

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

Unidad de Posgrado de Ciencias Humanas y Educación



Una Institución Adventista

Uso de las redes sociales y su relación con la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor, Lima, 2021

Tesis para obtener el Grado Académico de Maestro(a) en Educación con mención en investigación y docencia universitaria

Autor:

Leidhy Vidaurre Diaz

Asesor:

Dr. Moisés Diaz Pinedo

Lima, setiembre de 2021

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE MAESTRO(A)

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a 16 días del mes de diciembre del año 2021, siendo las 15:00 Pm, se reunieron en la modalidad online sincrónica, bajo la dirección del Señor Presidente del Jurado: Dr. Jorge Platón Maquera Sosa , el secretario: Mg. Gissel Arteta Sandoval , los demás miembros: Dra. Martha Clotilde Larico Gutiérrez y el asesor: Dr. Moisés Díaz Pinedo , con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de Tesis de Maestro(a) titulada: Uso de las redes sociales y su relación con la Ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor, Lima, 2021 del Bachiller/Licenciado(a)

Leidhy Luz Vidaurre Díaz

..... Conducente a la obtención del Grado Académico de Maestro(a) en:

Educación

(Nomenclatura del Grado Académico)

Investigación y Docencia Universitaria

..... con Mención en

..... El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del Jurado a efectuar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes, los cuales fueron absueltos por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del Jurado.

Posteriormente, el Jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller/Licenciado (a): Leidhy Luz Vidaurre Díaz

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	18	A-	Con nominación de Muy Bueno	Sobresaliente


(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del Jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final. Además, el Presidente del Jurado concluyó el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.


Presidente



Secretario



Miembro



Miembro

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DE TESIS

Yo, Moisés Díaz Pinedo, identificado con el DNI 10148900, docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada:

Uso de las redes sociales y su relación con la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor, Lima, 2021, constituye la memoria que presenta la Licenciada Leidhy Vidaurre Diaz, para obtener el grado académico de Maestría en Educación con mención en Investigación y Docencia Universitaria, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, los 30 días del mes de diciembre del año 2021.



Moisés Díaz Pinedo

DNI. 10148900

Dedicatoria

A mis padres Luz y Manuel, por su inspiración y
ejemplo de perseverancia.

A Normita mi gratitud por tu esfuerzo y amor.

A Gonzalo Ramos, mi amado esposo, por
todo su comprensión y apoyo incondicional.

A mi tierna Marisol antes aprendiendo de mí, ahora
maestra de mis retos académicos,

A Liz e Iván, mis amigos, compañeros de travesuras
y hermanos unidos toda la vida y

A los gemelos que me llenan de felicidad nuestra
familia.

A Todos ustedes mi gratitud y amor por siempre.

Agradecimientos

A Dios, por la vida y las infinitas oportunidades que siempre me otorga.

A mi familia, por su apoyo constante.

A mi asesor Moisés Díaz, por sus acertadas orientaciones.

A mis dictaminadores, la Mg Gissel Arteta y la Dra. Martha Larico

A la directora de IEA Redentor, por abrirme las puertas de su Institución para realizar este trabajo.

A todos aquellos que permitieron que este trabajo sea una realidad

Tabla de contenido

Dedicatoria	iv
Agradecimientos.....	v
Tabla de contenido.....	vi
Índice de tablas	ix
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
Capítulo I. Planteamiento del problema	13
1.1. Identificación del problema	13
1.1.1. Formulación del problema de investigación.....	17
1.2. Objetivos.....	18
1.2.1. Objetivo general.....	18
1.2.2. Objetivos específicos.....	18
1.3. Justificación	19
1.4. Presuposición filosófica.....	19
Capítulo II. Marco teórico	22
2.1. Antecedentes.....	22
2.1.1. Antecedentes nacionales.....	22
2.1.2. Antecedentes internacionales.....	25

2.2.	Bases teóricas	30
2.2.1.	Redes sociales	30
2.2.2.	Ideología de género.....	34
2.3.	Hipótesis	43
2.3.1.	Hipótesis general	43
2.3.2.	Hipótesis específicas	43
Capítulo III. Materiales y métodos		45
3.1.	Tipo de investigación	45
3.2.	Diseño de la investigación	45
3.3.	Población y muestra	46
3.4.	Operacionalización de las variables.....	47
3.5.	Técnica e instrumentos de recolección de datos	50
3.5.1.	Escala de Redes Sociales	50
3.5.2.	Escala de Ideología de Género	50
3.6.	Procesamiento y análisis de datos.....	52
3.7.	Aspectos éticos.....	53
Capítulo IV. Resultados y discusión		54
4.1.	Resultados	54
4.1.1.	Prueba de KMO y Bartlett.....	54
4.1.2.	Resultados descriptivos	56
4.1.3.	Prueba de normalidad	60
4.1.4.	Prueba de hipótesis	61
4.2.	Discusión de los resultados	62
Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones		65

5.1. Conclusiones	65
5.1. Recomendaciones.....	66
Referencias	67

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de la variable redes sociales	47
Tabla 2 Operacionalización de la variable ideología de género	49
Tabla 3 Listado de expertos validadores	52
Tabla 4 Prueba de KMO y Bartlett.....	54
Tabla 5 Varianza total explicada	55
Tabla 6 Matriz factorial	55
Tabla 7 Alfa de Cronbach.....	56
Tabla 8 Edad de los participantes	56
Tabla 9 Frecuencia de uso de las redes sociales.....	57
Tabla 10 Nivel de ideología de género	58
Tabla 11 Niveles de obsesión a las redes sociales	58
Tabla 12 Nivel de falta de control a las redes sociales.....	59
Tabla 13 Nivel del uso excesivo de las redes sociales.....	59
Tabla 14 Nivel de uso de las redes sociales	60
Tabla 15 Prueba de normalidad para ideología de género	60
Tabla 16 Prueba de normalidad para uso de redes sociales	61

Tabla 17 Prueba de hipótesis general.....	61
Tabla 18 Prueba de hipótesis específicas.....	62

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue presentar la relación entre el uso de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la I.E.A Redentor. El estudio fue de diseño no experimental, corte transversal y correlacional. La población de estudio estuvo conformada por 295 estudiantes, a quienes se les aplicó dos encuestas: la primera, sobre el uso de las redes sociales constituida por 24 ítems con opción de respuestas en escala de Likert (1-5); la segunda, encuesta de actitud frente a la ideología de género, constituida por 9 ítems y validada a través de juicio de expertos y análisis factorial confirmatorio. Los resultados indican que el 48.8% de la población tuvo un nivel medio de la ideología de género; por otro lado, se encontró que, el 42.4 % mantuvo un nivel medio de obsesión a las redes sociales. Del conjunto de los resultados se encontró una relación nula entre una ideología de género y el uso de las redes sociales, con un Rho de Spearman de $-.023$ y P valor $0,299$; asimismo, los resultados reflejaron que, existe una relación nula entre la obsesión a las redes sociales y la ideología de género, con un Rho de Spearman de $-.056$ y un P valor de $,341$; además, se encontró que tampoco existe relación entre la falta de control de las redes sociales y la ideología de género, con los valores Rho de Spearman $-.006$ y un $p = ,912 > 0.05$. Finalmente, los hallazgos mostraron una relación nula entre el uso excesivo de las redes sociales y la ideología de género (Rho de Spearman $= -.007$ y $p = 0,905 > 0.05$) en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor, estos hallazgos permitieron rechazar la hipótesis de investigación.

Palabras claves: Uso de redes sociales, ideología género, adolescencia.

Abstract

The objective of this research was to present the relationship between the use of social networks and gender ideology in secondary school students of the Redentor I.E.A. The study was of a non-experimental, cross-sectional and correlational design. The study population consisted of 295 students, to whom two surveys were applied: the first, on the use of social networks made up of 24 items with a choice of answers on the Likert scale (1-5); the second, a survey of attitude towards gender ideology, consisting of 9 items and validated through expert judgment and confirmatory factor analysis. The results indicate that 48.8% of the population had a medium level of gender ideology; On the other hand, it was found that 42.4% maintained a medium level of obsession with social networks. From the set of results, a null relationship was found between a gender ideology and the use of social networks, with a Spearman Rho of $-.023$ and P value 0.299 ; Likewise, the results show that there is a null relationship between the obsession with social networks and gender ideology, with a Spearman Rho of $-.056$ and a P value of $.341$; Furthermore, it was found that there is no relationship between the lack of control of social networks and gender ideology, with Spearman's Rho values $-.006$ and a $p = .912 > 0.05$. Finally, the results found a null relationship between the excessive use of social networks and gender ideology (Spearman's Rho = $-.007$ and $p = 0.905 > 0.05$) in the secondary level students of the Redentist Adventist Educational Institution, these findings allowed to reject the research hypothesis.

Keywords: Use of social networks, gender ideology, adolescence.

Capítulo I. Planteamiento del problema

1.1. Identificación del problema

La ideología de género, impulsada desde hace varias décadas en muchos países del mundo, ha empezado cobrar gran importancia en la actualidad, a pesar de que muchos de sus promotores afirmaron que como ideología de género no existe, hay un sinnúmero de opiniones y estudios que afirman lo contrario; en este sentido, el abogado y el politólogo Márquez y Laje (2016), la definen como “un conjunto de ideas anticientíficas que con propósitos políticos, desarraigan la naturaleza de la sexualidad humana y la atribuyen a imposiciones culturales; es decir, el varón no nace varón sino se hace varón, y lo mismo para las mujeres” (p.66), cabe indicar que, esta definición es descartada por muchos lobbies impulsores de dicha ideología; sin embargo, tampoco tienen una explicación clara y sustentable de lo que vendría a ser la ideología de género.

Pese a este gran vacío conceptual, la ideología de género ha venido ganando terreno y provocando en varias instancias sendas reacciones y debates encarnizados en posiciones visiblemente contrapuestas, es inevitable a estas alturas y con una sociedad sobrecargada de información, que la población no tenga una postura o por lo menos una idea a favor o en contra de este pensamiento. La Real Academia Española (2014), la define como la agrupación de ideas que describen los pensamientos de una sola persona o de un grupo que corresponden a un movimiento religioso, político y/o cultural y, cuando se refiere a actitud, la califica como la

demostración de alguna manera del estado de ánimo y a la expresión efectiva-emocional.

En este sentido, se denota que una ideología constantemente reproducida y sutilmente manifestada por los diversos medios de comunicación y redes sociales, puede llegar a tener impacto poderoso en la actitud que son representadas por las expresiones afectivas y emocionales.

Por su lado, Moya et al. (2006) determinan que, una ideología de género puede ser tradicionalista o igualitaria. La influencia de la ideología de género, que fue una de las más fomentadas en Europa y posteriormente adoptada en los Estados Unidos, ha avanzado por todo Latinoamérica, siendo apoyada y difundida por la ONU y sostenida con normativas y leyes para la educación, la ciencia y la cultura, donde los proyectos para la legalización del aborto, la aprobación del matrimonio homosexual y la enseñanza de la Educación Sexual Integral en las instituciones educativas, son parte de la agenda de esta organización (Ccori, 2018).

Sin duda, existe un trabajo político que se viene realizando para la mayor difusión de la ideología de género; sin embargo, para que esto se concrete y se difunda de una manera más efectiva y logre tal alcance en todos los estratos sociales, los medios de comunicación y las redes sociales juegan un rol determinante, no solo informativo, sino en lo adoctrinario, pues es posible evidenciar las claras manifestaciones a favor de la ideología de género y su postura de apoyo constante, difundiendo con argumentos de diversidad e inclusión y con un lenguaje sutil y digerible para disimular sus verdaderas intenciones.

Márquez y Laje (2016) sustentan que, el lenguaje es una herramienta para causar desconcierto y confundir a las masas y finalmente ganar la batalla psicopolítica. Para tal fin, los lobbies tergiversan y manipulan el sentido de las palabras, para luego acudir a la llamada conversación diplomática como herramienta de persuasión. Ante ello no hay bifurcación entre el dialogo y el movimiento revolucionario, no hay etapa para uno y después el otro, es claro que el dialogo es la esencia del accionar revolucionario.

En el Perú, la ideología de género ha ingresado a través del currículo escolar, en el año 2008 el Ministerio de Educación (MINEDU) elaboró un manual para docentes y tutores del nivel secundario de la Educación básica regular, denominado “Lineamientos educativos y orientaciones pedagógicas para la educación sexual integral”, a fin de ser usado desde el 2012, (MINEDU, 2008). También, se puede denotar que la población ha caído en confusión, debido al vacío conceptual genera esta ideología. Según IPSOS (2017), más del 45% de la población peruana declara no saber que refiere la conceptualización de ideología de género.

