres, de manera que, investigar las variables de identidad de género, uso de Internet y autoconcepto en ambas poblaciones ampliará el marco conceptual y los alcances teóricos de esta investigación, y si fuese posible rechazar o comprobar las premisas establecidas en otras investigaciones.

De igual manera, para la fase del desarrollo del trabajo de campo, la muestra disponible para la aplicación de los instrumentos de evaluación fue mayoritariamente de hombres lo cual generó un desequilibrio en los resultados pero sobre todo redujo la confiabilidad de los datos obtenidos, debido a la desigualdad del número de participantes. Esto se vio reflejado en algunas las variables categóricas de interés predispuestas a la condición masculina como lo es el uso de Internet.

Asimismo, de acuerdo con el análisis de los datos obtenidos nuestra hipótesis de investigación que planteaba una relación entre el uso y abuso de Internet y la construcción de la identidad de género resultó aceptada, sin embargo, no se pudo relacionar la variable de autoconcepto y el uso de Internet con la mayoría de sus dimensiones, propuesta que se consideraba en la hipótesis inicial. Por lo tanto, no podemos asegurar que el uso de Internet tenga una relación directa con la construcción del autoconcepto, aunque no podemos dejar de lado, que existe una influencia en la dimensión de autoconcepto social. Consideramos que esta relación se establece debido a la naturaleza de los sitios de Internet, que se han conformado como comunidades de interacción y comunicación social, condición que por razones obvias resulta significativa en el desarrollo de este tipo de autoconcepto, más que en el de las otras dimensiones que conforman este constructo.

Hasta el momento se ha hecho muy poco por regular el contenido promovido en la red y evitar la fragmentación y distorsión de las interpretaciones que a partir de ello hacen los jóvenes. Aunque en otras investigaciones se ha demostrado que el uso de internet tiene una relación directa en aspectos como la noción de la identidad de género y la evaluación del autoconcepto, no se han generado propuestas que les permitan a los adolescentes interpretar de manera objetiva, analítica y reflexiva la realidad en la que viven, lo cual representa un riesgo ya que se puede caer en una percepción errónea del quienes somos y quienes deberíamos de ser de acuerdo a las expectativas sociales, de manera que la construcción de la identidad queda a merced de la negociación social y de las representaciones de la realidad producto de esta negociación.

En vista de lo anterior, se consideró importante diseñar una intervención orientada a aspectos de adopción de roles de género, así como la construcción y valoración del autoconcepto, no sólo para el tipo social sino de manera general. Cabe mencionar que la mayoría de los adolescentes que conformaron la muestra (59 %), aún no tiene definido un rol de género determinado y mucho menos el establecimiento de una identidad de género, por lo que la propuesta de intervención diseñada permite que los adolescentes tengan un acercamiento a la concepción y construcción social de los roles de género tradicionales y al mismo tiempo cuestionan si

estas características deberían ser percibidas como representativas del tipo de rol tanto masculino como femenino que se desempeña en la sociedad. Así mismo, invita a la reflexión y fomenta análisis de dichas representaciones sociales respecto a las características de su propia personalidad mediante el desarrollo de habilidades de autoconocimiento y la promoción de una visión realista y positiva de sí mismo y de sus propias posibilidades ya aspiraciones. Con ello, consideramos que se lograra evitar que los jóvenes caigan en la comparación social negativa y competitiva de manera que se aprecien y valoren las cualidades y defectos de manera auto personal y al mismo tiempo se aprenda a respetar las diferencias de los demás.

