

La construcción de la identidad de género a través de estereotipos televisivos

Mitzi Paola Soria Mora (*) mitzisoriamora@gmail.com

Ana Tamariz Lorenzana (*) yoshaxp@gmail.com

Karla Montserrat Villagómez Balderas (*) karla.villagomez123@gmail.com

*Estudiante de la carrera de Psicología de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, UNAM

Cómo citar este texto: Soria, M. P., Tamariz, A. y Villagómez, K. M. (2017). La construcción de la identidad de género a través de estereotipos televisivos. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 3(6), 23-38.

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue conocer la influencia de las series televisivas en la construcción de la identidad de género en jóvenes de edades entre 15 y 18 años, estudiantes de bachillerato, basándose en la propuesta de Harwood (1999), el cual menciona que los programas televisivos muestran características sociales, psicológicas o físicas de un personaje en específico que constituye fuertemente la construcción de identidad de una persona, tomando así algunas atribuciones o características de dichos personajes. Se utilizó el Cuestionario de Hábitos Televisivos (CH-TV.01) en el que se encontró que los participantes son sujetos susceptibles para la apropiación de mensajes estereotipados. Por lo que se concluye la importancia de implementar medidas de prevención en una población joven para generar un pensamiento crítico en el que puedan opinar y cuestionarse acerca de los mensajes dados en personajes que se visualizan en la TV y otros medios de comunicación.

Palabras clave: Identidad de género, estereotipos, series televisivas, teoría de cultivo.

ABSTRACT

The objective of the investigation based on the influence of the television series on the construction of the gender identity in the youngsters of the 15 and 18 years, the high school students, based on the proposal of Harwood (1999), which mentions That Television programs of social, psychological or physical characteristics of a specific individual that strongly constitute the construction of identity of a person, taking and some attributions or characteristics of such characters. The Television Habits Questionnaire (CH-TV.01) was used in which it was found that the participants are subjects susceptible to the appropriation of stereotyped messages. Therefore it is concluded the importance of implementing prevention measures in a young population to generate a critical thinking in the opinion and questionnaire about data messages in characters that are displayed on TV and other media.

Keywords: Identity of gender, stereotypes, TV series, culture theory

1. INTRODUCCIÓN

Presentación de la problemática

Los medios sociales suelen ser una alta influencia en la sociedad, estos suelen utilizar recursos para los cuales son tomados por la población en su vida cotidiana, identificándose en determinado grado con un programa televisivo en específico con las características sociales, psicológicas o físicas de un personaje de la televisión, esto constituye fuertemente a la construcción de la identidad de una persona (Harwood, 1999). Ya que toman algunas atribuciones o características de los personajes televisivos y pueden ser motivo de identificación y/o implicar una alta influencia en la identidad de los individuos (Hoffner & Buchanan, 2005).

Según Thompson (1998 en Huerta & Franca), es importante aclarar que la juventud es el grupo social más

receptivo frente a los nuevos soportes mediáticos y, al mismo tiempo, el potencialmente vulnerable. La causa de esta susceptibilidad en la adolescencia se debe, a su todavía escasa experiencia no mediática y al hecho de disponer de pocos recursos simbólicos/cognitivos a los que recurrir en el momento de decodificar los contenidos mediáticos. King y Multon (1996) lo muestran en su estudio donde encontraron que los estudiantes de secundaria más jóvenes son más probables a ser influenciados por modelos televisivos, creando un aprendizaje asociativo al ver un programa de televisión en el que un personaje tiene un trabajo que es gratificante puede despertar el deseo de perseguir esa ocupación, presentándose mayormente en niños o jóvenes que pasan más horas viendo programas de televisión.

Tomando como base lo anterior Harwood (1999) realizó una investigación donde encontró que el efecto de la identidad se ve reflejado de manera significativa con la edad, sin embargo discute que los individuos tienen múltiples identidades sociales (género, etnia), esto quiere decir, que los individuos o solo pueden identificarse con un programa televisivo por la representación de determinada edad, por lo que sus razones para ver televisión son diversos, y pudo observar que es así como se explica la variación de la identidad en el consumo de los medios. Así mismo, en la investigación de Hoffner & Buchanan (2005) observaron que los participantes elegían personajes similares a ellos mismos, en específico con el mismo género, por ejemplo, en cuanto al género masculino los principales atributos fueron: exitosos, inteligentes y violentos, mientras que para el género femenino los atributos fueron: inteligentes, atractivos y admirados, probablemente esto tenga relación con los roles estereotipados de carácter social. En relación con el tiempo que llevaban viendo el programa, en promedio, el tiempo era de 3 años lo cual puede ser una alta probabilidad de creencia de poseer determinados atributos del personaje.

Por lo tanto se plantea al medio televisivo como una fuente de aprendizaje socio-moral en la etapa adolescente (Aierbe, Martínez & Medrano, 2010). Donde los medios de comunicación son transmisores de modelos de conducta, de modelos de “yo”, y, en consecuencia, colaboradores de la construcción de la identidad personal (Bandura y Walters, 1977; Bechelloni y Buonanno, 1997 y Thompson, 1998 citado en Huerta & Franca, 2001). Explicado desde la teoría del aprendizaje vicario propuesto por Bandura (1977 citado en King & Multon, 1996) cuya propuesta se basa en una teoría sólida para la investigación sobre la sociabilización vicaria de la televisión a través de la predicción de que los jóvenes de todas las razas tienen un fuerte potencial para aprender tanto valores, actitudes y comportamientos retratados en la ella.

Consecuentemente, los niños tienden a imitar modelos de su misma raza y mismo sexo, con modelos que parecieran tener autoridad o estado. Otro factor importante en la elección de modelos de la televisión es la simpatía y la identificación con un modelo (King & Multon, 1996). Dicho lo anterior, se puede observar de manera aplicada en la investigación de King y Multon, (1996), con una población de origen afroamericano en Estados Unidos. En el que se encontró que los personajes televisivos afroamericanos son retratados en roles estereotipados como criminales, sirvientes, artistas y atletas. Lo cual afecta que los niños o jóvenes televidentes no puedan aspirar a carreras profesionales pues presentan una exposición constante a las representaciones profesionales limitadas en la televisión. Tales factores fueron el estado socioeconómico, raza, sexo, nivel de escolar, promedio

escolar, anomia (es decir, la falta de integración de los valores personales y culturales), autoestima, extroversión, y confianza en la gente.

Con esto se dice que los medios de comunicación, como la televisión son el medio más poderoso a la hora de socializar la información, incluso se ha llegado a defender que aporta el acceso más democrático, porque ofrece un universo simbólico al ciudadano. Para algunos teóricos, llega a sustituir las experiencias. (Hartley, 1999; Giddens, 1997; Thompson, 1998 citado en Huerta & Franca, 2001).

Siguiendo con la misma línea de investigación la teoría de cultivo, se centrada en la contribución de la T.V. en la formación de los espectadores, la cual afirma que la T.V. es fundamental para construir las percepciones del mundo, por medio de mensajes homogeneizados, que tienen una exposición repetitiva por cierto tiempo, por ejemplo con temas relacionados con violencia, sexo o estereotipos. Sumando así, que a través de dichos mensajes, los espectadores también forman juicios sobre el mundo.

Por otro lado, la teoría de la identidad social, dice que el auto-concepto se deriva en parte por los grupos a los que pertenece, ya que ahí se proporcionan recompensas positivas. La categorización social parte de dos razones principales, primero, ayuda a establecer relaciones de poder y estatus, de modo que los beneficios del grupo se generalizan entre los miembros, y segundo, para mantener el estatus del grupo se comparan con otros de manera que tengan una posición ventajosa. Cabe mencionar que las comparaciones suelen ocurrir en contexto mediado como son los medios de comunicación. En conjunto, ambas teorías ofrecen una explicación de cómo las representaciones de los medios impactan las percepciones basadas en grupos (Ortiz & Behm, 2015).

Como consecuencia de esto, Falcon y Díaz (2014) afirman en su estudio sobre los medios de comunicación audiovisuales que los adolescentes que pasan más tiempo viendo la televisión tienen más problemas para desarrollar vínculos en la escuela y muestran niveles significativos de apatía, falta de orientación al presente y falta de metas. Subyaciendo así dos cuestiones, la primera es la dificultad de la autorregulación emocional, esto es referente a aquellas actividades que pueden ser realizadas durante varias horas sin exigir ningún tipo de esfuerzo físico, y los valores que se transmiten por ciertas emisiones de televisión.