El exministro Daniel Alfaro Paredes en una entrevista realizada por periodista Fernando Alayo en el periódico El Comercio, cuando aún ocupaba el cargo de ministro de educación en el año 2018, afirmó que el constructo denominado “ideología de género” no existe; no obstante, sostuvo que el ministerio peruano busca introducir inicialmente el constructor de género (Alayo, 2018).

Tras estos pronunciamos, se evidenció el interés del MINEDU por introducir dicha ideología a los centros Educativos de manera sutil, iniciando por la modificación del concepto de género, borrando las cualidades y particularidades netamente

biológicos, tratando de reproducir los modelos europeos y de muchos países latinoamericanos que lo adoptaron hace más de una década; sin embargo, desde hace algunos años atrás la resistencia en Perú ha sido muy fuerte y briosa, con marchas multitudinarias, grupos defensores de las familias y representantes políticos que rechazan las propuestas ideológicas de género, pero no se puede negar que conforme pasa el tiempo, esta misma resistencia que incluso acaparó portadas internacionales, está perdiendo impulso, pues las redes sociales vienen haciendo un trabajo asolapado y recurrente, en los adolescentes y jóvenes de esta generación.

Los medios de comunicación, el internet, las redes sociales y otros medios, son los canales por los cuales la ideología de género viene siendo difundida. No obstante, son las redes sociales las más utilizadas para este fin. Según datos de IPSOS, el 55% de la población entre 8 y 70 años hace uso de las redes sociales, el 96% usa Facebook, el 42, Instagram, el 34% YouTube y el 12% Twitter (IPSOS, 2020). Estos datos demuestran que, más de la mitad de la población utiliza las redes sociales como fuente de información, incluso sobre los noticieros o canales de información, lo cual es un peligro, pues en las redes sociales circulan todo tipo de información, confiable o no confiable. Asimismo, se puede ver que la carga ideológica es otro de los peligros de las redes sociales. Según la periodista Patricia del Río, en una entrevista dada en el diario Perú 21, la apertura a la homosexualidad y la tolerancia a otras nuevas corrientes, es gracias a las redes sociales y a su gran influencia que ejercen sobre la juventud (Migoya, 2015). Por su parte, la BBC News muestra que las grandes corporaciones de redes sociales, capacitan a sus empleados en las nuevas orientaciones para difundir el respeto y tolerancia hacia la

comunidad de lesbianas, gays, transexuales, bisexuales, queers y al movimiento (LGTBQ+), incluso los mismos trabajadores como parte de las actividades laborales, deben asistir a las marchas del orgullo gay (Hudson, 2012). En efecto, las redes sociales vienen propagando estas ideologías e introduciéndolas en la población juvenil de manera sutil y encubriéndolas de tolerancia, respeto e inclusión.

De este modo, se evidencia que la ideología de género a través de muchos medios y sobre todo con el uso de las redes sociales, está logrando conquistar un buen sector de la población, logrado su aprobación y permitiendo que en muy poco tiempo se abran las puertas para aprobaciones de leyes a su favor, por lo que se plantea siguiente interrogante: ¿Qué relación existe entre el uso de las redes sociales y la ideología de género?, con la cual se busca determinar la relación que existe entre las redes sociales y la ideología de género.

1.1.1. Formulación del problema de investigación

1.1.1.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre el uso de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor?

1.1.1.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la obsesión a las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor?

- ¿Cuál es la relación entre la falta de control personal y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor?
- ¿Cuál es la relación entre el uso excesivo de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar si existe relación significativa entre el uso de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar si existe relación significativa entre la obsesión a las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor
- Determinar si existe relación significativa entre la falta de control personal y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.
- Determinar si existe relación significativa entre el uso excesivo de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.

1.3. Justificación

La presente investigación se enfoca en estudiar la relación existente entre el uso de las redes sociales y la ideología de género, la cual en estos últimos años está siendo difundida fuertemente por diversos medios de comunicación, los cuales tienen un gran impacto en la sociedad y las nuevas generaciones.

La finalidad del estudio es analizar la correlación entre ambas variables y el impacto que genera una sobre la otra, en una población estudiantil del nivel secundario de una institución adventista y a partir de ello, informar a los padres de familia sobre el uso de las redes sociales, para obtener información, revisarla y filtrarla para ser tomada como verídica y aceptable, de acuerdo a los principios morales y éticos de nuestra institución. Asimismo, se pretende alentar a la comunidad estudiantil (padres de familia, directivos y docentes) sobre los contenidos con carga ideológica.

Además, aporta teoría a la colectividad científica, ya que provee información teórica y estadística sobre el uso de redes sociales y su relación con el conocimiento en ideología de género. A su vez, contribuye con antecedentes importantes de ambas variables para futuras investigaciones.

1.4. Presuposición filosófica

Dentro de la cosmovisión cristiana y según las doctrinas creacionistas, se conoce a través de la Biblia que Dios creó al hombre (Génesis 1:27) con todos los rasgos de masculinidad y con roles determinados, y al ver que el hombre no podía estar solo creó a la mujer de una de sus costillas, dejando entrever un mensaje dotado de

mucho significado emocional, al concebir que uno de los roles preponderante del hombre es proteger y una de las necesidades femeninas, ser protegida. Asimismo, la Biblia recalca que Dios creó dos sexos, macho y hembra los creó y los bendijo (Génesis 5:22). Todo aquello determinó los rasgos biológicos, de conducta, comportamiento, actitudes e incluso necesidades son las que diferencian al hombre de la mujer, que tienen sustento científico y que no se puede negar. Sin embargo, ideólogas contemporáneas con evidentes intenciones de distorsionar una creación divina y atentan en contra del origen familiar, el matrimonio y los valores occidentales, se están introduciendo con mucha más fuerza ideologías que fomentan que no solo existe dos géneros, sino muchos más, siendo respaldadas por la ONU, que a través del departamento de protección frente a la violencia y la discriminación por la orientación sexual e identidad de género, menciona la existencia de 112 géneros. Con este respaldo y apoyo de las entidades más poderosas del mundo y con el discurso de la tolerancia y el respeto, se vienen promoviendo a las nuevas generaciones nuevas sofismas que echan por tierra la creación divina y los géneros establecidos desde el principio. Los medios de comunicación y las redes sociales también venden al por mayor estos nuevos pensamientos, que si bien es cierto tienen un gran potencial para contribuir positivamente con la sociedad; no obstante, están siendo usadas para confundir y hacer dudar de un plan maravilloso de creación que ha sido el matrimonio y la sexualidad. En efecto, la presente investigación mantiene las posturas bíblicas del origen del hombre y la mujer, su sexualidad y la del matrimonio que tiene ascendencia divina. Por lo tanto, toda presuposición que vaya en contra de ella, aun sin evidencias que van de la mano con la ciencia, deben

ser desechadas y prevalecer la verdad. Es mensaje que se busca manifestar en defensa de los valores.

Capítulo II. Marco teórico

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes nacionales

Justo y Machado-Mayuri (2019), realizó una investigación en Chiclayo sobre nivel de conocimiento y aceptación de ideología de género, con el objetivo de establecer el nivel de aceptación que presentan los estudiantes de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. La muestra estuvo conformada por 129 alumnos (29 mujeres y 100 varones) de la escuela de Educación, quienes completaron una encuesta con 25 preguntas, denominada escala de valoración y aceptación de la ideología de género, dicha encuesta se encuentra dividida en dos partes: la primera mide la subvariable conocimiento a través de 10 preguntas cerradas en una escala de *Likert*, donde 1 representa totalmente desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de Acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo; la segunda parte hace referencia a la subvariable aceptación, conformada por 15 preguntas con la opción de responder en escala de *Likert* 1-5. Luego de haber realizado el procesamiento de datos, el autor concluyó que, el 72% de los participantes presentaron falta de conocimiento sobre la ideología de género, el 69% aceptan y conocen sobre la ideología de género y el 29% de los encuestados mostraron apatía sobre el tema, mostrando de esta manera dudas y falta de interés por conocer sobre la ideología de género.

Ccori (2018) realizó el estudio, “Actitud hacia la ideología de género y características demográficas asociadas en estudiantes adolescentes” en Juliaca, con

el objetivo de identificar la actitud hacia la ideología de género en estudiantes de los dos últimos años del nivel secundario de la Institución emblemática de Juliaca, 2017. El estudio fue de descriptivo, no experimental y de corte transaccional- transversal. Para la recolección de datos se usó la escala de actitud hacia la ideología de género, conformada por 25 preguntas donde la calificación es 0 fuertemente en desacuerdo y 5 fuertemente de acuerdo. Se logró encuestar a 1341 alumnos de la G.U.E José Antonio Encinas y del colegio emblemático de Juliaca "Politécnico los Andes" 970 estudiantes. Los resultados mostraron que, el 46% de adolescentes presentan una media aceptación, el 28% están en contra y el 26% a favor de esta ideología de género. En conclusión, el 46% las Instituciones emblemáticas de Juliaca muestran una actitud medianamente favorable hacia la ideología de género, siendo un 28% de la población con una actitud desfavorable y el otro 26% con una actitud favorable.

Ynquillay (2019) efectuó la investigación, Uso de las redes sociales y su relación con la agresividad en preuniversitarios de la Universidad Nacional de Lima, 2019, con el objetivo de encontrar la relación entre el uso de redes sociales y la agresividad. El estudio fue descriptivo correlacional comparativo, de diseño no experimental y corte transversal, para lo cual se encuestó a 192 estudiantes preuniversitarios de diversas universidades de Nacionales de Lima, a quienes se les aplicó el instrumento de adicción a redes sociales (ARS) y el cuestionario de agresividad-AQ de Buss y Perry. Los resultados obtenidos mostraron que, existe una asociación correlacional significativa entre la agresividad y el uso de las redes sociales; asimismo, no existen diferencias marcadas entre hombres y mujeres con respecto al uso excesivo de las redes sociales, pero sí se pudo determinar que existe

una obsesión mayormente marcada en los varones, con respecto a la falta de control y obsesión en el uso mismo de las redes sociales; además, en cuanto a las edades no se encontraron diferencias marcadas.

Herrera (2016), desarrolló en Lima una investigación sobre la relación entre las redes sociales su uso y abuso y la agresividad en adolescentes, con el objetivo indicar la relación entre el uso y abuso de las redes sociales y la agresividad. El estudio fue de enfoque metodológico cuantitativo, de tipo no experimental y corte transversal. La muestra estuvo conformada por 230 adolescentes de los últimos grados del nivel secundario de la I.E del Callao, a quienes se les aplicó el instrumento denominado, “Test de adicción a Redes Sociales y el Cuestionario de Agresividad de Buss y Perry”. Obteniendo como resultados que, existe una baja relación entre el uso excesivo de las redes sociales y la agresividad, ya que el nivel de agresividad se muestra en un 60,9% de los encuestados, en tanto un 52% hace uso de las redes sociales y el 47,8% abusan de las redes.

Serrato (2017) realizó una investigación en Lima titulada, “Uso de redes sociales y las estrategias de lectura crítica hipertextual en estudiantes de la Universidad Nacional Federico Villarreal (UNFV)”, con el objetivo conocer la relación entre el uso de las redes sociales y el uso de estrategia de lectura crítica hipertextual. Para tal fin sometió a estudio a 150 estudiantes del primer ciclo de la facultad de economía, a quienes se les aplicó un cuestionario elaborado por Galindo (2014), valorado en una escala de *Likert* con 4 dimensiones y un test para lectura hipertextual. Los resultados obtenidos mostraron que, 4,7% de los encuestados no usa nunca las redes sociales, el 35.3% pocas veces, el 54% a veces, el 5.3% casi siempre y el 0.7% siempre; por

otro lado, se encontró que el 73% usa a diario el aplicativo de Facebook y un 53% ingresan de 2 a más horas durante el día. En cuanto a la lectura crítica, los resultados mostraron el uso regular de estrategias en un 34% de estudiantes, un 62% un uso bueno y solo el 4% uso excelente; por lo tanto, no hay existencia de relación entre ambas variables.