Las limitaciones de nuestra propuesta se encuentran en que no ofrece la posibilidad de poder regular el uso de Internet así como manipular el contenido y las representaciones que se han construido socialmente y que se promueven a través de estos medios de comunicación. De igual manera, las actividades orientadas al autoconcepto, sólo permiten evaluarlo pero no promueven el desarrollo de habilidades emocionales y cognitivas que ayuden al individuo a construir un autoconcepto fuera de los entornos de red, sin recurrir a la comparación social. Sin embargo, se considera que existe la posibilidad de negociar las características de los estereotipos a nivel social, de manera que los adolescentes puedan tener un control de su comportamiento y de sus prácticas sociales sin tener que determinarse de acuerdo a la particularidad de cada uno de los roles de género y, a su vez, sin tener que hacer una valoración de sí mismos con base a las representaciones y modelos acordados en la sociedad en la que viven, sino basados en las capacidades reales y cualidades específicas que caracterizan a cada ser humano, es decir las complicaciones y dificultades de este trabajo, se pretenden enfrentar por medio de la propuesta de intervención, motivando la reflexión y fomentando la autorregulación por medio del pensamiento crítico partiendo de actividades didácticas entre pares.

4. CONCLUSIÓN

A partir de lo analizado en la presente investigación podemos concluir que en la escuela secundaria que se estudió, la correlación más fuerte y por ende la más importante entre las variables, fue la referente al uso de internet y los roles de género, por lo que consideramos que hay una fuerte influencia entre la manera y el número de horas que los adolescentes pasan en la red y la identificación que interiorizan respecto al rol que deberían mantener frente a la sociedad, ya sea masculino, femenino o andrógino. Este aspecto, fue uno de los intereses iniciales por parte de los investigadores, pues consideramos que en la actualidad las redes sociales permiten la difusión de ideas y conceptos, específicamente a través de imágenes sin fundamento que no propician el pensamiento crítico, por lo que los jóvenes podrían llegar a interiorizar estereotipos incorrectos, repercutiendo en aspectos problemáticos en su identidad.

Por su parte, el uso de internet y su correlación con el autoconcepto, mostraron influencias significativas, únicamente en las subcategorías referentes al concepto social y la autoevaluación personal. En este punto cabe recordar que el auto-concepto social es aquella dimensión que indica cómo se percibe el sujeto en cuanto su habilidad para ser aceptado por los otros y para tener amigos. Por lo que tomando en cuenta que el internet abre la posibilidad de comunicarse y relacionarse con otras personas, de manera instantánea, directa y en cualquier momento, ya sea a través del ordenador o de un teléfono inteligente, la socialización

se ve favorecida por el uso de servicios tales como las redes sociales, el correo electrónico, news groups, mensajería instantánea, telefonía, la edición y lectura de blogs e incluso la vídeo-telefonía. Sin embargo, consideramos que el auto-concepto en el área social, podría ser engañoso, pues debemos tomar en cuenta, que esta modalidad de comunicación implica una menor intimidad, confianza en el otro, pasión y compromiso que las que se desarrollan cara a cara pero en lo que atañe a la empatía, la importancia de la opinión del otro, la sinceridad, el respeto y la fidelidad, pueden estar en igual medida o más presentes. Aspecto que se ve interrelacionado con la segunda correlación significativa, es decir, la referente a la forma en que el individuo se percibe a sí mismo. Consideramos prudente puntualizar que uno de los efectos sociales de la modernización es, sin duda, la transformación del proceso a través del cual los sujetos se vinculan con el grupo al que pertenecen. En efecto, la identidad colectiva que suponía la imposición y transmisión de los rasgos culturales de un grupo. En el contexto social actual, en donde los sujetos están adscritos a diversos grupos, la construcción del sentido de pertenencia se dificulta, ya que los sujetos a través de sus múltiples interacciones cotidianas van seleccionando los repertorios culturales que responden a sus intereses y aspiraciones personales, así como a las exigencias sociales; de tal manera que la identidad colectiva se convierte en una construcción subjetiva y cambiante.

En cuanto a la última influencia significativa, es decir entre el rol de género y subcategoría del autoconcepto referente a la sensación de control, consideramos que siendo que los adolescentes han interiorizado diversos aspectos de ambos roles, son conscientes de lo que implican las conductas que se esperan de ellos en sociedad, aspecto que les permite mantener una sensación de control. Sin embargo, consideramos que es de vital importancia, no permitir que se establezcan y se interioricen los estereotipos genéricos, pues a pesar de que pueden proveer de una sensación de control, pueden dar pie a conjeturas que hacen caso omiso de las habilidades, oportunidades y entorno individuales e inherentes a la persona, por lo que casi siempre son perjudiciales. Los estereotipos negativos entorpecen la habilidad de las personas de alcanzar su potencial ya que limita sus elecciones y oportunidades. Están detrás de la discriminación de género declarada y encubierta, directa e indirecta, y recurrente que afecta de modo negativo a la igualdad.