De tal forma que en algunas condiciones aumenta el riesgo de imitación; por ejemplo, cuando los espectadores son del mismo género que los personajes y estos que muestran una conducta antisocial, también cuando los personajes presentan otras características que el espectador quisiera compartir (como la popularidad, rebeldía o belleza), y cuando la violencia se muestra como “normal” y como comportamiento legítimo,

ayudando a obtener una ventaja, dando ejemplos explícitos de cómo ejecutar la violencia. Esto se presenta principalmente en las series de televisión o películas dado que presentan un retrato muy estereotipado de adolescentes mezclando de manera contradictoria los valores y problemas que representan tanto emocionalmente como inestables, rebeldes, indisciplinados, egoístas y materialista, con relaciones sociales muy frágiles y una exagerada orientación al riesgo.

Algunos autores han estudiado la percepción que tienen los adolescentes antes esta problemática. Como Aierbe, Martínez y Medrano, (2010), quienes trabajaron la percepción de dicha población acerca de la publicación de la privacidad de las personas en programas televisivos como son los "talk shows" en los cuales se abordan temas relacionados con la identidad sexual, conflictos de pareja o familiares, así como problemáticas sociales.

En ello participaron 31 adolescentes a los cuales se les entrevistó sobre su opinión de los "talk shows" en especial de dos (por sus siglas SR y DP) y sobre el establecimiento normativo para el espectador. Se encontró que los argumentos morales no son contemplados por los participantes en un momento inicial, pues señalan que su asistencia se debería más a motivos privados (no mostrar su vida personal en público), este motivo cambia a moral cuando se ven implicados cuestiones altruistas. También que esta decisión se ve influenciada por el tipo de "talk show" ya que para el programa "SR" los motivos eran de carácter materialista, con base a la obtención de fama o dinero, mientras que para el caso del programa "DP" los motivos eran de carácter altruista esto es participar para ayudar a alguien o encontrarse con familiares o amigos. Los autores concluyeron que los "talk show" tienen una alta influencia en el aprendizaje moral de los adolescentes y en la toma de decisiones con respecto a su vida personal al identificarse con personas que viven situaciones similares a ellos en ese momento, sin embargo los autores hacen énfasis en cómo los adolescentes pueden llegar a hacer pública su vida privada en éste tipo de medios.

Así mismo Huertas y França (2001), abordaron la manera en cómo la televisión intenta abarcar al público juvenil. Trabajando con 32 estudiantes, residentes en Barcelona y escuelas públicas, a través de una metodología cualitativa. En el diseño que utilizaron obtuvieron tres cuestionamientos el primero de ellos fue si la televisión ha ayudado en la comprensión de nuestro mundo, cómo son las cosas y cómo es la gente; el segundo acerca de si le ha ayudado a generar sus propias ideas y opiniones acerca de la vida; y por último si ha sido un factor para saber cómo actuar para mejorar el mundo.

Encontrando que pesar de valorar la televisión como una de las principales fuentes de información, los estudiantes consideran que es básicamente un instrumento más de

ocio, pues no creen que la televisión les ayude a formar sus opiniones, pues consideran que son ellos mismos los que deciden qué han de pensar a partir, exclusivamente, de sus propias vivencias, que si interfiere de alguna, no es en las cuestiones particulares sino en las globales y, más concretamente, en las decisiones de compra (consumo).

Presentación del problema específico

Hoy en día se ha aceptado socialmente las nuevas propuestas en las series televisivas, es decir, temas como nuevas familias, hasta presentación de roles invertidos en los personajes que generalmente ejemplificaban características diferenciales entre hombre y mujer, así como tocando temas que suceden en la actualidad como adicciones, sexo y preferencias sexuales, sin embargo no se sabe exactamente el nivel de influencia que los medios televisivos tienen en la identidad de género de los adolescentes de entre 15 y 18 años de edad.

Propósito

El objetivo de nuestra propuesta radica en implementar talleres en instituciones básicas (secundaria) en las que se aborden temas para disminuir la desigualdad de género, generando en los alumnos un pensamiento crítico respecto a los personajes estereotipados, esto debido a lo observado en la investigación realizada, en donde se observó que se debe trabajar en jóvenes menores de 18 años, siendo ellos los que tienen una perspectiva menos crítica, también por que se conocen poco trabajos respecto a esto, enfocados a los jóvenes de estas edades. Pretendiendo así, formar desde una edad temprana un pensamiento reflexivo y crítico ante el cual él pueda formar una concepción propia tomando sólo lo necesario de lo representado en los personajes televisivos.

2. MARCO CONCEPTUAL

Perspectiva

Como bien lo plantea Menéndez y Zurian (2014), la importancia de la televisión radica en la creación de modelos, ésta ofrece situaciones y comportamientos mediante los cuales sugiere escenarios o protagonistas con el fin de que sean interiorizados por la audiencia a través del proceso de inmersión, estos modelos van dirigidos tanto a hombres como a mujeres. En cuanto a éstas últimas, las mujeres siguen siendo el objeto, siempre presentes en posiciones subordinadas o, en el caso de su protagonismo, dibujadas con elementos negativos la mayoría de las veces (Aguilar, 2001)

Con respecto a las representaciones de género suele representarse a las mujeres, a su posible cosificación, a la sexualización de su cuerpo, belleza y/o valores, además de aparecer con inferioridad frente a los hombres, los personajes femeninos acostumbra a representar papeles tradicionales, siendo emocionalmente inestables y no pueden competir con los varones, de tal manera que el

hombre queda en un papel completo de superioridad, sin embargo (si se da el caso), el protagonismo femenino en series televisivas es en sí mismo una forma de transgresión porque muchas de esas ficciones han logrado romper estereotipos de género. En la actualidad las series televisivas, en ocasiones se atreven a abordar temas tabú que permite un papel más activo de los personajes femeninos.

Por otro lado, los valores estereotipados de la masculinidad por el patriarcado se encuentran en crisis, ya que el hombre era definido y representado con características de individualismo, competitividad, activismo dominante, hegemonía, dominio de la esfera pública, obsesión por el éxito, el trabajo, el ejercicio de la fuerza, la fortaleza y la represión de los niveles básicos emocionales y de las actitudes afectivo-relacionales, sin embargo con el progreso de los modelos de la sociedad, estos estereotipos tuvieron que modificarse y acomodarse a una realidad donde la mujer es un sujeto activo tanto en lo personal, como en lo social, lo profesional, lo económico, lo político y lo sexual.

Es importante mencionar que el uso de estos arquetipos o estereotipos en la construcción de relatos de las series televisivas es recurrente y necesario en la construcción de caracteres (personajes) y en facilitar la identificación por parte del público (consumidores). De este modo los arquetipos juegan con modelos de caracterización que permiten esa doble necesidad por medio de la descripción física, psicológica y del entorno social. (Menéndez y Zurian, 2014).

Causas del problema

La identidad de género en adolescentes se puede ver permeada por los estereotipos presentados en las series televisivas, afectando no sólo la forma en cómo se ve a él mismo, sino en cómo ve a las personas en general, ya que el adolescente se encuentra en un constante intercambio de información. Pues son los medios sociales suelen ser una alta influencia en la sociedad, estos suelen utilizar recursos para los cuales son tomados por la población en su vida cotidiana, identificándose en determinado grado con un programa televisivo en específico con las características sociales, psicológicas o físicas de un personaje de la televisión, esto constituye fuertemente a la construcción de la identidad de una persona (Harwood, 1999). Ya que toman algunas atribuciones o características de los personajes televisivos y pueden ser motivo de identificación y/o implicar una alta influencia en la identidad de los individuos (Hoffner & Buchanan, 2005).

Según Thompson (1998 en Huerta & Franca), es importante aclarar que la juventud es el grupo social más receptivo frente a los nuevos soportes mediáticos y, al mismo tiempo, el potencialmente vulnerable. La causa de esta susceptibilidad en la adolescencia se debe, a su

todavía escasa experiencia no mediática y al hecho de disponer de pocos recursos simbólicos/cognitivos a los que recurrir en el momento de decodificar los contenidos mediáticos. King y Multon (1996) lo muestran en su estudio donde encontraron que los estudiantes de secundaria más jóvenes son más probables a ser influenciados por modelos televisivos, creando un aprendizaje asociativo al ver un programa de televisión en el que un personaje tiene un trabajo que es gratificante puede despertar el deseo de perseguir esa ocupación, presentándose mayormente en niños o jóvenes que pasan más horas viendo programas de televisión.