Feria (2019) desarrolló la investigación, “Relación entre las habilidades sociales y el uso de redes sociales en estudiantes universitarios de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho 2019”, con el objetivo de conocer la relación entre las habilidades sociales y el uso de redes sociales. El estudio fue de enfoque cuantitativo tipo básico y diseño no experimental, se sometió a estudio a 160 estudiantes universitarios de la Facultad Ciencias de la Educación del Nivel Primario y para el recojo de información, se usó la escala de habilidades sociales EHS y el cuestionario de redes sociales. Los resultados mostraron que, existe relación significativa entre las redes sociales y habilidades sociales, ya que un 74,6% de los encuestados poseen un nivel apropiado de habilidades sociales y el 76,3% de los estudiantes universitarios hacen uso de las redes sociales con mucha frecuencia.

2.1.2. Antecedentes internacionales

González et al. (2016), desarrolló en Cataluña-España el estudio de titulado, “Las redes sociales y la educación superior y las actitudes de los estudiantes, hacia el uso educativo de las redes sociales”, con el objetivo de realizar un análisis de las actitudes hacia las redes sociales en los estudiantes del primer curso de los grados universitarios (Universidad Rovira Virgili) y de su uso académico, así como sus

preferencias. La muestra de estudio estuvo conformada por 141 estudiantes universitarios, a quienes se les aplicó un cuestionario que buscó recopilar datos sobre el conocimiento y uso de las redes sociales, las redes sociales vinculadas con el ámbito académico, la existencia de una utilidad pedagógica para las redes sociales, la potencialidad de las redes sociales en el aspecto académico de los estudiantes universitarios y los beneficios y perjuicios de las redes sociales, el cuestionario para estudiantes universitarios fue adaptado por González-Martínez y Ruiz-Nova (2013). Los resultados mostraron que, los estudiantes hacen uso frecuente de las redes sociales para interactuar en la vida social; sin embargo, por la falta de proactividad en maestros universitarios no es bien aprovechada en el ámbito académico, debido que no se evidencia un mínimo de uso para la vida académica.

Por otro lado, Cabero et al. (2016) desarrolló el estudio, “Redes sociales y Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación”, con el objetivo conocer la existencia de diferencias de cada una de las variables y de determinar cuáles son las redes sociales preferentes para el grupo estudiantil y si hay algún interés de usar redes sociales para mejorar el aprendizaje. Para tal fin, se utilizó la encuesta elaborada por Anderson et al. denominada “Encuesta de Software Social utilizada con estudiantes universitarios”, La población de estudio estuvo conformada por 1040 universitarios de diferentes universidades y países, en su mayoría hubo disposición para la participación y el apoyo de los docentes de las diferentes universidades en apoyar con las encuestas en los diferentes países de habla hispana, por ello se determinó el muestreo de tipo intencional, considerando el número de participantes de 1.040, universitarios de España, Venezuela, República

Dominicana (PUCAIMA) y Argentina (UTN), donde el 70% de la población estaba conformada por mujeres, excepto en la Universidad de Sevilla (67,47% mujeres versus 32,53% hombres) presentaba homogeneidad en su distribución. Por otro lado, con respecto a la edad, la gran mayoría oscilaba entre los 17-20 años (45,65%), seguido de 21-24 años (26,99%) y por último de 25-28 años (11,67%); sin embargo, en la República Dominicana incidía el intervalo 25-28 años (56,19%), y en la universidad de Argentina preveía el de 21-24 años y 25-28 años, con un porcentaje del 28,92% respectivamente. Las conclusiones señalan una gran diferencia entre ambos sexos e incluso edades, ya que los resultados muestran que las universitarias tienen más habilidades al usar herramientas y los varones mayores capacidades en tecnologías. También se encontró diferencias entre las edades y el uso de las mismas.

Espuny et al. (2011), efectuó un estudio para analizar la correlación existente entre las Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios, manifiestan las redes sociales, con el objetivo de dar una reflexión sobre la postura de los universitarios con respecto al buen uso y los beneficios didácticos y todo el potencial que puede tener las redes sociales, para mejorar la buena praxis académica y como estrategias didácticas para mejorar el aprendizaje. La muestra estuvo conformada por 115 universitarios, buscando que el estudiante logre encontrar el lado pedagógico, y de buen uso académico a las redes sociales. Para la recolección de datos se usó el Cuestionario de Redes Sociales en Universitarios de Espuny et al. (2011). Además, se hizo la clasificación de las redes más utilizadas como *Facebook*, *Twitter*, *MySpace* o *LiveSpaces*, que tienen mayor

apertura en los estudiantes; las menos usadas como *LinkedIn*, que están más relacionadas a promover el ámbito profesional; *e-LearningSocial*, que ayuda a mejorar la enseñanza aprendizaje entre adultos; y, el último grupo de las redes sociales más usadas por los de las generaciones más jóvenes, donde también están incluidos los estudiantes encuestados y estas redes no son muy conocidas entre los más adultos, pero sí con un alto alcance en la juventud, tales como *Tuenti*, *Netlog* u *OdioAMiCompi* y *PatataBrava*, que son de uso exclusivo para estudiantes universitarios a fin de ayudarlos en la mejora académica. Los resultados obtenidos mostraron que, los estudiantes que utilizan las redes sociales poseen un buen conocimiento de ellas y su uso está destinado para la mejora pedagógica.

En cuanto a los estudios sobre ideología de género, Valbuena (2019) realizó un estudio en Bogotá-Colombia, que muestra el análisis del caso de las cartillas del ministerio de educación y del discurso sobre la ideología de género en Colombia 2016, con el objetivo de analizar críticamente la ideología de género y sus sustentos científicos sobre el sexo, que no tendrían mayor importancia ni aceptación sino fuera porque sus propuestas ideológicas en debates políticos con el afán de ser promovidos y formar parte del currículo estudiantil. La investigación tuvo un enfoque cualitativo, ya que fue un estudio de dimensión interna y con mayor valoración subjetiva, e interacción entre los individuos (Galeano, 2001). Y se plantea estudiar las disertaciones manifestadas en el Senado de la República en el 2016, sobre las medidas tomadas por el Gobierno Nacional en cumplimiento con lo ordenado por la Corte Constitucional, mediante la sentencia T-478 de 2015. El estudio cuenta con 4 partes, en primer lugar, analizar y comprender las ideologías, características; en

segundo lugar, analizar las ideologías en cuanto al género y su repercusión social; en tercer lugar, comprender las ideologías en base a su potencial subjetivo; y, en cuarto lugar, descubrir las construcciones sociales sobre el género y de la sexualidad en esta ideología. Finalmente, para el desarrollo de estas partes se propuso desarrollar entrevistas a toda una población universitaria, para conocer las relaciones entre los estereotipos de género y los discursos ideológicos sobre el género.

Del mismo modo, Chahín-Pinzón y Briñez (2015) realizaron un estudio en Bogotá-Colombia, con el objetivo de analizar las propiedades psicométricas de la Escala de Ideología de Género en adolescentes colombianos. La muestra estuvo constituida por 303 estudiantes de 3 centros educativos diferentes de Bucaramanga, dos fueron colegios oficiales del Centro Piloto Simón Bolívar del sector público que reciben estudiantes de todos los niveles socioeconómicos y diferentes estratos sociales (bajo, medio-bajo), que son el grupo que mayormente predomina. El instrumento aplicado estuvo constituido por 12 ítems y una fiabilidad de 0.71 y 0.9 (Moya et al., 2006). Los ítems presentaron como alternativa de respuesta en escala de *Likert* del 1-10, donde 1 representa totalmente de acuerdo y 10 como totalmente en desacuerdo. Los resultados mostraron que, los estudiantes colombianos presentan adecuadas propiedades psicométricas, evidenciando de esta manera que es un instrumento de fácil aplicación, rápido y útil para evaluar la ideología de género.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Redes sociales

Prato y Villoria (2010) afirman que, las redes sociales son sistemas y aplicaciones que permiten la conexión con otros individuos, son los espacios de interacción e intercambio de información que crean vínculos entre usuarios. Por su parte, Orihuela (2008) manifiesta que, las redes sociales se han convertido en los nuevos espacios de interacción virtual, donde los jóvenes construyen su identidad. Bajo esta definición, se puede indicar que una red social integra a personas con las mismas afinidades, las interconecta y las agrupa de acuerdo a sus creencias, ideas, intereses, apegos, inclinaciones y experiencias.

Desde hace unos pocos años atrás, las redes sociales se han apoderado de los medios comunicativos, los modificaron y los convirtieron en más rápidos y efectivos. Esto ha logrado acortar brechas y acercar distancias que antes era imposible. Vidal et al. (2013), conceptúan a las redes sociales como las fuentes del relacionamiento e interacción grupal de diferentes contextos, con un mismo fin; asimismo, estas fuentes constituyen un sistema abierto y en construcción permanente, que involucran a diferentes usuarios identificados con diferentes creencias y necesidades, cuyos principios son el crear, compartir y colaborar. Por otro lado, Requena (1989) sostiene que, son una gran estructura que tiene características de relacionamiento importante para lograr un estudio de interpretaciones conductuales en el ser humano y cómo es que se vincula con habilidades sociales.

2.2.1.1. Orígenes de las redes sociales

Según Sánchez y Mestre (2016), Randy Contados, elabora el primer sitio web de la historia, denominado Web "classmates.com". Este gran aporte ayudaba a que los amigos de las universidades o colegios puedan recuperar o seguir manteniendo su contacto entre ellos y entablaran nuevas amistades. Posteriormente, en el año 1997 aparece una nueva red llamada "SixDegrees", la cual logró más de medio millón usuarios, pero todos estos no se notaban conformes con los ofrecimientos y todas las actividades que presentaban. Años posteriores, en el año 2002 para ser más exactos, cobraron vidas nuevas redes sociales que permitían formar redes y grupos de amigos en línea como, por ejemplo, Friendster, una de las más reconocidas y la primera en lograr más de 3 millones de usuarios.

En el 2003, también cobraron vigencia otros tipos de redes como *Tribe*, *MySpace*, *Ecademy*, *Soflow* y *LinkedIn*; en efecto, a finales de este mismo año había más de 200 redes sociales, estas se hicieron tan conocidas en tan poco tiempo y muchas compañías prestigiosas determinaron entrar al negocio de las redes sociales, una de ellas fue *Google* que puso en el mercado *orkut* en el año 2004 y un año después, aparecen *Yahoo 360º*, entre otras. En el caso de una de las redes más conocidas en el mundo como *Facebook*, su creación original se debe al afán de dar un apoyo a los universitarios. Los estudios de Alvarado (2019) indican que, las redes sociales son un invento actual y que han llegado para quedarse.

La encuestadora *Online Schools* realizó un registro histórico Merodio (2010):

- 1971: primer *mail*. Un ordenador estaba al costado del otro para lograr el envío.

- 1978: se dan los primeros navegadores de internet se expande a través de la plataforma *Usenet*.
- 1994: aparece *GeoCities*, la primera red social de internet permitía que los usuarios crearan su página web.
- 1995: *TheGlobe.com* permite personalizar sus experiencias publicando su propio contenido e interactuando con otras personas y compartiendo sus intereses.
- 1997: aparece AOL *Instant Messenger*.
- Se comienza la web *Sixdegrees.com*, que accede la creación de perfiles personales y colando la lista de amigos.
- 2000: comienza la gran “burbuja de internet” en pleno apogeo.
- 2002: inicia el portal *Friendster*, el primero en usar conexión en línea de “amigos verdaderos”. Y este llega a los más de 3 millones de participantes en los primeros tres meses.
- 2003: se lanza la web *MySpace*, pensada desde un principio como el “gemelo” de Friendster. planeada por una empresa de marketing online.
- 2004: se crea *Facebook*, pensada principalmente en una aplicación para unir a estudiantes universitarios. Su primera salida fue en la Universidad de Harvard y más de 19.500 universitarios se suscribieron en el primer mes de funcionamiento.
- 2006: aparece la red de *microblogging Twitter*.
- 2008: *Facebook* supera a *MySpace* en el rubro de red social liderando en visitas únicas mensuales.

- 2011: *Facebook* alcanza 600 millones de beneficiarios en todo el mundo, dejando abajo a

2.2.1.2. Tipos de redes sociales

Merodio (2010), define a las redes sociales por su uso y viabilidad, por ello sostiene que, de todas las redes utilizadas no hay una mejor que otra, sino que todas son distintas y pueden tener diversas aplicaciones. Por ello propone 15 categorías: redes sociales, fotografías, publicaciones *microblogging*, agregadores de noticias, aplicaciones de productividad, videos, audios, videojuegos, juegos, interpersonales, emisión en *streaming*, búsquedas y móviles.