5. REFERENCIAS

- Akthar, S. (1992). *Severe Personality Disorders and Their Treatment*. Londres: Jason Aronson.
- Aznar, I., Fernández, F. (2004). Adquisición de estereotipos sexuales a través de los medios de comunicación. *Revista científica de comunicación y Educación*, Vol. 23, p. 121-123. <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1172/b1524233x.pdf?sequence=1>
- Cacéres, M. Ruiz, J. & Brandle, G. (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. *Cuadernos de información y comunicación*, Vol. 14, p.213-231. <http://eprints.ucm.es/22541/1/7226.pdf>
- Colás, P., Villaciervos, P. (2007). La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes. *Revista de Investigación Educativa*, Vol. 25 (1), p. 35-58. Recuperado de: <http://revistas.um.es/rie/article/viewFile/96421/92631>
- Durante, M. (2011). The Online Construction of Personal Identity Through Trust and Privacy. *Information*, Vol. 2 (4), p. 594-620. <http://www.mdpi.com/2078-2489/2/4/594>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2014). "Estadísticas a propósito del día mundial del Internet (17 de Mayo)". Recuperado de: <http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2015/Internet0.pdf>
- Manago, A., Graham, M., & Greenfield, P. (2008). Self-presentation and gender of Myspace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29 (6), p. 446-458. Recuperado de: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0193397308000749>
- McDowell, L. (1999). *Género, identidad y lugar. Un estudio de las geografías feministas*, Madrid: Cátedra
- Oberst, U. Renau, V. Chamarro, A. & Carbonell, X. (2016). Gender stereotypes in Facebook profiles: Are women more female online? *Computers in Human Behaviour*, Vol. 60, p. 559-564. <https://sci-hub.io/10.1016/j.chb.2016.02.085>
- Okdie, B., Guadagno, R., Berniere, F., Geers, A., & McLaren-Vesotski, A. (2011). Getting to know you: Face-to-face versus online interactions. *Computers in human behavior*, 27, p. 153-159. Recuperado de: http://www.okdie.net/Lab/Main/Lab_Publications_files/CHB1401.pdf
- Pérez, E. (1997). *Ciencia, Tecnología y sociedad: La perspectiva del género*. Ciencia, Tecnología y Sociedad. Barcelona: Ariel
- Renau, V. Oberst, U. & Carbonell- Sánchez, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. *Anuario de Psicología*, Vol. 43 (2), p.2-14. <http://www.raco.cat/index.php/AnuarioPsicologia/article/view/271069/358634>
- Renau, V., Carbonell, X., & Oberst, U. (2012). Redes sociales online, género y construcción del self. *Aloma*, Vol. 30 (2), p. 97-107. [file:///home/chronos/u-9ed214f26fd3ca5a5d0ae95943e2d6ceedaadafd/Downloads/263045-355552-1-SM.pdf](http://home/chronos/u-9ed214f26fd3ca5a5d0ae95943e2d6ceedaadafd/Downloads/263045-355552-1-SM.pdf)
- Varela, R. (2000). *Cultura, poder y tecnología*, Ciencia, tecnología, naturaleza y cultura en el siglo XXI, Barcelona: Antrhopos, pp. 133-145.

- Zerges, B. & Larraín, M. (2011). El Impacto de la Internet en la Definición de la Identidad Juvenil: Una Revisión. *Psyke*, Vol. 11 (1), p.203-216. <http://www.psyke.cl/index.php/psyke/article/view/469/448>
- Zhao, S. Grasmuck, S. & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behaviour*, Vol. 24, p. 1816-1836. <http://astro.temple.edu/~bzhao001/Identity%20Construction%20on%20Facebook.pdf>