Tomando como base lo anterior Harwood (1999) realizó una investigación donde encontró que el efecto de la identidad se ve reflejado de manera significativa con la edad, sin embargo discute que los individuos tienen múltiples identidades sociales (género, etnia), esto quiere decir, que los individuos no solo pueden identificarse con un programa televisivo por la representación de determinada edad, por lo que sus razones para ver televisión son diversos, y pudo observar que es así como se explica la variación de la identidad en el consumo de los medios. Así mismo, en la investigación de Hoffner & Buchanan (2005) observaron que los participantes elegían personajes similares a ellos mismos, en específico con el mismo género, por ejemplo, en cuanto al género masculino los principales atributos fueron: exitosos, inteligentes y violentos, mientras que para el género femenino los atributos fueron: inteligentes, atractivos y admirados, probablemente esto tenga relación con los roles estereotipados de carácter social. En relación con el tiempo que llevaban viendo el programa, en promedio, el tiempo era de 3 años lo cual puede ser una alta probabilidad de creencia de poseer determinados atributos del personaje.

Por lo tanto se plantea al medio televisivo como una fuente de aprendizaje socio-moral en la etapa adolescente (Aierbe, Martínez & Medrano, 2010). Donde los medios de comunicación son transmisores de modelos de conducta, de modelos de “yo”, y, en consecuencia, colaboradores de la construcción de la identidad personal (Bandura y Walters, 1977; Bechelloni y Buonanno, 1997 y Thompson, 1998 citado en Huerta & Franca, 2001). Explicado desde la teoría del aprendizaje vicario propuesto por Bandura (1977 citado en King & Multon, 1996) cuya propuesta se basa en una teoría sólida para la investigación sobre la sociabilización vicaria de la televisión a través de la predicción de que los jóvenes de todas las razas tienen un fuerte potencial para aprender tanto valores, actitudes y comportamientos retratados en la ella.

Consecuentemente, los niños tienden a imitar modelos de su misma raza y mismo sexo, con modelos que parecieran tener autoridad o estado. Otro factor importante en la elección de modelos de la televisión es la simpatía y la

identificación con un modelo (King & Multon, 1996). Dicho lo anterior, se puede observar de manera aplicada en la investigación de King y Multon, 1996), con una población de origen afroamericano en Estados Unidos. En el que se encontró que los personajes televisivos afroamericanos son retratados en roles estereotipados como criminales, sirvientes, artistas y atletas. Lo cual afecta que los niños o jóvenes televidentes no puedan aspirar a carreras profesionales pues presentan una exposición constante a las representaciones profesionales limitadas en la televisión. Tales factores fueron el estado socioeconómico, raza, sexo, nivel de escolar, promedio escolar, anomia (es decir, la falta de integración de los valores personales y culturales), autoestima, extroversión, y confianza en la gente.

Con esto se dice que los medios de comunicación, como la televisión son el medio más poderoso a la hora de socializar la información, incluso se ha llegado a defender que aporta el acceso más democrático, porque ofrece un universo simbólico al ciudadano. Para algunos teóricos, llega a sustituir las experiencias. (Hartley, 1999; Giddens, 1997; Thompson, 1998 citado en Huerta & Franca, 2001).

Siguiendo con la misma línea de investigación la teoría de cultivo, se centrada en la contribución de la T.V. en la formación de los espectadores, la cual afirma que la T.V. es fundamental para construir las percepciones del mundo, por medio de mensajes homogeneizados, que tienen una exposición repetitiva por cierto tiempo, por ejemplo con temas relacionados con violencia, sexo o estereotipos. Sumando así, que a través de dichos mensajes, los espectadores también forman juicios sobre el mundo.

Por otro lado, la teoría de la identidad social, dice que el auto concepto se deriva en parte por los grupos a los que pertenece, ya que ahí se proporcionan recompensas positivas. La categorización social parte de dos razones principales, primero, ayuda a establecer relaciones de poder y estatus, de modo que los beneficios del grupo se generalizan entre los miembros, y segundo, para mantener el estatus del grupo se comparan con otros de manera que tengan una posición ventajosa. Cabe mencionar que las comparaciones suelen ocurrir en contexto mediado como son los medios de comunicación. En conjunto, ambas teorías ofrecen una explicación de cómo las representaciones de los medios impactan las percepciones basadas en grupos (Ortiz & Behm, 2015).

Como consecuencia de esto, Falcón y Díaz (2014) afirman en su estudio sobre los medios de comunicación audiovisuales que los adolescentes que pasan más tiempo viendo la televisión tienen más problemas para desarrollar vínculos en la escuela y muestran niveles significativos de apatía, falta de orientación al presente y falta de metas. Subyaciendo así dos cuestiones, la primera es la dificultad de la autorregulación emocional, esto es referente a

aquellas actividades que pueden ser realizadas durante varias horas sin exigir ningún tipo de esfuerzo físico, y los valores que se transmiten por ciertas emisiones de televisión.

De tal forma que en algunas condiciones aumenta el riesgo de imitación; por ejemplo, cuando los espectadores son del mismo género que los personajes y estos que muestran una conducta antisocial, también cuando los personajes presentan otras características que el espectador quisiera compartir (como la popularidad, rebeldía o belleza), y cuando la violencia se muestra como "normal" y como comportamiento legítimo, ayudando a obtener una ventaja, dando ejemplos explícitos de cómo ejecutar la violencia. Esto se presenta principalmente en las series de televisión o películas dado que presentan un retrato muy estereotipado de adolescentes mezclando de manera contradictoria los valores y problemas que representan tanto emocionalmente como inestables, rebeldes, indisciplinados, egoístas y materialista, con relaciones sociales muy frágiles y una exagerada orientación al riesgo.

Algunos autores han estudiado la percepción que tienen los adolescentes antes esta problemática. Como Aierbe, Martínez y Medrano, (2010), quienes trabajaron la percepción de dicha población acerca de la publicación de la privacidad de las personas en programas televisivos como son los "talk shows" en los cuales se abordan temas relacionados con la identidad sexual, conflictos de pareja o familiares, así como problemáticas sociales.

En ello participaron 31 adolescentes a los cuales se les entrevistó sobre su opinión de los "talk shows" en especial de dos (por sus siglas SR y DP) y sobre el establecimiento normativo para el espectador. Se encontró que los argumentos morales no son contemplados por los participantes en un momento inicial, pues señalan que su asistencia se debería más a motivos privados (no mostrar su vida personal en público), este motivo cambia a moral cuando se ven implicados cuestiones altruistas. También que esta decisión se ve influenciada por el tipo de "talk show" ya que para el programa "SR" los motivos eran de carácter materialista, con base a la obtención de fama o dinero, mientras que para el caso del programa "DP" los motivos eran de carácter altruista esto es participar para ayudar a alguien o encontrarse con familiares o amigos. Los autores concluyeron que los "talk show" tienen una alta influencia en el aprendizaje moral de los adolescentes y en la toma de decisiones con respecto a su vida personal al identificarse con personas que viven situaciones similares a ellos en ese momento, sin embargo los autores hacen énfasis en cómo los adolescentes pueden llegar a hacer pública su vida privada en éste tipo de medios.

Así mismo Huertas y França (2001), abordaron la manera en cómo la televisión intenta abarcar al público juvenil.

Trabajando con 32 estudiantes, residentes en Barcelona y escuelas públicas, a través de una metodología cualitativa. En el diseño que utilizaron obtuvieron tres cuestionamientos el primero de ellos fue si la televisión ha ayudado en la comprensión de nuestro mundo, cómo son las cosas y cómo es la gente; el segundo acerca de si le ha ayudado a generar sus propias ideas y opiniones acerca de la vida; y por último si ha sido un factor para saber cómo actuar para mejorar el mundo.

Encontrando que pesar de valorar la televisión como una de las principales fuentes de información, los estudiantes consideran que es básicamente un instrumento más de ocio, pues no creen que la televisión les ayude a formar sus opiniones, pues consideran que son ellos mismos los que deciden qué han de pensar a partir, exclusivamente, de sus propias vivencias, que si interfiere de alguna, no es en las cuestiones particulares sino en las globales y, más concretamente, en las decisiones de compra (consumo).

Una de las problemáticas sociales en boga son las exposiciones de los estereotipos de género en los medios de comunicación que, como se ha ido abarcando a lo largo del presente estudio, repercuten en la construcción de identidad.

El concepto “estereotipo” es entendido como aquellas creencias populares sobre los atributos característicos en un determinado grupo social, entre sus principales funciones, el estereotipo se caracteriza por su valor adaptativo pues según Tajfel (1984) nos ayuda a comprender el mundo de manera simplificada y permite integrarse a un grupo social, sin embargo el individuo cree que todo aquel que forme parte de dicho grupo social cumple con determinados atributos aunque no se sepa nada de aquel individuo, realizando así una acción de predisposición y estereotipación.