2.2.1.3. El análisis de las redes sociales

Sanz (2003), en el análisis de redes sociales (ARS) afirma que, este estudio ha venido teniendo gran acogida en el sector científico y académico, no solo para determinar los aportes positivos que este genera, sino también por las contribuciones a la sociedad y sobre todo el interés que genera la manera de agrupaciones que se dan de acuerdo a diversos patrones de relacionamiento, este análisis se origina bajo un aspecto interdisciplinario que abarca todos los ámbitos que le compete, ya que sus bases teóricas se fundamentan en la antropología y la sociología también con bases matemáticas y estudiantiles y metodologías digitales.

Bajo estos estudios, se ha podido determinar patrones de conducta social, pues esta investigación se basa en el relacionamiento de las personas (Sánchez, 2018).

Según Wasserman y Faust (1994), son los que marcan las características de la ARS.

- El relacionamiento de los individuos se puede determinar cómo dependiente entre ellas.
- Entre cada individuo que se interrelaciona utiliza las redes como canal de transferencia de recursos.

2.2.2. Ideología de género

Fernández (2013), conceptualiza a la ideología de género como un contenido ideológico derivado de corrientes políticas radicales, originados tras los nuevos movimientos sociales que surgieron en 1968 y constituyen una opción política afiliada a movimientos feministas radicales, gay, lesbianas y transexuales, este contenido ideológico rechaza la existencia de diferencias naturales entre hombres y mujeres, desde una perspectiva en donde cada persona puede elegir su propia identidad y orientación sexual.

Por otro lado, Chimento (2011) afirma que, es una concepción que propone que lo masculino y femenino no está determinado por el sexo biológico de hembra y macho, sino por tópicos y estereotipos culturales de género, los cuales cada sociedad y cultura elabora sus propias normas de conductas y moldea a sus hombres y mujeres, asignándoles individualmente ciertas tareas que son consideradas por esas mismas sociedades como tradicionalmente femeninas o masculinas, pero a costa de la subordinación de la mujer hacia el hombre.

En los últimos años, la ideología de género ha cobrado gran importancia y causado gran polémica, como lo afirma Rubio (2016):

La ideología de género está basada en que las diferencias entre el hombre y la mujer son construcciones culturales, un aprendizaje social independiente del sexo. El ser humano nace neutro, aunque como cosa carente de importancia, presenta unos genitales masculinos o femeninos que en nada habrían de afectar a su existencia salvo por la educación sexuada que se les impone y que está adaptada a los roles sociales que obligatoriamente ha de cumplir por imposición de una sociedad de corte patriarcal que obliga a ello (p. 25).

Los ideólogos de género reconocen que el ser humano nace únicamente con dos sexos; no obstante, señalan que esta determinación biológica no es decisiva para impedir que una persona sea lo que quiera ser en el ámbito conductual y sexual, echando por tierra el estudio de la genética, biología y química. Las actitudes del hombre y la mujer, son atribuidas a términos culturales y patriarcales, e incluso los comportamientos y las formas de presentarse a la sociedad, son expuestos como patrones aprendidos que no tiene nada que ver con la naturaleza, es por ello que cada uno de estos postulados son denominados ideologías, ya que no tienen sustento científico necesario, pero si el apoyo político en la actualidad.

La definición de ideología refiere a cualquier intención de pensamiento que busca modificar y transformar los sistemas políticos, culturales, sociales y económicos ya establecidos. En las ideas sociales, naturales para llegar a cambiar esto, se presentan dos propuestas bien determinadas, por una parte, la sociedad ideal que se pretende alcanzar y por la otra, un esquema de acción político que resguarde y

proteja los nuevos ideales a lograr. Todo este sistema totalitario basado en nuevas perspectivas sociopolíticas, apuntan hacia la llegada de un nuevo orden mundial, el cual con nuevas leyes ideológicas pretende establecer dichas doctrinas, mediante amenazas de multas, cárcel y la marginación social como disidentes a quienes no las acepten, al estilo de los “mejores” regímenes totalitarios (Varela, 2017).

2.2.2.1. Definición de actitud hacia la ideología de género

Para entender mejor, tendríamos que empezar definiendo la actitud y como es que formará parte de nuestros comportamientos y quehaceres cotidianos; por ello, referimos la acepción que se han ido utilizando más frecuentemente durante los últimos años en diferentes estudios que tienen que ver con la actitud, como la “Predisposición aprendida a responder de una manera consistente favorable o desfavorablemente respecto al objeto dado” (Fishbein y Ajzen, 1975). Asimismo, Allport (1935) la define como un estado mental de analizar, organizar y responder ante la experiencia directa o dinámica, respecto a situaciones con las que se relaciona el individuo.

Tras todas estas acepciones, se puede decir que la actitud es el conjunto de habilidades, comportamientos, apegos y preferencias que todo ser humano posee; por ello, cuando se habla de la actitud hacia la ideología, se podría concebir como una organización de creencias que se encuentran formadas por las siguientes dimensiones, afectiva, cognoscitiva y conativa mencionadas antes, pues estas mismas se inclinan a reaccionar determinadamente; por ello, la dimensión cognoscitiva simboliza el conocimiento reflexivo que, en medio de algunos límites

establecidos, suele tener con claridad lo que es bueno o malo, verdadero o falso, deseable o indeseable, en relación con la ideología de género también las actitudes frente a ellas en la dimensión afectiva, se vincula con los sentimientos de desagrado o agrado y se muestran con sentimientos de simpatía-antipatía (Ccori, 2018).

2.2.2.2. Orígenes de la ideología de género

La ideología de género tuvo sus inicios con las promulgaciones feministas, quienes tuvieron el asidero ideológico para esta corriente tomase mucha fuerza. A continuación, se presenta una breve cronología de los inicios.

Valera (2017), el génesis ideológico se remonta al feminismo, el cual no luchaba por sus derechos y la igualdad de trato, respeto y valores, sino por el feminismo radical y aquellos movimientos a favor del marxismo que, al no encontrar más caudillos en su lucha de clases, pasó a buscar una lucha de sexos. Estas teorías que aparecen a inicios del siglo XX, donde se trata de desechar la religión, la familia y la propiedad privada, denominándola como el “opio del pueblo”, también se manifiesta en otros personajes intelectualmente relevantes que manifestaban que “Dios no existía” y por ende, la inexistencia de su creación, del matrimonio y del sexo, siendo estas ideas postuladas por Nietzsche, como el nihilismo que desde ya mostraba sus intencionalidad de mellar los fundamentos morales éticos y de valores, que fundamentan una sociedad con principios normativos y universales. A idea se sumó feministas como Simone de Bovua, de quien no se tiene muchas evidencias de su ética y moral, en su libro “Los dos sexos”, donde expone una nueva ideología, al afirmar que “No se nace mujer, se hace”. Este argumento también es el apoyo para

el pensamiento querer y todas las derivaciones ideológicas que cobran sentido el día de hoy, gracias al apoyo político y las pretensiones de un sector económicamente poderoso que lo subsidia.

2.2.2.3. Modelos teóricos de la ideología de género

2.2.2.3.1. Teoría del concepto de esquemas de Bem y Markus

Para Bem y Markus, el elemento central de la construcción de la identidad de género es la autocategorización, puesto que una vez que la persona determina sus rasgos y cualidades como hombre o mujer, interpreta la expresión de género en base a su pertenencia grupal, siendo ambiente quien determina que aceptado para cada género.

Bem (1981) menciona que, el esquema es una estructura que se aplica de una forma automática al autocategorizarnos y dictamina conductas, roles, estereotipos, rasgos de personalidad, en la cual construimos nuestras cogniciones, nuestras evaluaciones y comportamientos; asimismo, los esquemas son difíciles de modificarlos, pero a pesar de ello presenta una alta variación interindividual.

Bem y Markus plantean los esquemas en la construcción del género; no obstante, discrepan en cómo influye el género en concepto de persona. Markus et. al (1982) plantean que, el autoconcepto de género es el componente que estructura y clasifica nuestras vivencias y se presenta masculino, femenino, ambos o ningunos. Por otro lado, para Bem (1981) afirma que, el autoconcepto subordinado al esquema de género discrimina entre personas esquemáticas, las cuales son fielmente regidos a los constructos de masculinidad o feminidad y personas no esquemáticas o también

llamados andrógina que, aun conociendo los roles y tópicos de género dominantes, interpretan, expresan e interactúan con independencia de ellos.

2.2.2.3.2. Teoría del Rol Social de Género

Eagly (1987) plantea que, una comunidad necesita estar organizada para proveer recursos económicos que la subsidie. Para ello se dividen las tareas y responsabilidades, elaborando un complejo sistema de reglas que asigna roles a cada miembro de la comunidad. Una vez estructurada esta segmentación laboral se convierte en un pilar básico de la sociedad.

Esta organización conlleva a cada uno de los miembros jóvenes a adoptar y asumir funciones y roles de acuerdo a la estructura social. En consecuencia, estos roles sociales que inician con una organización laboral, inciden de manera externa e interna en los miembros y por ello en su identidad de género, ya que los roles definen el actuar del día a día los miembros y su interacción social.

Los roles asignados a las labores, son el principio de la estereotipia y con ello el autoconcepto de género. Puesto si un trabajo es usualmente ejecutado por hombres, se considera que el ser hombre implica netamente y globalizada mente esas características. Por lo tanto, se genera expectativas del autocumplimiento de esas características y si no se cumple se sale del espectro aceptado en la comunidad.

Una observación tradicional es la concepción de la mujer que se mantiene en función de las labores de casa y crianza, se la describe como noble, amable, comprensiva y cariñosa. Pero si asume responsabilidades del género opuesto la percepción de ella cambia a trabajadora, seria y líder. De igual manera se asigna

características de sensibilidad al hombre que desempeña tareas del hogar (Eagly y Steffen, 1984).

Esta teoría explica la intersección entre los roles y género, enfocados a los roles laborales y con ello los roles de género.

2.2.2.4. Tipos de ideología de género

Según Moya et al. (2006), existen dos tipos de ideología de género que están muy afianzadas con la percepción del feminismo actual.

- Ideología tradicional: Concibe a la mujer como la encargada de cumplir el rol de esposa madre o ama de casa y es el hombre el encargado de un rol más privilegiado, pues es quien toma las decisiones y la máxima autoridad en el hogar, dejando a la mujer postergada solo para cumplir el rol de ama de casa.
- Ideología igualitaria: Concibe a la mujer como ser independiente, sin estar sujeta a un hombre y a ninguna autoridad, legal o religiosa, pues tiene autonomía para decidir sobre ella su cuerpo y futuro.

Novoa (2012) sustenta que, los estudios realizados en el libro “Desarrollo de la sexualidad humana diferenciación y dimorfismo de la identidad de género”, del psicólogo John Money, muestran que la sexualidad es indiferente al aspecto psicológico al inicio de la vida, pues, lo masculino y femenino se adquiere según las experiencias culturales. También plantea diferentes postulados que son los siguientes:

- a) Diversas formas de género: Según los estudios realizados, la diferencia y disociación entre género y sexo establece la característica principal de la

ideología de género, la cual sustenta básicamente que el ser humano al momento de nacer lo hace con el sexo neutro y gracias a la socialización y cultura se convierte en mujer o varón. Dicho estudio en base en lo antes mencionado, propone formas diversas de género que están ligadas más a percepción individual y sexual de la persona, como la homosexualidad, lesbianismo, bisexualidad o transexualidad, comparándolas a la heterosexualidad. Por lo tanto, según la decisión y la preferencia de cada individuo, este construye su sexualidad de acuerdo a sus experiencias y a lo largo de su vida, independientemente del sexo biológico y del contexto sociocultural en el que vive.

- b) Concepción marxista de ideología: Tiene como característica principal una gran incoherencia entre la teoría y la realidad, pues señala que, uno de los rasgos ideológicos del género está basada en la determinación de eliminar, absoluta y radicalmente, las distinciones entre género y sexo, entre mujer y varón. La defensa de este objetivo reside en que aceptar que cualquier diferencia entre los sexos, es irremediablemente traducida como el fortalecimiento la prolongación del patriarcado; es decir, la perpetuación del modelo que por muchos siglos subordinó a las mujeres ante el varón, a través de este postulado también se pretende eliminar el núcleo familiar heterosexual.
- c) El igualitarismo del feminismo radical: La estrategia de la ideología es crear una gran conciencia social sobre las desigualdades padecidas por las mujeres durante muchos siglos, causada por el patriarcado y traducidas en términos de

opresión y subordinación machista. Manifiesta que esto solo desaparecerá cuando ya no se hablen de mujeres y varones por separado, sino que sean tratados como seres indiferenciados que, sin importar los aspectos biológicos que posean, puedan adoptar el rol que deseen desempeñar con respecto a su sexualidad.