Como menciona González, uno de los estereotipos que se ha mantenido con fuerza en la sociedad es el del género, teniendo una visión de la mujer como sensibles, dependientes, cálidas, etcétera, mientras que se les ve a los hombres como dominantes, independientes, orientados al trabajo y agresivos, esto conlleva a la sobrestimación y uniformidad de que todos y cada uno de los individuos que pertenezcan al grupo de mujeres u hombres presentaran estos atributos, estos atributos se hacen presentes desde el rol que desempeña el individuo en su hogar o en las instituciones educativas pues actúan de determinada forma de acuerdo al género al que pertenecen, estos roles son el reflejo histórico-cultural de una sociedad.

Como ya se ha mencionado el medio televisivo contribuye a la construcción de la identidad, en este caso los estereotipos de género pueden ser originados por dicho medio, éste refleja en sí la realidad social de las personas y de sus situaciones pero además tienen una función directa en la vida de hombres y mujeres al no

cuestionarse de los mensajes estereotipados elaborados en el discurso televisivo, así pues la televisión actúa como un agente que refuerza o divulga creencias y valores que de cierta forma son el reflejo de normas sociales, es por ello que las personas suelen integrar estos contenidos en sus estructuras cognitivas y emocionales tal como lo menciona Núñez y Loscertales (2005).

De acuerdo con Belmonte y Guillamón (2008), la educación audiovisual es muy importante en la construcción de identidad de género, dado que han adquirido un papel como agente socializador, estableciendo sistemas simbólicos a través de los discursos y del imaginario que transmiten. Son los medios de comunicación un poderoso medio de producción del sentido, contribuye a normalizar y naturalizar el producto de la construcción social. Es por ello que dichos autores ofrecieron un análisis para detectar las configuraciones de género que se presentan y se vinculan a través de los medios, para comprobar en qué medida se detectan estereotipos de género o discursos discriminatorios hacia la mujer. Este trabajo estuvo dirigido a un público joven, en España, dado que es en la infancia y la adolescencia donde el desarrollo humano es crucial. Ellos analizaron series de ficción televisiva que son preferidas en el público seleccionado como “Los hombres de Paco”, “El comisario”, “Mis adorables vecinos”, “Aquí no hay quien viva” y “Los Simpson”.

Los resultados que encontraron fueron que en todas las series estudiadas, estaban en un ambiente en el que intentaban representar la vida cotidiana, con personajes familiares, sociales y laborales. Los personajes (hombre y mujer) eran representados equitativamente, aunque existía una distinción de género, expresada en comedia, presentando frecuentemente una lucha de poderes. En su mayoría, los hombres eran quienes tenían un cargo laboral con mayor responsabilidad, lo cual responde a los estereotipos sociales.

De la misma manera, el liderazgo de los personajes masculinos mostraban características como agresividad y racionalidad, mientras que el liderazgo en las mujeres, mostraban actitudes negativas, siendo irracionales o rasgos de ineptitud. En el ámbito familiar y personal, las series televisivas presentaban distintas estructuras familiares, desde una familia tradicional hasta una monoparental, y aunque representaban la destrucción de la familia patriarcal, se seguía manteniendo los estereotipos de género en el que los dicotomizan, de la misma forma que en el campo laboral. En suma, presentaban un discurso normalizador sobre usos, costumbres, roles y relaciones de género que ayudan a reforzar los estereotipos. En conclusión, Belmonte y Guillamón (2008) dicen que estos modelos que se presentan para la construcción de identidad de género en los jóvenes espectadores contribuyen al mantenimiento de la desigualdad de género en el plano de lo real.

Siguiendo con esto, Lacalle y Gómez (2016) realizaron un análisis de la mujer trabajadora en la ficción televisiva española, sobre la construcción de identidades femeninas, por medio de una metodología moderna que combina métodos cuantitativos y cualitativos para afrontar el estudio de 709 personajes femeninos. Muestran la convivencia de estereotipos ligados a las representaciones tradicionales de los empleos de las mujeres (trabajos relacionados con la atención al público y el cuidado de las personas) con otras profesiones altamente calificadas. En su mayoría las mujeres que contaban con títulos o diplomas eran dirigidos a las Ciencias y Humanidades y tenían profesiones tradicionalmente asociadas con las mujeres, como abogados, periodistas, psicólogos, etc., que es otra, además que ninguna mujer se observó trabajando en el ámbito científico o tecnológico.

En los escasos casos donde se presentaban mujeres con dichos cargos con alta responsabilidad, eran personajes con denotación negativa, con características como mujeres ambiciosas, inescrupulosas, resentidas, vengativas, despóticas. Su éxito profesional es frecuentemente menospreciado al asociar su poder con otros personajes masculinos (marido, padre, etc.) (Van-de-Berg & Streckfus, 1992 citado en Lacalle & Gómez, 2016).

En otras ocasiones, las razones detrás del éxito de estos personajes no se cuestionaban, porque eran considerados como compensación por una situación personal, familiar o de la vida amorosa o bien, eran mujeres que habían sido incapaces de «satisfacer sus «Instintos» como madre o esposa »(Ruido, 2007: 12 en Lacalle & Gómez, 2016). Esto se justifica porque la representación de feminidad en la televisión parece estar condicionada por roles interpersonales (Lauzen, Dozier, & Horan, 2008 en Lacalle & Gómez, 2016).

Otro ejemplo de ello es el estudio realizado por Cuesta, Gaspar y Menéndez (2012), quienes analizaron los mecanismos psicosociales involucrados en la construcción de la identidad de género en jóvenes en función de las influencias de determinados problemas de televisión, participaron estudiantes universitarios de las carreras de publicidad y comunicación audiovisual a los cuales se les mostró una serie de fragmentos del programa denominado “reality show” el cual fomenta las relaciones de género provocando construcciones sobre la identidad de género desde mecanismos estereotipados de nombre: “Mujeres y Hombres y Viceversa”, una vez hecho esto, se encontró que los participantes identificaron a las mujeres y hombres con determinados atributos, que dicho programa servía como “guía de ayuda para las relaciones amorosas”, y que servía como “modelo a seguir para familias desestructuradas”, en pocas palabras, al programa se le ve como una alta influencia en la forma de pensar y

actuar de jóvenes adolescentes. En cuanto a los estereotipos de género los jóvenes expresaron la categorización de los dos sexos poniendo así a los hombres como : “musculosos, asistentes al gimnasio... chicos son chulos de playa, irrespetuosos y superficiales”, mientras las mujeres son visualizadas como: “delgadas, muy maquilladas, con ropa muy ceñida y excesivamente corta, pelo arreglado...sumisas y les gustan los malotes”, así se pudo observar una similitud en ambos géneros con respecto al aspecto físico y a la “artificialidad” y “superficialidad” en ambos.

Finalmente el estudio destaca la aparición de comportamientos machistas en el programa pues aparentemente está potenciando el resurgimiento de estereotipos de género en lo que la relación hombre-mujer se basa en patrones de dominancia-sumisión (Cuesta, Gaspar y Menéndez, 2012)

3. PLANTEAMIENTO

Método

Como pregunta de investigación, se planteó conocer qué influencia tienen los estereotipos presentados en las series televisivas en la identidad de género en adolescentes de 15 a 18 años, esto partiendo de la idea de que dicha programación puede influenciar en cierta medida en como los van formando su identidad de género. Por tanto se trabajó con un grupo de 15 adolescentes, los cuales cursaban segundo, cuarto y sexto semestre de bachillerato. Se utilizó el "Cuestionario de Hábitos Televisivos (CH-TV.01)", el cual fue inventado y validado por Medrano, Cortés & Palacios (2007), éste consta de tres preguntas iniciales para recabar información sobre los estudios, profesión y situación actual de los padres. Posteriormente, se presentan 30 reactivos los cuales están categorizado por los siguientes indicadores: 1. permanencia o número de horas de exposición, 2. permanencia/preferencia por determinados géneros televisivos en general y específicos; 3. asistir como público o protagonista a determinados programas pertenecientes a dichos géneros específicos; 4. estilo de visionado: esto es, si seleccionan antes el programa o eligen en el momento; 5. actividades alternativas a ver TV; 6. compañeros de hábito televisivo; 7. tema de conversación, referido a si comentan los programas con los amigos; 8. razones para ver la televisión; 9. número de televisores en el hogar y disponibilidad física de un receptor en la habitación. Sin embargo, a este cuestionario se le fueron anexadas 7 preguntas más de las cuales algunas deben ser respondidas en una escala del 1 al 10, todos esta preguntas buscan responder a cómo las series televisivas pueden tener influencia en el comportamiento adolescente y la representación de la realidad que tienen, en diferentes cuestiones, a través de ideas o características de dicha población.