Otros fundamentos teóricos que nos ayudarán a tener una percepción mayor de la ideología de género, lo encontramos en los estudios de Rocha (2009), quien propone las siguientes variables para entender la ideología de género:

- La primera variable se refiere a expectativas que indica a un individuo en relación a otro, puedan valorar de diferente manera un mismo conjunto de comportamientos y características, dando preferencia a un tipo de identidad.
- La siguiente variable es la de establecer comparaciones sociales, pues al comparar nuestra conducta con la de los demás, puede producir cambios importantes en la nuestra. Por ejemplo, si un individuo percibe que uno de sus amigos del trabajo es mucho más sociable y empático, muestra sus sentimientos, y logra vincular sus emociones con otros y este buen comportamiento promueve un buen clima laboral y que entre todos se lleven bien, entonces esta persona que evalúa dicha situación compara su conducta bajo este parámetro y percibe que es mucho más benéfico. Asimismo, la identidad de género que las personas desarrollan puede ser editada bajo estos parámetros de comparación y evaluación de los costos y beneficios, y puede lograr al obtener rasgos definidos y elaborar conductas específicas.

- La última variable que se considera la más importante, es la definición personal de los propios cambios fisiológicos y físicos que ocurren en el transcurso de la vida.

Según estas 3 variables, la sexualidad depende en gran manera del contexto cultural, los significados y los resultados de rasgos definidos y comportamientos que pueden ser positivos o negativos, entendiendo que la cultura está directamente vinculada con esta interpretación y estimación. También, cumple un rol importante la influencia que tienen variables como el nivel educativo, la raza, la participación en la fuerza laboral, el nivel socioeconómico, entre otros, pues se han detectado cambios importantes en la identidad de género en función de estas variables.

2.3. Hipótesis

2.3.1. Hipótesis general

El uso de las redes sociales está relacionado con la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.

2.3.2. Hipótesis específicas

- La obsesión a las redes sociales está relacionada con la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.
- La falta de control personal está relacionada con la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.

- El uso excesivo de las redes sociales está relacionado con la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.

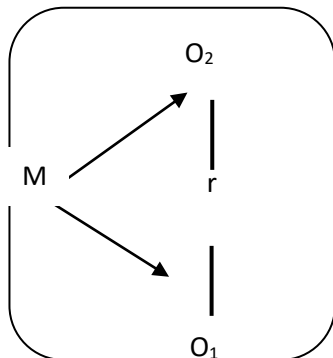
Capítulo III. Materiales y métodos

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo aplicada. Hernández et al. (2014) afirman que, este tipo de investigación tiene como principal interés la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos; asimismo, es de naturaleza correlacional, ya que tiene como objetivo determinar la relación entre las variables de estudio (Bernal, 2006). Del resultado de la relación, se obtendrá información cualitativa.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación es no experimental, ya que ninguna variable fue manipulada deliberadamente; por tanto, se procedió a observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para analizarlos con posterioridad; además, es de corte transversal, puesto que la información se recabó en un único momento (Hernández et al., 2014); por otro lado, se buscó la relación existente entre la variable uso de redes sociales y la actitud hacia la ideología de género, tal como se ilustra a continuación:



Donde:

M= Tamaño de la muestra

O1= Uso de las redes sociales

O2= Ideología de género

r= Relación entre variables

3.3. Población y muestra

La población es finita, Levin y Rubin (2004) afirman que, este tipo de población posee un tamaño específico de personas sometidas a estudio. Para el presente estudio se contó con la participación de 312 estudiantes de 12 a 17 años de edad, quienes están cursando el nivel secundario; es decir, estudiantes del 1° al 5° año. De la cantidad total de estudiantes que accedieron a la encuesta, 11 de ellos no aceptaron el consentimiento informado y 6 participantes representaron casos perdidos por lo cual se procedió a eliminarlos, quedando en total 295 conformado por 152 varones y 143 mujeres, además cabe referir que la población en estudio está conformada por el 63% de adventistas, 22,7% católicos y 14.3% de otras religiones; por otro lado, el 69.6% viven con sus padres, el 26.2% solo con la madre y 4% solo con el padre.

El tipo de muestreo es no probabilístico, debido que esta será determinada a conveniencia de la investigadora, cumpliendo la población con características específicas (Avila-Baray, 2006); para el caso específico del presente estudio para los primeros 301 estudiantes del nivel secundario que completen la encuesta previa aceptación del consentimiento informado.

3.4. Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable redes sociales

Variable	Dimensiones	Dimensiones	Número de ítems	Fuente
Redes sociales	Obsesión a las redes sociales	<p>Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.</p> <p>El tiempo que antes destinaba para estar conectado (a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.</p> <p>No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.</p> <p>Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.</p> <p>Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.</p> <p>Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.</p> <p>Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.</p> <p>Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.</p> <p>Mi pareja, amigos o familiares, me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.</p> <p>Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).</p>	2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23	Escurra Mayaute y Salas Blas (2014)
	Falta de control	Prioriza orden	Apenas despierto ya estoy	4, 11, 12, 14, 20, 24

personal en el uso
de las redes
sociales

conectándome a las redes sociales. y
presentación
Pienso en lo que puede estar pasando en las
redes sociales.
Pienso en lo que puede estar pasando en las
redes sociales.
Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de
uso prologando e intenso de las redes sociales.
Descuido las tareas y los estudios por estar
conectado a las redes sociales.
Creo que es un problema la intensidad y la
frecuencia con la que entro y uso la red social.

Uso excesivo de
las redes sociales

Siento una gran necesidad de permanecer
conectado(a) a las redes sociales.
Entrar y usar las redes sociales me produce
alivio, me relaja.
Cuando entro a las redes sociales pierdo el
sentido del tiempo.
Generalmente permanezco más tiempo en las
redes sociales, del que inicialmente había
destinado.
Invierto mucho tiempo del día conectándome y
desconectándome de las redes sociales.
Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las
redes sociales.
Estoy atento(a) a las alertas que me envían
desde las redes sociales a mi teléfono o a la
computadora.
Aun cuando estoy en clase, me conecto con
disimulo a las redes sociales.

1, 8, 9, 10, 16, 17, 18,
21

Tabla 2

Operacionalización de la variable ideología de género

Variable	Dimensiones	Número de ítems	Fuente
Actitud frente a la ideología de género	<p>Aunque a algunas mujeres les guste trabajar fuera del hogar, debería ser responsabilidad última del hombre suministrar el sostén económico a su familia.</p> <p>Si un niño está enfermo y ambos padres están trabajando debe ser generalmente la madre quien pida permiso en el trabajo para cuidarlo.</p> <p>Es mejor que una mujer intente lograr seguridad animando a su marido en el trabajo que poniéndose delante de él con su propia carrera.</p> <p>La relación ideal entre marido y esposa es la de interdependencia, en la cual el hombre ayuda a la mujer con su soporte económico y ella satisface sus necesidades domésticas y emocionales.</p> <p>Es más apropiado que una madre y no un padre cambie los pañales del bebé.</p> <p>Las relaciones extramatrimoniales son más condenables en la mujer.</p> <p>La mujer debería reconocer que, igual que hay trabajos no deseables para ellas por requerir de la fuerza física, hay otros trabajos que no lo son debido a sus características psicológicas.</p> <p>Hay muchos trabajos en los cuales los hombres deberían tener preferencia sobre las mujeres a la hora de los ascensos y promociones laborales.</p> <p>Los hombres, en general, están mejor preparados que las mujeres para el mundo de la política.</p>	1-9	<p>Escala de Ideología de Género Chahin y Briñez (2015), replicado y validado por autora a través de juicio de expertos.</p>

3.5. Técnica e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Escala de Redes Sociales

Para recolectar los datos se usó el instrumento de Ecurra y Salas (2014), denominado cuestionario sobre uso de las redes sociales, el cual fue replicado y validado por Bravo (2019) quien sometió a estudio a alumnos del nivel secundario de la Institución Educativa de Trujillo (12-17 años); además realizó la prueba de KMO mostrando un valor de 0.95, donde los tres factores presentaron una varianza total de 57.49%; asimismo, la confiabilidad según el alfa de Cronbach superó a 0.88. Por otro lado, cabe indicar el instrumento está compuesto por 24 preguntas con opciones de respuesta en escala de Likert 1-5; donde 1 es siempre, 2 casi siempre, 3 algunas veces, 4 rara vez, y 5 nunca; además, se encuentra compuesta por dimensiones según lo siguientes ítems:

- Obsesión a las redes sociales: 2,3,5,6,7,13,15,19,22 y 13
- Falta de control personal en el uso de redes sociales: 4,11,12,14,20 y 24
- Uso excesivo de las redes sociales: 1,8,9,10,16,17,18 y 21

3.5.2. Escala de Ideología de Género

Y a fin de medir ideología de género, se hizo uso del instrumento denominado escala de ideología de género Chahín-Pinzón y Briñez (2015), quienes, a partir de la versión española, crearon la versión reducida de la EIG para adolescentes colombianos (12-17 años) con una consistencia interna de 9 ítems y coeficiente total de 0.763, En la presente investigación, para fines de aplicación del mismo

instrumento en Perú, se realizó la validación por juicio de expertos y análisis factorial confirmatorio, cabe indicar que el instrumento aplicado es de naturaleza unifactorial y compuesto por 9 preguntas, cuyas respuestas están catalogadas en escala de Likert del 1-5, donde 1 totalmente de acuerdo, 2 de acuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 desacuerdo, 5 totalmente desacuerdo; para el caso específico del presente estudio y para una mejor precisión del participante respecto a su respuesta, se procedió a cambiar la puntuación del instrumento original de 10 puntuaciones, a una puntuación reducida de 5 considerando la sugerencia de los expertos y respaldado en los estudios realizados por Dawes (2008) quien afirma que no existe diferencia significativa en medias, varianzas, ni curtosis al comparar tres versiones de un mismo instrumento con puntuación en la escala de Likert de cinco, siete y diez alternativas.

Cabe resaltar que considerando que la ideología de género define las creencias que el ser humano tiene respecto a los roles de los hombres y mujeres, existen dos extremos, el primero con una puntuación baja, es denominado ideología tradicional la misma que concibe a la mujer frágil y necesitada de ayuda y la relega a roles tales como esposa, madre o ama de casa, en este contexto es el hombre quien toma las decisiones y es considerado la autoridad en el hogar; en tanto el segundo extremo contiene una evaluación con mayor puntuación que es el denominado ideología feminista o igualitaria, en este caso sugiere la idea de que los roles, tareas y funciones de los hombres y mujeres son los mismos.

Además, cabe resaltar que los instrumentos a aplicar también fueron sometidos a juicio de expertos teniendo conformidad de los ítems para la medida del instrumento.

Tabla 3
Listado de expertos validadores

N° Juez	Máximo grado alcanzado	Nombres completos	Años de experiencia
1	Doctor	Moisés Díaz Pinedo	29 años de experiencia
2	Doctor	Salomón Vásquez Villanueva	30 años de experiencia
3	Doctora	Wilma Villanueva Quispe	32 años de experiencia
4	Magíster	Dámaris Pinedo Chambi	20 años de experiencia
5	Magíster	Denis Frank Cunza Aranzábal	8 años de experiencia
6	Magíster	Margot Millones Liza	15 años de experiencia
7	Magíster	Jania Jaimes Soncco	13 años de experiencia
8	Magíster	Isaac Conde Rodríguez	9 años de experiencia
9	Magíster	Sara Richard Pérez	16 años de experiencia

3.6. Procesamiento y análisis de datos

Para el análisis de datos fue necesario realizar tres procesos: describir, clasificar y conectar (Coffey y Atkinson, 2003). En este sentido, el instrumento aplicado permitió tener resultados descriptivos que al clasificarlos condujo a conocer la relación existente entre el uso de las redes sociales y la actitud frente a la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la institución educativa adventista Redentor. Asimismo, el cuestionario fue aplicado a través de la aplicación Google Form en día de clases, con la autorización respectiva y bajo la supervisión de un docente, a fin de explicar cada ítem e ilustrarlo para mejor interpretación. Luego de

aplicar las encuestas, se descargaron los resultados en formato Excel para luego ser trasladados a Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 22, para la elaboración de tablas, gráficos e interpretación de los resultados. Finalmente, se dio uso a la estadística inferencial para realizar la comprobación de hipótesis.

3.7. Aspectos éticos

Ambas encuestas fueron aplicadas a los estudiantes bajo consentimiento informado de los padres y asentimiento informado de la población de estudio y con la autorización de la Institución Educativa Redentor; la información recabada guarda confidencialidad, anonimato y se respeta la información intelectual de los autores citándolos conforme refiere las normas APA; asimismo, las respuestas de los participantes han sido utilizadas para uso exclusivo de la presente investigación.

Capítulo IV. Resultados y discusión

4.1. Resultados

4.1.1. Prueba de KMO y Bartlett

Para fines de realizar la validación del instrumento de la variable ideología de género, se realizó el análisis factorial exploratorio que conllevó a tener mayor precisión del instrumento correspondiente.

La tabla 4 refleja un KMO mayor a 0.80, lo que indica que existe una buena adecuación muestral; asimismo, según los resultados de la prueba de esfericidad, se encontró que el constructo es aplicable y cumple un modelo significativo. Además, el nivel de significancia es menor a 0.05; es decir, los datos son óptimos para el estudio.

Tabla 4
Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.951
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1944.571
	GI	36
	Sig.	0.000

El porcentaje de la varianza que se muestra en la tabla 5, comprueba el porcentaje de varianza explicada que contiene cada componente, donde se obtuvo 41.66% y considerando que las comunalidades indican cuánto explica el ítem y este es mayor a 40%; por lo tanto, se concluye que se cuenta con el número idóneo de factores y con un óptimo aporte según los resultados de la carga factorial.

Tabla 5
Varianza total explicada

Factor	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	4,309	47,878	47,878	3,744	41,606	41,606
2	,948	10,535	58,413			
3	,768	8,533	66,946			
4	,609	6,765	73,711			
5	,559	6,209	79,920			
6	,545	6,058	85,978			
7	,536	5,951	91,929			
8	,388	4,306	96,235			
9	,339	3,765	100,000			

Método de extracción: cuadrados mínimos no ponderados.

Al analizar el conjunto completo de ítems que mide la ideología de género, se encontró según muestra la tabla 6 que el peso de los ítems es mayor a 0.30; es decir, son razonablemente altos.

Tabla 6
Matriz factorial

	Factor 1
[1. Debería ser responsabilidad principal del hombre, suministrar el sostén económico de su familia, a pesar que, a algunas mujeres les guste trabajar fuera del hogar.]	,671
[2. Es normal que hombres y mujeres desempeñen diferentes tareas.]	,571
[3. Si un niño está enfermo y ambos padres están trabajando, debe ser generalmente la madre quien pida permiso en el trabajo para cuidarlo.]	,721
[4. La mujer deben dejar sus metas y proyectos, para encontrar la seguridad en el trabajo de su pareja..]	,585
[5. Es más importante para una mujer que para un hombre llegar virgen al matrimonio]	,620

[6. La relación ideal entre esposo y esposa es la de interdependencia, en la cual el hombre ayuda a la mujer con su soporte económico y ella satisface sus necesidades domésticas y emocionales]	,764
[7. Entre una mamá y un papá, es más apropiado que la madre cambie los pañales del bebe.]	,690
[8. Considero más desagradable que una mujer diga palabras groseras a que las diga un hombre.]	,632
[9. Las infidelidades son más condenables en la mujer]	,513

Método de extracción: cuadrados mínimos no ponderados.

a. 1 factores extraídos. 4 iteraciones necesarias.

La tabla 7 muestra que el instrumento que corresponde a ideología de género, contiene una confiabilidad de consistencia interna excelente con sus 9 ítems y un valor de alfa de Cronbach de 0.860

Tabla 7
Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.860	9

4.1.2. Resultados descriptivos

El mayor porcentaje de participantes del presente estudio están representados por el 24.7%, cuya edad es de 16 años; asimismo, el porcentaje menor es de 7.1%, correspondiente a los estudiantes de 17 años.

Tabla 8
Edad de los participantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	12	33	11,2	11,2
	13	64	21,7	32,9
	14	54	18,3	51,2
	15	50	16,9	68,1
	16	73	24,7	92,9

17	21	7,1	7,1	100,0
Total	295	100,0	100,0	

La tabla frecuencia de uso de redes sociales en la población de estudio muestra que, el 30.2% de ellos hacen uso de las redes sociales de 3 a 6 veces al día, el 21.7% se conectan de 1 a 2 veces por día y el 18.3% refieren que se conectan entre siete a 12 veces al día seguido del 18% que afirman que todo el tiempo permanecen conectados a las redes sociales, tal como se muestra en la tabla 9.

Tabla 9
Frecuencia de uso de las redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Todo el tiempo	53	18,0	18,0	18,0
entre siete a 12 veces al día	54	18,3	18,3	36,3
Entre tres a seis veces por día	89	30,2	30,2	66,4
Una o dos veces por día	64	21,7	21,7	88,1
dos o tres veces por semana	21	7,1	7,1	95,3
Una vez por semana	14	4,7	4,7	100,0
Total	295	100,0	100,0	

Según la tabla 10 se muestra el nivel de ideología de género en los participantes, en donde el 48.8% presenta un nivel medio de ideología de género y el 28.5% manifiesta un nivel bajo de actitud frente a la ideología de género.

Tabla 10
Nivel de ideología de género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	84	28,5	28,5	28,5
Medio	144	48,8	48,8	77,3
Alto	67	22,7	22,7	100,0
Total	295	100,0	100,0	

La tabla 11 indica que el mayor porcentaje de estudiantes indican tener un nivel medio de obsesión a las redes sociales, representado por el 42,4%; en tanto, el 34,7% afirman tener un nivel alto de obsesión a las redes sociales.

Tabla 11
Niveles de obsesión a las redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	97	32,9	32,9	32,9
Medio	125	42,4	42,4	75,3
Alto	73	24,7	24,7	100,0
Total	295	100,0	100,0	

La tabla 12 refleja que existe falta de control de las redes sociales en un nivel alto, representado por el 22,4% que es el menor porcentaje; por otro lado, el 52,5% indica tener un nivel medio de falta de control de las redes sociales.

Tabla 12
Nivel de falta de control a las redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	74	25,1	25,1	25,1
Medio	155	52,5	52,5	77,6
Alto	66	22,4	22,4	100,0
Total	295	100,0	100,0	

La tabla 13 muestra que el nivel de uso excesivo de las redes sociales se encuentra situado en un nivel medio con el mayor porcentaje; asimismo, existe un bajo porcentaje representado por el 23.7% que mantienen un nivel alto de uso excesivo de las redes sociales.

Tabla 13
Nivel del uso excesivo de las redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	78	26,4	26,4	26,4
Medio	147	49,8	49,8	76,3
Alto	70	23,7	23,7	100,0
Total	295	100,0	100,0	

En la tabla 14 se reitera la misma característica; es decir, el mayor porcentaje de estudiantes están ubicados en el nivel medio en cuanto al nivel del uso de las redes sociales, seguido del 27.5% quienes poseen un nivel bajo de uso de las redes sociales.

Tabla 14
Nivel de uso de las redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	81	27,5	27,5	27,5
Medio	142	48,1	48,1	75,6
Alto	72	24,4	24,4	100,0
Total	295	100,0	100,0	

4.1.3. Prueba de normalidad

Con el propósito de realizar la medida de las variables con sus respectivas dimensiones, se realizó la prueba de normalidad a través de la prueba de Kolmogorov – Smirnov, considerando que la muestra es mayor a 50. Los resultados que se presentan en la tabla 15 muestran que, la distribución de los datos para la variable ideología de género es paramétrica.

Tabla 15
Prueba de normalidad para ideología de género

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Ideología de género	,052	295	,056

Respecto a la variable uso de redes sociales junto a sus 03 dimensiones, se obtuvo según indica la prueba de normalidad que los datos son no paramétricos; es decir, para el presente caso de estudio correspondió utilizar el coeficiente de Rho de Spearman para la comprobación de hipótesis.

Tabla 16
Prueba de normalidad para uso de redes sociales

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Redes sociales	,242	295	,000
Obsesión a las redes sociales	,217	295	,000
Falta de control	,265	295	,000
Uso excesivo de las redes	,242	295	,000

4.1.4. Prueba de hipótesis

Después de realizar el análisis de relación entre la ideología de género y el uso de las redes sociales, la tabla 17 muestra nulidad de relación entre el uso de las redes sociales e ideología de género (Rho de Spearman=-,023 y con un nivel de significancia de ,699). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis de estudio y se acepta la hipótesis nula; es decir, la prueba estadística demuestra que no hay relación entre la ideología de género y el uso de las redes sociales.

Tabla 17
Prueba de hipótesis general

Rho de Spearman	Uso de redes sociales	
Ideología de género	Coefficiente de correlación	-,023**
	<i>P</i>	,699

La tabla 18 muestra que las dimensiones de la variable uso de las redes sociales no posee relación con ideología de género. Entre ideología de género y obsesión a las redes sociales (Rho de Spearman=-0,056 $p=0,341 > 0,05$), entre ideología de género y falta de control de las redes sociales (Rho de Spearman=-0,006

$p=0,912>0,05$) y entre ideología de género y uso excesivo de las redes sociales (Rho de Spearman=-0,007 $p=0,905>0,05$); es decir, existe evidencia empírica que demuestra que en la población de estudio el uso de las redes sociales junto a sus tres dimensiones no está relacionadas con la ideología de género. Por lo tanto, se rechaza hipótesis de estudio.

Tabla 18
Prueba de hipótesis específicas

Rho de Spearman		Obsesión a las redes sociales	Falta de control de las redes sociales	Uso excesivo de las redes sociales
Ideología de género	Coeficiente de correlación	-0.056	-0.006	-0.007
	<i>P</i>	,341	,912	,905

4.2. Discusión de los resultados

La investigación presentada evidencia un aporte al conocimiento sobre el tema de ideología de género y su asociación con el uso de las redes sociales en una población conformada por el 63% de adventistas, 22,7% católicos y 14.3% de otras religiones.

El objetivo principal planteó conocer si existe relación entre el uso de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor, encontrando según los resultados de la prueba de hipótesis la inexistencia de relación entre ambas variables de estudio, según el estadístico de Rho de Spearman -0.023 , con un nivel de significancia nulo al poseer un p valor de $,699$; de esta manera, los resultados se apoyan en Deaux y La

France (1998), quienes sostienen que la primera referencia para la socialización es la familia, quienes cumplen el rol de transmitir valores a cada individuo, que siendo diferentes para cada sexo, establecen una identidad basada en el género; por lo tanto, se ha demostrado, en este estudio, que las redes sociales no influyen en la ideología de género de la población de estudio por lo que se asume que esto sucede debido a los principios religiosos que se profesan en el hogar y en la institución educativa adventista.

Frente a la premisa ya encontrada, los hallazgos del estudio dieron como resultado una nula relación entre la ideología de género y la obsesión a las redes sociales con un Rho de Spearman -0.056 y significancia alta con un p valor de 0.341 ; estos resultados difieren de los encontrados por Diekman y Murnen (2004) quienes afirman que no solo el entorno familiar determina la identidad sexual, sino que en la etapa de la adolescencia se perpetua a través del entorno social, medios de comunicación u otros agentes socializadores; en este contexto, podemos argumentar que en la presente investigación, el 76.7% de la población en estudio muestra mayor uso a la red social WhatsApp; es decir, existe mayor probabilidad que la interacción de la población de estudio sea solo con su círculo social, donde hay muy poca probabilidad de un acercamiento con información que contenga ideologías de género.

En cuanto al segundo objetivo específico que consistió en encontrar la relación que existe entre la falta de control de las redes sociales y la ideología de género, se encontró que el coeficiente de relación existente es nulo, con un Rho de Spearman -

0.006 y p valor 0.912. Este resultado se respalda con lo encontrado por Páez (2015), quien describe la implementación de una campaña publicitaria a través del Facebook, con el propósito de defender a la familia como ente principal de la sociedad y los valores tradicionales que en ella se imparten. Este hecho demuestra que en las redes sociales también se encuentra información que contrarrestan la la relación con la ideología de género; es decir, las redes sociales, específicamente el Facebook no presenta relación directa en los niveles de ideología de género.