Obtención de datos

Con el fin de cumplir con los objetivos de esta investigación se utilizó el "Cuestionario de Hábitos Televisivos (CH-TV.01)", el cual fue inventado y validado por Medrano, Cortés & Palacios (2007), en donde sólo se seleccionaron algunos ítems, los cuales fueron 1, 2, 7, 13, 19, 20, 22-25, 28, 29, 29.1, 29.2. Además se agregaron reactivos del cuestionario de Rodríguez, Mejía y Menéndez (2012) utilizando únicamente los ítems 23-28.

Los datos que se recogieron por medio del cuestionario de hábitos televisivos y los reactivos anexados, constó de una duración aproximada fue de 25 minutos. Llevándose a cabo una institución educativa de nivel medio superior, más específicamente en el Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Vallejo ubicado en Av. 100 Metros Esq. Fortuna, Magdalena de las Salinas, Gustavo A. Madero.

En donde se pretendió analizar las variables de identidad de género, la cual se refiere como un sistema de relaciones culturales entre los sexos, que surge como una construcción simbólica, establecida sobre los datos biológicos de la diferencia sexual. Por lo que se perfila el género como resultado de la producción de normas culturales sobre el comportamiento de los hombres y mujeres, mediado por la compleja interacción de instituciones económicas, sociales, políticas y religiosas. Retomando a Bourdieu, el género es una especie de "filtro" cultural con el que interpretamos el mundo, y también una especie de armadura con la que se constreñimos la vida (Lamas, 1996), y la variable de Estereotipos, los cuales permiten percibir a los individuos como miembros de una categoría; asumiendo que tienen cualidades relevantes de ésta sin necesidad de verificar su existencia, por ello se dice que se caracterizan por la inercia (García & Mackie, 1999, citado en Valandía y Roza, 2009). Estos pueden constituir una exageración de la realidad que en algunos casos ayuda a justificar el orden social, por lo que se han identificado como una de las principales causas del prejuicio hacia los grupos, donde variables como el sexo, la edad y la raza son las más utilizadas para categorizar a los individuos y estereotiparlos.

Resultados

Los resultados obtenidos se observan en las siguientes tablas, las cuales se dividen por semestre.

En la tabla 1, se especifican los datos generales de los participantes tales como el sexo, la edad y los ítems 1, 2, 7 y 13 del "Cuestionario de hábitos televisivos", los cuales evalúan el número aproximado de horas que ven televisión durante el día y la semana, así como la percepción que tiene con respecto al tiempo que la ven y si consideran los programas televisivos como una tema de conversación en su círculo de amigos.

Así mismo, en la figura 1, se aprecian las horas en promedio que los participantes de cada semestre invierten viendo TV al día y los fines de semana.

2do semestre	Sexo	Edad	1. Horas al día	2. Horas los fines de semana	7. Opinión de cuánto tiempo ve TV	13. Tema principal en una conversación con amigos
	Femenino	15	0 horas	3 horas	Nada.	Nunca
	Masculino	15	2 horas	4 horas	Poco	Algunas veces
	Masculino	16	4 horas	4 horas	Poco	Casi nunca
	Masculino	16	2 horas	4 horas	Bastante	Casi nunca
	Masculino	17	1 hora	2 horas	Poco	Casi nunca
4to semestre						
	Masculino	17	3 horas	6 horas	Bastante	Casi nunca
	Masculino	17	3 horas	10 horas	Bastante	Muchas veces
	Femenino	17	3 horas	6 horas	Poco	Algunas veces
	Femenino	17	4 horas	8 horas	Poco	Algunas veces
	Femenino	17	2 horas	5 horas	Poco	Muchas veces
6to semestre						
	Masculino	17	1 hora	5 horas	Poco	Algunas veces
	Masculino	18	1 hora	3 horas	Poco	Muchas veces
	Femenino	18	4 horas	4 horas	Bastante	Casi nunca
	Masculino	18	1 hora	2 horas	Poco	Casi nunca
	Masculino	18	1 hora	3 horas	Poco	Nunca

Tabla 1 .Datos generales e ítems 1, 2, 7 y 13

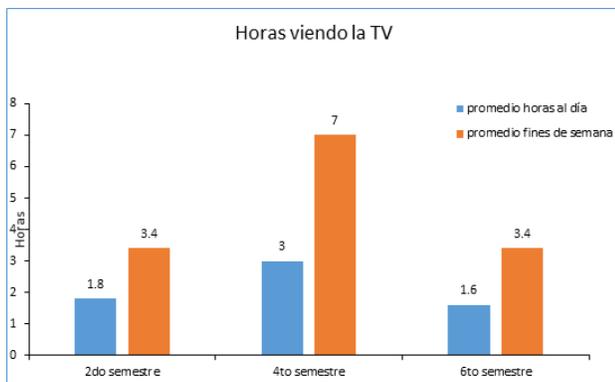


Figura 1. Horas promedio viendo TV, por semestre.

Segundo semestre.

De manera general, los alumnos de segundo semestre sintonizan programas en su mayoría de series o dibujos animados, sin embargo dos participantes reportar ver además futbol y Noticias, en su mayoría los adolescentes ven estas series para entretenerse además de parecerles divertidas. Solo un participante (masculino 4) reportó "Me ayuda a crear un criterio propio en las noticias al opinar sobre ello con mi familia".

Con respecto a los personajes que más les gustan a los participantes de segundo semestre se señalan a los siguientes personajes: "Jake", "Mavel", "Diper" y "Cartman", estos personajes comparten características en relación con la socialización y rasgos agradables, de diversión o de ternura.

En contraste, los personajes que menos gustan a los participantes son: "Margarita" y "Sheldon". La participante Femenino refiere que "se me hace tonta" el primer personaje, sin embargo el participante Masculino 3 dice no saber el por qué le desagrada éste último. Algo bastante llamativo es que los demás participantes reportan no desagradarles ningún personaje.

En cuanto al tiempo que los participantes le brindan a ver series televisivas se puede ver que en promedio le dedican tres horas aproximadamente.

Por otro lado, se puede observar en la tabla 2 que los participantes reportaron estar de acuerdo en que las series televisivas "Son entretenidas, divertidas" presentándose esta característica en dos participantes, la participante femenina fue una de ellas argumentando también que: "Me gusta la ropa que llevan los personajes".

Para el caso de los participantes masculinos, el participante masculino 1 menciona que las series "Reflejan cosas de la vida que no es fácil que me ocurra a mí"

El participante masculino 2 dice identificarse plenamente pues subraya que: "Se identifica con los personajes", "Se identifica con las historias." Finalmente el participante

masculino 4 recuerda que: "En muchos casos muestran cómo me gustaría llegar ser"

En contraste, los participantes mencionaron estar en desacuerdo con las frases en relación con los programas, siendo las más frecuentes las frases de "En muchos casos muestran cómo me gustaría llegar a ser" (seleccionada por tres participantes). Y "Cuentan historias que me gustaría que me pasaran" (seleccionada por dos participantes). En el caso de la participante femenina y masculino 1 estas dos opciones fueron elegidas por ellos. Para el caso del participante masculino 2, estuvo en desacuerdo con más opciones éstas fueron: "Son entretenidas, divertidas", "Los personajes me resultan cercanos", "Me gusta la ropa que llevan los personajes", "Me gusta la música, la ambientación", "Me entero del tipo de cosas que están de moda, las tendencias". En el caso del participante masculino 3 estuvo en desacuerdo con que " Los actores son atractivos, guapos".

Por otro lado, los participantes masculinos, 1, 2 y 4 creen que están bien representados en las series "Los personajes adolescentes", sin embargo la participante femenina y el participante masculino 4 señalan estar bien representados "Los personajes adultos", además, la participante femenina y los participantes masculino 1, 2 y 3 señalan la buena representación en las series televisivas de "Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes", mientras que los participantes masculino 3 y 4 concuerdan con la representación de "Los riesgos a los que se pueden enfrentar los adolescentes", finalmente los participantes masculinos 3 y 4 concuerdan con la representación de "La realidad de la relación con las drogas" y "La realidad de la relación con el sexo", respectivamente.

Para el caso de los aspectos peor representados en las series televisivas, en su mayoría se presentó el aspecto de "Los personajes adultos" en la participante femenina y los participantes masculinos 2 y 3, los aspectos de "La realidad de la relación con las drogas" y "La realidad de la relación con el sexo" se presentó en los participantes femenino y masculino 1 y 4, mientras que para los participantes masculino 3 y 4 también consideran "La realidad de los centros educativos". En relación con los adolescentes, se encuentran elegidas las opciones de "Los riesgos a los que se pueden enfrentar los adolescentes" y "Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes" por los participantes masculinos 1 y 2 respectivamente.

Referente a la influencia de las series televisivas en el comportamiento de quienes las ven, los participantes femenino y masculino 3 y 4 mencionaron que éstas influyen "Poco, ni para bien, ni para mal", mientras que el participante masculino 1 señaló que éstas influyen "Mucho, para mal" y a diferencia de este participante, el participante masculino 2 señala que influyen "Mucho, para bien".