Finalmente, en relación al tercer objetivo específico, existe una relación nula con un Rho de Spearman,007; $p = 0.905$, entre la ideología de género y el uso excesivo de las redes sociales; estos resultados están respaldados por Sánchez (2019) quien hace referencia al proyecto WYRED, donde se promocionó acerca de la influencia de las redes sociales en la celebración del día de la mujer, caracterizando al movimiento feminista como increíble e imparable, debido a las cantidades de visitas que recibieron en las redes sociales a través de la cuales se expresaron de manera libre. En este contexto se evidencia que, a pesar del fuerte apoyo de las redes sociales al movimiento feminista, la población de estudio caracterizada por dar uso excesivo a las redes sociales accede a otros contenidos en las redes sociales o en su defecto, esto no afecta en su actitud frente a la ideología de género.

Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

Respecto a los objetivos planteados en la presente investigación, se concluye lo siguiente:

En relación al objetivo general, se observa la existencia de una relación nula Rho de Spearman, $-0,023$, p valor de $,699$ entre el uso de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.

En cuanto al primer objetivo específico, cuya pretensión fue determinar la relación entre la obsesión a las redes sociales y la ideología de género, los resultados reflejaron una relación nula entre ambos constructos, con un Rho de Spearman $-,056$ y un p valor de $,341$ en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.

En cuanto al segundo objetivo planteado, los resultados indicaron la falta de relación entre la falta de control de las redes sociales y la ideología de género con los valores Rho de Spearman $-,006$ y un p valor $,912 > 0,05$, por lo que se concluye que no existe una relación entre ambos constructos en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.

Finalmente, en relación al tercer objetivo específico, se encontró una relación nula entre el uso excesivo de las redes sociales y la ideología de género Rho de Spearman $= -,007$ y p valor $0,905 > 0,05$ en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.

5.1.Recomendaciones

En función a los hallazgos encontrados se recomienda:

Orientar con talleres y charlas a través del departamento de psicología sobre la ideología de género y la ideología de género tradicional.

Tomar ventaja de la edad en la que se afirma la identidad sexual, para que los padres puedan orientar y reafirmar en sus hijos la verdadera sexualidad.

Realizar futuras investigaciones que conlleven a conocer la actitud hacia la ideología de género en una población conformada mayoritariamente por estudiantes no adventistas.

Acompañar a los adolescentes en el uso de las redes sociales, a fin de disminuir la población que manifestó tener una escala alta de la ideología de género.

Conocer el uso de las redes sociales de los estudiantes que manifestaron tener una escala media de la ideología de género.

Delinear estrategias que permitan influenciar positivamente en los adolescentes su correcta orientación sexual.

Realizar futuras investigaciones que permitan conocer el uso del contenido de las redes sociales a las que acceden los adolescentes.

Referencias

- Alayo, F. (2018, 4 de julio). *Daniel Alfaro: "No hay una 'ideología de género' que busquemos implementar"*. El comercio. <https://elcomercio.pe/peru/daniel-alfaro-noticia-532983-noticia/>
- Allport, G. (1935). Attitudes, en Murchison (ed.), *Handbook of social psychology*, Worcester, Clark University Press.
- Alvarado, I. (2019). *Uso de las redes sociales y su relación con las habilidades sociales, en los estudiantes del sexto grado de la Educación Básica Regular de la IE N ° 1199 "Mariscal Ramón Castilla", Chaclacayo, 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio UPeU. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2918>
- Anderson, T., Poellhuber, B. y McKerlich, R. (2010). Encuesta de software social usada con estudiantes universitarios sin ritmo -2009. *Universidad de Athabasca*. <http://auspace.athabascau.ca/handle/2149/2771>
- Ávila-Baray, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Edición Electrónica. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/>
- Bem, S. (1981). The BSRI and gender schema theory: a reply to Spence and Helmreich. *Psychological Review*, 88(4), 369 - 371. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.88.4.369>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación* (3ra Ed.). Pearson Educación. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

- Bravo, A. (2019). *Relación del uso de las redes sociales en el nivel de habilidades sociales de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa de Trujillo* [Tesis de maestría Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/311117/bravo_aa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabero, J., Barroso, J., Llorente, MC & Yanes, C. (2016). Redes sociales y Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación: aprendizaje colaborativo, diferencias de género, edad y preferencias. *Revista de Educación a Distancia*, 51(1). 15-11. <https://doi.org/10.6018/red/51/1>
- Ccori, D. (2018). *Actitud hacia la ideología de género y características demográficas asociadas en estudiantes adolescentes de 4to y 5to de secundaria de colegios emblemáticos de Juliaca, 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio UPeU. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1171/Duumy_Tesis_Bachiller_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Chahín-Pinzón, N. & Briñez, B. (2015). Propiedades psicométricas de la Escala de Ideología de Género en adolescentes colombianos. *Universitas Psychologica*, 14(1), 15–23. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64739086019>
- Chimento, M. (2011). La ideología de género y su influencia sobre la teoría de la justicia. *Universidad FASTA*. http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/415/2011_ABO_004.pdf?sequence=1

- Coffey, A. & Atkinson, P. (2003). Encontrar el Sentido a los Datos Cualitativos. Estrategias complementarias de investigación. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín.
- <https://www.fceia.unr.edu.ar/geii/maestria/2014/DraSanjurjo/8mas/Amanda%20Coffey,%20Encontrar%20el%20sentido%20a%20los%20datos%20cualitativos.pdf>
- Deaux, K. & La France, M. (1998). Gender. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ta. ed., Vol. 1, pp. 788-827). Nueva York: McGraw-Hill.
- Diekman, A. B., & Murnen, S. K. (2004). Learning to be little women and little men: The inequitable gender equality of nonsexist children's literature. *Sex Roles: A Journal of Research*, 50(5-6), 373–385.
- <https://doi.org/10.1023/B:SERS.0000018892.26527.ea>
- Eagly, A. H & Steffen, V. J. (1984). Gender stereotypes stem from the distribution of women and men into social roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(4), 735-754. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.46.4.735>
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: a social interpretation*. Hillsdale, NJ: LEA. <https://doi.org/10.4324/9780203781906>
- Escurre, M. y Salas, E. (2014). Construcción Y Validación Del Cuestionario De Adicción a Redes Sociales (ARS). *Liberabit. Revista Peruana de Psicología*, 20(1), 73–91. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>
- Espuny, C., González, J., Lleixà, M. & Gisbert, M. (2011). Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. *Revista*

- Universidades y Sociedad del Conocimiento*, 8(1). 171-185.
<https://doi.org/10.7238/rusc.v8i1.839>
- Feria, P. (2019). *Habilidades Sociales y Uso de Redes Sociales en Estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Educación Primaria de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad de Ayacucho Federico Froebel]. Repositorio institucional – UDAFF.
<http://repositorio.udaff.edu.pe/handle/20.500.11936/154?show=full>
- Fernández, E. (2013). La cuestión del género, ¿un aporte a la comprensión de la mujer? Una reflexión desde la bioética personalista. *Revista del cuerpo médico del Hospital Almanzor Aguinaga Asenjo*, 6(4), 47-56. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4724931>
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Creencia, actitud, intención y comportamiento: una introducción a la teoría y la investigación*. Addison-Wesley Pub. Co.
- Galeano, M. E. (2001). *Investigación social cualitativa: lógicas y características*. Universidad de Antioquia. Medellín.
http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/pluginfile.php/104877/mod_resource/content/0/Registro_y_sistematizacion_de_informacion_cualitativa.pdf
- Galindo, M. Á. (2014) Lectura crítica hipertextual en la web 2.0. *Actualidades investigativas en Educación*, 15(1), 1-29.
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/aie/article/view/16972>
- González, J., Lleixa, M. & Espuny, C. (2016). Las redes sociales y la educación superior: Las actitudes de los estudiantes universitarios hacia el uso educativo de

- las redes sociales, de nuevo a examen. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 17(2), 21-38. <https://doi.org/10.14201/eks20161722138>
- González-Martínez, J. & Ruiz-Nova, A. (2013). #Actitudes Maestros: Las actitudes de los futuros maestros hacia el uso educativo de las redes sociales. *Educatio Siglo XXI*, 31(1), 287-312. Recuperado de <https://revistas.um.es/educatio/article/view/175181>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Educación Mcgraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Herrera, JP. (2016). *Uso y abuso de redes sociales y agresividad en adolescentes de educación secundaria del Callao 2016*. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo] Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1168>
- Hudson, A. (2012, 19 de julio). El doble efecto de internet sobre la comunidad gay. *BBC News Mundo*. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/07/120719_sociedad_internet_comunidad_gay_bd
- IPSOS. (18 de marzo, 20202019). *Redes sociales en el Perú Urbano*. Ipsos. <https://www.ipsos.com/es-pe/redes-sociales-en-el-peru-urbano>
- IPSOS. (2017, 16 de mayo). *¿Qué es la ideología de género?* Ipsos. <https://www.ipsos.com/es-pe/que-es-la-ideologia-de-genero>
- Justo, N. & Machado-Mayuri, A. (2019). *Nivel de conocimiento y aceptación de la ideología de género en estudiantes de educación de una universidad de Chiclayo*

- [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].
Repositorio USAD. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/1935>
- Levin, R.I & Rubin, D. (2004). *Estadística para administración y economía* (Séptima edición). Prentice Hall. <https://profefily.com/wp-content/uploads/2017/12/Estad%C3%ADstica-para-administraci%C3%B3n-y-economia-Richard-I.-Levin.pdf>
- Markus, H., Crane, M., Berstein, S. & Siladi, M. (1982). Self-schemas and gender. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(1), 38-50.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.42.1.38>
- Márquez, N. & Laje, A. (2016). *El libro negro de la nueva izquierda: ideología de género o subversión cultural*.
<http://desarrolloci.ucr.ac.cr/labosa/sites/default/files/2017-11/Marquez%20Nicolas%20Y%20Laje%20Agustin%20-%20El%20Libro%20Negro%20De%20La%20Nueva%20Izquierda.pdf>
- Merodio, J. (2010, octubre). *Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva*. Recuperado de <https://www.juancmejia.com/wp-content/uploads/2012/06/Marketing-en-Redes-Sociales-Mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva.pdf>
- Migoya, H. (25 de febrero, 2015). “Hey, soy gay”, el libro de Patricia y María Luisa del Río. Perú21. <https://peru21.pe/vida/hey-gay-libro-patricia-maria-luisa-rio-169006-noticia/>

- Ministerio de Educación del Perú. (2008). Lineamientos educativos y orientaciones pedagógicas para la educación sexual integral. Recuperado de http://bvs.minsa.gob.pe/local/minsa/1283_gob523.pdf
- Moya, M., Expósito, F. & Padilla, J.L. (2006). Revisión de las propiedades psicométricas de las versiones largas y reducida de la Escala sobre Ideología de Género. *Revista Internacional de Psicología Clínica y de la Salud*, 6(3), 709–727. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33760312>
- Novoa, M. (2012). Diferencia entre la perspectiva de género y la ideología de género. *Díkaion: Revista de Actualidad Jurídica*, 21(2), 337–356. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4507923>
- Orihuela, J.L. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte*, 119, 57–65. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2719752>
- Páez, R. M. (2015). Familia y escuela: una alianza necesaria en la gestión escolar. *Revista Iberoamericana De Educación*, 67, 159-180. <https://doi.org/10.35362/rie670228>
- Prato, L.; Villoria, L. (2010). *Web 2.0: Redes Sociales*. Editorial Universidad Nacional de Villa María. https://www.academia.edu/22586801/APLICACIONES_WEB_2_0_REDES_SOCIALES
- Real Academia Española. (2014). Concepto ideología. | Diccionario de La Lengua Española. <https://dle.rae.es/ideolog%C3%ADa>

- Requena, F. (1989). El concepto de red social. *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 48(1), 137-152.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>
- Rocha, T. (2009). Desarrollo de la Identidad de Género desde una Perspectiva Psico-Socio-Cultural: Un Recorrido Conceptual. *Revista Interamericana de Psicología / Revista Interamericana de Psicología*, 43(2), 250–259.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28412891006>
- Rubio, AV (2016). *Cuando nos prohibieron ser mujeres ... y os persiguieron por ser hombres: para entender cómo nos afecta la ideología de género* (Alicia V. Rubio Calle).
- Sánchez, E. (2018). *Uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico en el primer semestre de los alumnos del grado séptimo de la Institución Educativa Ciudad de Ibagué Bague, Año 2016* [Tesis de maestría, Universidad Privada Norbert Wiener]. Repositorio UPNW.
<http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/1725>
- Sánchez, S. & Mestre, R. (2016). Redes sociales y jóvenes universitarios: usos e identidad personal. *Opción*, 32(10), 696–714.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048901040>
- Sánchez, N. (2019). Estereotipos de género en la Red. Análisis de las conversaciones internacionales sobre la sociedad digital dentro del proyecto Horizon2020 “WYRED: Investigación juvenil en red para el empoderamiento en la sociedad digital” [Tesis de Maestría Universidad de Salamanca]. Repositorio Campus US. <http://repositorio.grial.eu/handle/grial/1669>

- Sanz, L. (2003). Análisis de redes sociales: o cómo representar las estructuras sociales subyacentes. *Apuntes de Ciencia y Tecnología*, 7. 21-29. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10261/1569>
- Serrato, A. (2017). *Uso de redes sociales y estrategias de lectura crítica hipertextual en estudiantes universitarios* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/14567>
- Valbuena, L. (2019). *Análisis del discurso sobre la ideología de género en Colombia. Estudio de caso de las cartillas del Ministerio de Educación del 2016* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana]. [Repository.javeriana.edu.co](https://repository.javeriana.edu.co). <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/45063>
- Varela, J. (2017). Origen y desarrollo de la Ideología de Género, Fundamentos teológicos del matrimonio y la familia. *Alianza Evangélica Española*. <https://www.alianzaevangelica.es/wp-content/uploads/2017/12/Ideologi%CC%81a-de-Ge%CC%81nero-y-Fundamentos-Matrimonio.pdf>
- Vidal, M., Vialart, M. & Hernández, L. (2013). Redes sociales. *Revista Cubana de Educación Médica Superior Educación Médica Superior*, 27(1). 146-157. https://www.researchgate.net/publication/262782998_Redес_sociales
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994). Análisis de redes sociales. *Prensa de La Universidad de Cambridge*. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511815478>
- Ynquillay, P. (2019). *Uso de Redes Sociales y agresividad en estudiantes preuniversitarios de una Universidad Nacional de Lima, 2019* [Tesis de

licenciatura, Universidad Privada Norbert Wiener] Repositorio UPNW.

<http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/3596>

Anexo 1

Matriz instrumental

Título	Variables	Dimensiones	Indicadores	Fuente de información	Instrumento Autor y año
El uso de las redes sociales y su relación en la actitud hacia la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor	VARIABLE INDEPENDIENTE Redes sociales	Obsesión a las redes sociales	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.	Bravo, A. (2019) Relación de uso de las redes sociales en el nivel de habilidades sociales de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa de Trujillo	Bravo, A. (2019)
		El tiempo que antes destinaba para estar conectado (a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.			
		No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.			
		Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.			
		Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.			
		Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.			
		Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.			
		Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.			
		Mi pareja, amigos o familiares, me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.			
		Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).			
		Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.		
		Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.			
		Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.			
		Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prologando e intenso de las redes sociales.			
Descuido las tareas y los estudios por estar conectado a las redes sociales.					

			Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.		
		Uso excesivo de las redes sociales	Siento una gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.		
			Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.		
			Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.		
			Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.		
			Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.		
			Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.		
			Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.		
	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.				
	VARIABLE DEPENDIENTE ideología de género		Aunque a algunas mujeres les guste trabajar fuera del hogar, debería ser responsabilidad última del hombre suministrar el sostén económico a su familia.		
			Si un niño está enfermo y ambos padres están trabajando debe ser generalmente la madre quien pida permiso en el trabajo para cuidarlo.		
			Es mejor que una mujer intente lograr seguridad animando a su marido en el trabajo que poniéndose delante de él con su propia carrera.		
			La relación ideal entre marido y esposa es la de interdependencia, en la cual el hombre ayuda a la mujer con su soporte económico y ella satisface sus necesidades domésticas y emocionales.		
			Es más apropiado que una madre y no un padre cambie los pañales del bebé.		
			Las relaciones extramatrimoniales son más condenables en la mujer.		
		La mujer debería reconocer que, igual que hay trabajos no			

			deseables para ellas por requerir de la fuerza física, hay otros trabajos que no lo son debido a sus características psicológicas.		
			Hay muchos trabajos en los cuales los hombres deberían tener preferencia sobre las mujeres a la hora de los ascensos y promociones laborales.		
			Los hombres, en general, están mejor preparados que las mujeres para el mundo de la política.		

Anexo 2

Matriz de consistencia

Título: El uso de las redes sociales y su relación con la actitud hacia la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor

Descripción de la situación problemática	formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Justificación	Validez y principio que guían la acción
La ideología de género, impulsada desde hace varias décadas en muchos países del mundo, ha empezado cobrar gran importancia en la actualidad, si bien es cierto muchos de sus promotores afirmaron que como ideología de género no existe, hay un sinnúmero de opiniones y estudios que afirman lo contrario y que la definen como: “un conjunto de ideas anticientíficas que con propósitos políticos, desarraigan la naturaleza de la	<p>GENERAL ¿Cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor?</p> <p>ESPECÍFICAS ¿Cuál es la relación que existe entre obsesión a las redes sociales y la ideología de género en los</p>	<p>GENERAL Determinar la relación entre el uso de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.</p> <p>ESPECÍFICAS Determinar la relación entre la obsesión a las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario</p>	<p>GENERAL El uso de las redes sociales está relacionada la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.</p> <p>ESPECÍFICAS La obsesión a las redes sociales está relacionada a la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE E Redes sociales</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE ideología de género</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE E</p> <p>Obsesión a las redes sociales:</p> <p>Falta de control personal en el uso de las redes sociales.</p> <p>Uso excesivo de las redes sociales.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p>	<p>A un nivel teórico la presente investigación pretende ampliar los estudios respecto a la ideología de género; y qué relación existe entre las redes sociales, puesto que actualmente existen pocos estudios al respecto; así mismo, debido a la discusión tanto de ámbitos religiosos como de minorías sociales y sobre todo en el área educativa, siendo</p>	

<p>sexualidad humana y la atribuyen a imposiciones culturales, en otras palabras, el varón no nace varón sino se hace varón, y lo mismo para las mujeres”. (Márquez & Laje, 2016). Esta definición es descartada por muchos lobbies impulsores de dicha ideología, sin embargo, tampoco tienen una explicación clara y sustentable de lo que vendría a ser la ideología de género.</p> <p>Siendo por todo lo antes mencionado y evidenciando que esta ideología de género está logrando conquistar un buen sector de la población logrando su aprobación y permitiendo que en muy poco tiempo se abran las puertas para aprobaciones de leyes</p>	<p>estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la falta de control personal y el uso de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor?</p>	<p>de la Institución Educativa Adventista Redentor.</p> <p>Determinar la relación entre la falta de control personal en el uso de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.</p> <p>Determinar la relación entre el uso de las redes sociales y la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.</p>	<p>Adventista Redentor.</p> <p>La falta de control personal está relacionada a la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.</p> <p>El uso excesivo de las redes sociales está relacionada a la ideología de género en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Adventista Redentor.</p>		<p>Aspectos relacionados con la orientación sexual.</p> <p>Cognitiva</p> <p>Creencias descriptivas</p> <ul style="list-style-type: none"> · Creencias Evaluativas <p>Afectiva</p> <p>Contacto agradable</p> <ul style="list-style-type: none"> · Contacto desagradable <p>Conductual</p> <p>Inclinación positiva</p> <ul style="list-style-type: none"> · Inclinación negativa 	<p>necesario realizar estudios a nivel descriptivo para identificar actitudes frente a esta problemática lo cual nos llevará a plantear estudios de niveles superiores, correlaciones y explicativos.</p>	
---	---	---	--	--	---	---	--

a su favor, es que se presenta la siguiente problemática ¿cuál es la relación entre el uso de las redes sociales y la actitud hacia la ideología de género? Con esta interrogante se pretende determinar la relación entre las redes sociales y la actitud hacia la ideología de género							
---	--	--	--	--	--	--	--

Anexo 3

CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES

Este es una encuesta en la que Ud. participa voluntariamente, por lo que le agradecemos encarecidamente que sea absolutamente sincero(a) en sus respuestas. Antes de responder al cuestionario le pedimos que nos proporcione los siguientes datos:

1. Edad: _____
2. Sexo: M () F ()
3. Nivel de educación básica: _____
4. Grado de estudio: _____
5. ¿Dónde se conecta a las redes sociales? (puede marcar más de una respuesta)
En mi casa () En mi trabajo () En las cabinas de internet ()
En las computadoras del colegio () A través del celular ()
6. ¿Con qué frecuencia se conecta a las redes sociales?
Todo el tiempo me encuentro conectado () Una o dos veces por día ()
Entre siete a 12 veces al día () Dos o tres veces por semana ()
Entre tres a Seis veces por día () Una vez por semana ()
7. De todas las personas que conoce a través de la red, ¿cuántos conoce personalmente?
| 10 o Menos () Entre 11 y 30 % ()
Entre el 31 y 50 % () Entre el 51 y 70 % ()
Más del 70 % ()
8. ¿Sus cuentas en la red contienen sus datos verdaderos (nombre, edad, género, dirección, etc.)?
SI () NO ()
9. ¿Qué es lo que más le gusta de las redes sociales?:
.....
.....
.....

.....
....

A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existe respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

Siempre **S**

Casi siempre **CS**

Algunas veces

AV

Rara vez **RV**

Nunca **N**

N° ITEM	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
1	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.	1	2	3	4	5
2	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.	1	2	3	4	5
3	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.	1	2	3	4	5
4	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.	1	2	3	4	5
5	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.	1	2	3	4	5
6	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.	1	2	3	4	5
7	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.	1	2	3	4	5
8	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.	1	2	3	4	5
9	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.	1	2	3	4	5
10	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.	1	2	3	4	5
11	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.	1	2	3	4	5
12	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.	1	2	3	4	5
13	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.	1	2	3	4	5
14	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.	1	2	3	4	5
15	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.	1	2	3	4	5
16	Invierto mucho tiempo del día conectándome y	1	2	3	4	5

	desconectándome de las redes sociales.					
17	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.	1	2	3	4	5
18	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.	1	2	3	4	5
19	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.	1	2	3	4	5
20	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.	1	2	3	4	5
21	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.	1	2	3	4	5
22	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.	1	2	3	4	5
23	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).	1	2	3	4	5
24	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.	1	2	3	4	5

Anexo 4

ESCALA DE IDEOLOGÍA DE GÉNERO

Edad: _____ Sexo: _____ Institución Educativa: _____

Grado: _____ Denominación Religiosa: _____

TA= TOTALMENTE DE ACUERDO

DA= DE ACUERDO

NDAND= NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO

D = DESACUERDO

TD= TOTALMENTE EN DESACUERDO

N° Ítem	DESCRIPCIÓN	TA	DA	NDAND	D	TD
1	Aunque a algunas mujeres les guste trabajar fuera del hogar, debería ser responsabilidad última del hombre suministrar el sostén económico a su familia.	1	2	3	4	5
2	Si un niño está enfermo y ambos padres están trabajando debe ser generalmente la madre quien pida permiso en el trabajo	1	2	3	4	5
3	Es mejor que una mujer intente lograr seguridad animando a su marido en el trabajo que poniéndose delante de él con su propia carrera.	1	2	3	4	5
4	La relación ideal entre esposo y esposa es la de interdependencia, en la cual el hombre ayuda a la mujer con su soporte económico y ella satisface sus necesidades domésticas y emocionales.	1	2	3	4	5
5	Es más apropiado que una madre y no un padre cambie los pañales del bebé.	1	2	3	4	5
6	Las relaciones extramatrimoniales son más condenables en la mujer.	1	2	3	4	5
7	La mujer debería reconocer que al igual que hay trabajos no deseables para ellas por requerir de la fuerza física, hay otros trabajos que no lo son debido a sus características psicológicas.	1	2	3	4	5
8	Hay muchos trabajos en los cuales los hombres deberían tener preferencia sobre las mujeres a la hora de los ascensos y promociones laborales.	1	2	3	4	5
9	Los hombres, en general, están mejor preparados que las mujeres para el mundo de la política.	1	2	3	4	5



**Colegio
Adventista**

EL REDENTOR

AUTORIZACIÓN

La directora de la Institución Educativa Adventista "El Redentor"

HACE CONSTAR

Que la maestra Leidhy Vidaurre Díaz, identificada con DNI 45035238, estudiante de la escuela de posgrado de la Universidad Peruana Unión, sede Lima, tiene autorización para aplicar los instrumentos de investigación que lleva por título "Influencia de las redes sociales en la actitud frente a la ideología de género" para optar el grado académico de Maestro en Educación.

Se expide la presente constancia a petición del interesado para los fines convenientes.

Lima, 21 de octubre de 2020



Lic. Juana Isabel Guerrero Rosselló
Directora