Así mismo creen que las series les aportan ideas respecto de "La manera de relacionarse con las drogas" para el caso de los participantes masculinos 2 y 4, y "La manera de entender la violencia" para los participantes femenino y masculino 2. También, los participantes masculinos 1 y 2 refieren la idea de "La forma de hablar, de expresarme", este último participante también concuerda con la idea de "La forma de comportarme en algunas situaciones" y "La identificación con algunos sentimientos". El participante masculino 1 además argumenta la idea de "La moda, las tendencias", mientras que el participante masculino 4 sólo menciona una opción "La manera de relacionarse con las drogas". La participante femenina además señala que las series aportan ideas sobre "La forma de relacionarse con otros adolescentes", "El tipo de actividades que puedo realizar" y "Los problemas a los que me puedo enfrentar".

Por otro lado, los participantes masculinos consideran que las series les aportan poco a la idea de relacionarse con la gente, sin embargo difieren con el tipo de persona, por ejemplo, el participante masculino 2 señala "

La forma de relacionarme con otros adolescentes", en el caso del participante masculino 3 es "La forma de relacionarme con los profesores" y para el participante masculino 4 "

La formas de relacionarme con los adultos", mientras que para el participante masculino 1 las series no le aportan la idea de "La manera de tender la violencia" y para la participante femenina no le aportan la idea de "La moda, las tendencias"

En cuanto a la capacidad de la influencia en el comportamiento de los televidentes, todos los participantes concuerdan con la idea de "La manera en cómo se relacionan con otros adolescentes", mientras que la participante femenina y el participante masculino 4 concuerdan en la idea de "La forma en que se comportan en familia y se relacionan con sus padres", los participantes masculinos 1,3 y 4 concuerdan con la idea de "

La elección del grupo de amigos", estos últimos participantes también refieren estar de acuerdo con la idea "La actitud ante las relaciones de pareja" sin embargo el participante masculino 3 comparte también con el participante masculino 2 la capacidad de influencia en "La actitud ante el consumo de drogas", así mismo éste participante señala que también es influyente en "La actitud ante las relaciones de amistad". Finalmente el participante masculino 1 suma las ideas de "

La forma en que se comportan en el centro educativo y se relacionan con sus profesores" y "Las preferencias en modas y tendencias".

En la tabla 2, se representan los datos obtenidos a partir de los ítems 19, 20, 22-25, 28, 29.1, 30 y 32-37, de los

participantes de segundo semestre, en la que se especifica el sexo de cada uno.

2do semestre	Femenino	Masculino 1	Masculino 2	Masculino 3	Masculino 4
30.1 De acuerdo con las frases en relación con los programas	-Son entretenidas, divertidas. -Le gusta la ropa que llevan los personajes	Reflejan cosas de la vida que no es fácil que me ocurra a mi	-Se identifica con los personajes -Se identifica con las historias.	-En muchos casos muestran cómo me gustaría llegar a ser	-Son entretenidas, divertidas
30.2 Desacuerdo con las frases en relación con los programas	-En muchos casos muestran cómo le gustaría llegar a ser. -Cuentan historias que le gustaría que le pasaran. -Es real la relación de los adolescentes con el sexo.	-En muchos casos muestran cómo le gustaría llegar a ser -Cuentan historias que le gustaría que me pasaran	-Son entretenidas, divertidas -Los personajes me resultan cercanos. -Me gusta la ropa que llevan los personajes -Me gusta la música, la ambientación -Me entero del tipo de cosas que están de moda, las tendencias	- Los actores son atractivos, guapos	-En muchos casos muestran cómo me gustaría llegar a ser
32. Cree que están bien representados en las series...	- Los personajes adultos. -Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes	-Los personajes adolescentes -Las cosas que les pasan a los adolescentes en general -Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes	-Los personajes adolescentes -La realidad de la relación con las drogas -Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes	- La realidad de la relación con las drogas -La realidad de la relación con el sexo -Los riesgos a los que se pueden enfrentar los adolescentes -Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes	-Los personajes adolescentes -Los personajes adultos -Los riesgos a los que se pueden enfrentar los adolescentes
33. Lo peor representados en series es...	-Los personajes adultos -La realidad de la relación con las drogas. -La realidad de la relación con el sexo.	-La realidad de la relación con las drogas -La realidad de la relación con el sexo -Los riesgos a los que se pueden enfrentar los adolescentes	- Los personajes adultos -Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes	-Los personajes adolescentes -Los personajes adultos -La realidad de los centros educativos	-La realidad de los centros educativos -La realidad con la relación de las drogas -La realidad con la relación con el sexo
34. Cree que las series influyen en el comportamiento de quienes la ven...	Poco, ni para bien, ni para mal.	Mucho, para mal	Mucho para bien	Poco, ni para bien ni para mal	Poco, ni para bien, ni para mal
35.1 Cree que las series le aportan ideas respecto de...	-La forma de relacionarse con otros adolescentes. -El tipo de actividades que puedo realizar. -La manera de entender la violencia. -Los problemas a los que me puedo enfrentar.	-La moda, las tendencias -La forma de hablar, de expresarme	- La manera de relacionarse con las drogas -La manera de entender la violencia -La forma de hablar, de expresarme -La forma de comportarme en algunas situaciones -La identificación con algunos sentimientos	La manera de entender el sexo	-La manera de relacionarse con las drogas
35.2 Cree que las series le aportan poco a las ideas respecto de...	La moda, las tendencias	La manera de tender la violencia	- La forma de relacionarme con otros adolescentes	La forma de relacionarme con los profesores	-La formas de relacionarme con los adultos

36. Cree que tienen mayor capacidad para influir en el comportamiento de quienes la ven...	-La manera en cómo se relacionan con otros adolescentes -La forma en que se comportan en familia y se relacionan con sus padres	-La manera en cómo se relacionan con otros adolescentes -La elección del grupo de amigos -La forma en que se comportan en el centro educativo y se relacionan con sus profesores -Las preferencias en modas y tendencias	-La manera en cómo se relacionan con otros adolescentes -La actitud ante las relaciones de amistad -La actitud ante el consumo de drogas	-La manera en cómo se relacionan con otros adolescentes -La elección de los grupos de amigos -La actitud ante las relaciones de pareja -La actitud ante el consumo de drogas	-La manera en cómo se relacionan con otros adolescentes -La elección de los grupos de amigos -La forma en que se comportan en familia y se relacionan con sus padres -La actitud ante las relaciones de pareja -La actitud ante el consumo de drogas -La actitud ante el sexo
37. Cree que estos aspectos de la realidad adolescente influyen en las series...	-La actitud ante los riesgos a los que pueden estar sometidos -Las preferencias en modas y tendencias	-La manera en cómo se relacionan con otros adolescentes. -La forma en que se comportan en familia y se relacionan con sus padres -La actitud ante las relaciones de pareja -La ideología -Los valores y principios	-La actitud ante el sexo -La ideología -Las creencias religiosas	-La elección de los grupos de amigos -La forma en que se comportan en familia y se relacionan con sus padres -La actitud ante las relaciones de pareja -La actitud ante el consumo de drogas -La actitud ante el sexo -La actitud ante los riesgos a los que pueden estar sometidos	-La forma en que se comportan en el centro educativo y se relacionan con sus profesores -La actitud ante las relaciones de pareja -La actitud ante el consumo de drogas -La actitud ante el sexo

Tabla 2. Resultados de participantes de 2do semestre

Cuarto Semestre.

Con base en los resultados se pudo identificar que los participantes de cuarto semestre, los cuales tienen 17 años, son aquellos que pasan más tiempo viendo TV pues sus horas en promedio al día son de 3 hrs, mientras que los participantes de segundo y sexto semestre mantienen un promedio de 1.8 y 1.6 hrs diarias respectivamente y, con respecto a los fines de semana los de cuarto semestre ven 7 hrs en promedio en comparación con los otros semestres que ven 3.4 hrs.

Sin embargo, se puede observar que en comparación con todos los hombres, son los de sexto semestre los que ven menos horas de TV al día..... (Poner semejanzas y diferencias de los participantes de cada semestre y/o sexo)

Hombres y mujeres de los participantes de cuarto semestre ven programas como “Malcolm”, aunque se observa una diferencia en los hombres ya que además mencionaron ver deportes y caricaturas, y la mayoría de las mujeres ven “The Big Bang Theory” las razones de ambos es porque son divertidas y entretenidas.

Los personajes que más les agradan, destacan los varones por ser graciosos e inteligentes para ambos sexos y sólo se mencionaron dos mujeres por ser divertida y por ser “la boss”, por otro lado los personajes que menos fueron mencionados por mencionar a un hombre por ser aburrido y una mujer por hacerse la víctima.

Todos dijeron ver series en una medida definida como bastante, invirtiendo entre 1 a 10 hrs, en la que están de

acuerdo en que son entretenidas, divertidas, los actores son atractivos, la música, además que todas las mujeres dijeron razones como, se enteran de la moda y tendencia, además de que reflejan cosas de la vida que no es fácil que ocurra y que pasan historias que le gustaría que pasaran. En cuanto a las cosas de las que están en desacuerdo, los hombres mencionan el tema de que es así como se enteran de la moda y tendencias.

Todos piensan que en las series están bien representados factores como la realidad de la relación con las drogas, los riesgos y problemas que pueden enfrentar los adolescentes, además en las mujeres suman la representación de los personajes adolescentes. Y lo peor representado en las series es la realidad de los centros educativos para ambos sexos.

La opinión de si las series influyen en el comportamiento de quienes la ven fueron muy homogéneas, con respuestas como poco, ni para bien, ni para mal y mucho, para mal, sólo una mujer considero mucho, para bien. Por otro lado, las ideas que creen que pueden afectar dichas series son bastante variadas, aunque la que más sobresale es el tipo de actividades que puede realizar, y lo que menos puede afectar es en la forma de cómo relacionarse con los profesores y adultos.

Por último, para este semestre parece una idea general, que la mayor capacidad para influir en el comportamiento de quienes ven series televisivas recae en la elección de sus grupos, la actitud ante el sexo y la ideología.

En la tabla 3, se representan los datos obtenidos de los ítems 19, 20, 22-25, 28, 29.1, 30 y 32-37 de los participantes de cuarto semestre, en la que se especifica el sexo de cada uno.

4to semestre	Masculino 1	Masculino 2	Femenino 1	Femenino 2	Femenino 3
30.1 De acuerdo con las frases en relación con los programas	-entretenidas -divertidas -aprende cosas -reflejan cosas de la vida que no es fácil que ocurra -por la música	-entretenidas -personajes cercanos -temas de cosas que entiende -identificación con personajes -historias, además de que son atractivos los actores -los sacan de la vida cotidiana	-entretenidas -hablan de cosas que entiende -los actores son atractivos -le gusta la música -me entero de la moda y la tendencia -reflejan cosas de la vida que no es fácil que ocurra -pasan historias que le gustaría que pasaran	-entretenidas -hablan de cosas que entiende -los actores son atractivos -le gusta la música -me entero de la moda y la tendencia -reflejan cosas de la vida que no es fácil que ocurra -pasan historias que le gustaría que pasaran	-entretenidas, hablan de cosas que entiende -los actores son atractivos -le gusta la música -me entero de la moda y la tendencia -reflejan cosas de la vida que no es fácil que ocurra -pasan historias que le gustaría que pasaran
30.2 Desacuerdo con las frases en relación con los programas	-los personajes resultan cercanos -hablan de cosas que no entiende -se identifica con los personajes e historias -son atractivos, moda y tendencia	-aprende cosas desconocidas -gusto por la música -por la moda y tendencia -muestra cómo le gustaría llegar a ser	-los personajes resultan muy cercanos -identificación en los personajes e historias	ninguna	-me gusta llevar la ropa que usan los personajes -el tipo de cosas que están de moda en tendencia

32. Cree que están bien representados	-cosas que pasan a los adolescentes -riesgos que pueden enfrentar los adolescentes	-realidad de la relación con las drogas enfrentan	-los personajes adolescentes -sus riesgos	-los personajes adolescentes -la realidad de los en general	-los personajes adolescentes -la realidad con
33. Lo peor representado en series es...	-personajes adolescentes -realidad de los centros educativos -problemas de los adolescentes	-personajes adolescentes -realidad de los centros educativos -la realidad en relación al sexo	-personajes adolescentes -realidad de los centros educativos -los riesgos a los que se puede enfrentar	-personajes adolescentes -relación con sexo y drogas	-la realidad de los centros educativos -la realidad de la relación con el sexo -los problemas que puede pasar el adolescente
34. Cree que las series influyen en el comportamiento de quienes la ven...	poco, ni para bien, ni para mal	mucho, para mal	poco, ni para bien, ni para mal	mucho, para mal	mucho, para bien
35.1 Cree que las series le aportan mucho a las ideas respecto de...	-tipo de actividades que puede realizar -los problemas a los que se puede enfrentar -moda y tendencias	ninguno	-la manera de relacionarse con las drogas -la moda y tendencias	-la moda y las tendencias -la forma de hablar y expresarse -la forma de comportarse en algunas situaciones, identificación de los sentimientos	-forma de relacionarse con adolescentes -el tipo de actividades que puede realizar -la manera de expresarse
35.2 Cree que las series le aportan poco a las ideas respecto de...	-forma de relacionarse con adolescentes -adultos y profesores -manera de entender el sexo, drogas y violencia -la forma de expresarse -identificación de algunos sentimientos	-tipo de actividades que puede realizar -los problemas a los que se puede enfrentar -moda y tendencias -forma de relacionarse con adolescentes -adultos y profesores -manera de entender el sexo, drogas y violencia -la forma de expresarse e identificación de algunos sentimientos	-forma de relacionarse con adolescentes y profesores, manera de entender el sexo, drogas y violencia -forma de expresarse e identificación de algunos sentimientos	-los problemas a los que se puede enfrentar	-la forma de cómo relacionarse con los profesores y adultos
36. Cree que tienen mayor capacidad para influir en el comportamiento de quienes la ven...	-manera en cómo se relacionan los adolescentes -la elección de sus grupos, actitud ante el sexo -la ideología	-la elección de sus grupos -actitud ante el sexo -la ideología	-manera en cómo se relacionan los adolescentes -la elección con sus amigos y preferencias con moda y tendencias	-elección de los grupos de amigos -la actitud ante las relaciones de pareja y de amistad -la ideología	-elección de los grupos de amigos -la actitud ante las relaciones de pareja y de amistad -en la ideología
37. Cree que influye en la forma en que se presentan los programas...	-la manera de cómo se relacionan los adolescentes -elección de los grupos -forma en cómo se comportan en el centro educativo y sus profesores, familiares y con sus padres	en nada	-manera en cómo se relacionan los adolescentes -la elección con sus amigos -preferencias con moda y tendencias	-la forma en la que se comportan con la familia y con sus padres -la actitud ante el consumo de las drogas y los valores y principios	-la elección de los grupos de amigos -la actitud ante las relaciones de amistad -la ideología

Tabla 3. Resultados de participantes de 4to semestre

Sexto Semestre.

De acuerdo a la programación que ven los alumnos de sexto semestre, se observa que en general todos ven programas de comedia para entretenerse, tales como Malcolm, El precio de la Historia y South Park, también se observa que tres de los cuatros hombres ven programas deportivos como el fútbol, en cuanto a uno de los hombres, menciona que le gustan los noticieros pues llegan a ser para actividades académicas y por costumbre.

Hablando acerca de los personajes que más le agradan los destacan algunos personajes porque los consideran divertidos o graciosos, o actúan como tontos, en cuanto a los programas de noticias, mencionan que le gustan porque realizar su trabajo de forma profesional, en cuanto a la participante de sexo femenino, menciona a dos personajes femeninos que considera que actúan bien y tienen buena trama. Más sin en cambio al preguntar cuáles eran los personajes que menos le gustaban la mayoría coincidieron en personajes de caricaturas como Dora y Peppa Pig, Homero Simpson y South Park, pues estos se les hacen personajes tontos .

Todos dijeron ver series pero solo uno (hombre 4) puso que consideraba que las veía bastante, mientras que dos de los hombres consideraron que las ven mucho y la mujer y uno de los hombres las ven poco, en un promedio de dos a tres horas considerándolas entretenidas, que aprenden cosas desconocidas , los actores son atractivos y en el caso de la mujer considera que le muestra el cómo le gustaría llegar a ser , con respecto a lo que están en desacuerdo mencionan que las series cuentan cosas que les gustaría que les pasara y algunos no consideran que los actores sean atractivos.

La mayoría cree que se encuentran bien representados los riesgos y los problemas que pueden enfrentar los adolescentes, así como el adolescente mismo, sólo uno de ellos considera que se representa bien la realidad en cuanto a la sexualidad. Sin embargo mencionan que son los personajes que representan a las personas adultas los que no están bien representados en las series de televisión, así como la realidad en cuanto a las drogas, el sexo y los centros educativos.

Tres de los participantes consideran que las series de televisión influyen mucho en los adolescentes y esta influencia es para mal, los otros dos consideran que no influye ni mucho ni poco o casi nada. En cuanto a esta influencia, creen que las series pueden aportar aspectos tales como la forma en como se ve la violencia, así como las formas de enfrentar algunas situaciones y relacionarse con los demás, incluso dos de los participantes mencionan que también en cuanto a la moda y tendencia que existe. Consideran de igual forma que a las ideas que menos aportan son en cuanto a la relación con los profesores y con las drogas, así como la forma de entender el sexo y algunos sentimientos.

Por último consideran que las series pueden influir en gran medida en la forma de relacionarse tanto con amigos como con las relaciones de pareja, los profesores y la propia familia, pero es en la ideología en donde casi todos, a excepción de uno de los hombres participantes, consideran que es en donde más puede influir. Considerando así que en el aspecto que menos pueden influir es en las tendencias de moda, la forma de comportarse en la escuela, la elección de los amigos y sólo dos mencionan que no puede influir tanto en la actitud que se tiene ante el sexo y las creencias religiosas.

En la tabla 4, se representan los datos obtenidos de los ítems 19, 20, 22-25, 28, 29.1, 30 y 32-37, de los participantes de sexto semestre, en la que se especifica el sexo de cada uno.

Resultados generales.

De manera general los participantes suelen ver entre 1 y 3 tres horas diarias la televisión, siendo los alumnos de 4to semestre quienes dedican más tiempo a esta actividad.

Con respecto a los personajes elegidos, los participantes prefirieron en su mayoría personajes masculinos (2do y 6to semestre) por ser divertidos o graciosos, a diferencia de los alumnos de 4to semestre quienes eligieron personajes femeninos como favoritos por ser divertidas y por “la voz” y en cuanto al personaje menos gustado eligieron a personajes masculinos por ser aburridos y “se hace la víctima”, mientras que los personajes menos gustados en participantes femeninos de 2do y 6to semestre fueron elegidos por parecerles “tontos”.

La mayoría de los alumnos concuerdan con que las series aportan entretenimiento para el caso de los estudiantes de 2do y 4to semestre, a excepción de los alumnos de 6to semestre quienes refieren aprender cosas desconocidas, por otra parte la mayoría de los alumnos de 2do semestre se encuentran en desacuerdo con la frase: “En muchos casos muestran cómo me gustaría llegar a ser”, mientras que los alumnos de 4to semestre señalan su desacuerdo con la frase “Los personajes me resultan cercanos”, en contraste los alumnos de 6to semestre contestaron de formas muy diversas por lo que no hubo una similitud en sus respuestas.

Así mismo, la mayoría de los alumnos consideran que “Los personajes adolescentes” están bien representados en las series de televisión, mientras que los peor representados son “Los personajes adultos”.

En cuanto al reactivo 34, la mayoría de los estudiantes de 2do y 4to semestre refieren que las series televisivas no influyen “Ni para bien, ni para mal” en el comportamiento de quienes la ven a diferencia de los alumnos de 6to semestre quienes consideran que influyen “Mucho, para mal” en el comportamiento de quienes las ven, esto se puede deber a que dichos alumnos tienen mayor edad.

De tal manera que para el reactivo 35 se puede observar que para los participantes de 2do y 4to semestre, las series televisivas les aportan ideas con respecto a los temas de “La moda, las tendencias” y “la manera de relacionarse con las drogas”, mientras que para los participantes de 6to semestre eligieron diversas opciones sin llegar a una concordancia como prioridad, pero en mayoría eligieron entre sus opciones “La moda, las tendencias”.

Siguiendo con este mismo reactivo pero en el aspecto negativo, los participantes creen que la idea que menos aporta a los televidentes es “La forma de relacionarse con otros adolescentes”.

En el ámbito de influencia con respecto al comportamiento que tienen con otras personas, los alumnos de los tres semestres, en su mayoría creen que las series influyen en “La manera en cómo se relacionan con otros adolescentes” y la “Elección de los grupos de amigos”.

6to semestre	Masculino 1	Masculino 2	Femenino	Masculino 3	Masculino 4
30.1 De acuerdo con las frases en relación con los programas	-Aprendo cosas que desconocía -Hablan de cosas que entiendo y me resultan cercanas	-Son entretenidas, divertidas	-Aprendo cosas desconocidas. -En muchos casos me muestra cómo me gustaría llegar a ser.	-Los actores son atractivos, guapos	-Son entretenidas, divertidas
30.2 Desacuerdo con las frases en relación con los programas	-Me sacan de la realidad cotidiana -Reflejan cosas de la vida que no es fácil que me ocurra a mi -Cuentan historias que me gustaría que me pasaran	-Los actores son atractivos, guapos	-Son entretenidas. -Los actores son atractivos, guapos.	-Los personajes me resultan cercanos -En muchos casos muestran cómo me gustaría llegar a ser	-Me entero del tipo de cosas que están de moda, las tendencias -En muchos casos muestran cómo me gustaría llegar a ser -Cuentan historias que me gustaría que me pasaran
32. Cree que están bien representados en las series...	-Los personajes adolescentes -Los riesgos a los que se pueden enfrentar los adolescentes -Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes -Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes	-Los riesgos a los que se pueden enfrentar los adolescentes -Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes	-Los personajes adolescentes -Las cosas que les pasan a los adolescentes en general -Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes	-Los personajes adolescentes -La realidad de la relación con las drogas -La realidad de la relación con el sexo	-La realidad de los centros educativos -Las cosas que les pasan a los adolescentes en general -Los riesgos a los que se pueden enfrentar los adolescentes
33. Lo peor representados en series es...	-Los personajes adultos -La realidad de la relación con las drogas -La realidad de la relación con el sexo	-Los riesgos a los que se pueden enfrentar los adolescentes	-Los personajes adultos -La realidad de los centros educativos -La realidad en relación con el sexo	-Los personajes adultos -La realidad de los centros educativos -Los problemas a los que se enfrentan los adolescentes	-Los personajes adultos -La realidad de la relación con las drogas -La realidad de la relación con el sexo
34. Cree que las series influyen en el comportamiento de quienes la ven...	-Mucho, para mal	-Mucho, para mal	-Mucho, para mal	Poco, ni para bien, ni para mal	Casi nada

35.1 Cree que las series le aportan mucho a las ideas respecto de...	-La forma de comportarme en algunas situaciones -La identificación con algunos sentimientos	-El tipo de actividades de puedo realizar -La moda, las tendencias	-La manera de entender la violencia -Los problemas a los que me puedo enfrentar -La moda, las tendencias -La identificación con algunos sentimientos	-La forma de relacionarse con otros adolescentes -La manera de relacionarse con las drogas -La manera de entender la violencia	-La moda, las tendencias -La identificación con algunos sentimientos
35.2 Cree que las series le aportan poco a las ideas respecto de...	-La manera de relacionarse con las drogas	-La forma de relacionarse con los profesores	-La manera de entender el sexo -La manera de relacionarse con las drogas	-La moda, las tendencias	-La identificación con algunos sentimientos
36. Cree que tienen mayor capacidad para influir en el comportamiento de quienes la ven...	-La elección de los grupos de amigos -La forma en que se comportan en el centro educativo y se relacionan con sus profesores -La ideología	-La forma en que se comportan en el centro educativo y se relacionan con sus profesores -La actitud ante el sexo -La actitud ante los riesgos a los que pueden estar sometidos	-La manera en que se relacionan con otros adolescentes -La forma en que comportan en familia y se relacionan con sus padres -La actitud ante los riesgos a los que pueden estar sometidos -La ideología	-La manera en cómo se relacionan con otros adolescentes -La actitud ante el consumo de drogas -La actitud ante los riesgos a los que pueden estar sometidos -La ideología	-La manera en cómo se relacionan con otros adolescentes -La ideología -Los valores y principios
37. Cree que influye en la forma en que se presentan los programas...	-La actitud ante las relaciones de pareja -La actitud ante las relaciones de amistad -En nada	-Las preferencias de modas y tendencias -Las creencias religiosas	-La forma en que se comportan en el centro educativo y se relacionan con sus profesores -La actitud ante las relaciones de pareja -La actitud ante las relaciones de amistad -La actitud ante el consumo de drogas -La actitud ante el sexo	-La elección de los grupos de amigos -La actitud ante las relaciones de pareja -La actitud ante el sexo -Las creencias religiosas	-La elección de los grupos de amigos -La actitud ante las relaciones de amistad -La ideología

Tabla 4. Resultados de participantes de 6to semestre

Solución del caso

Teniendo en cuenta que en la Teoría de Cultivo se afirma que la contribución de la TV es fundamental para la construcción de percepciones del mundo a través de mensajes homogeneizados, que además tienden a repetirse por cierto tiempo, provoca que quienes lo ven formen juicios de valor sobre la vida cotidiana en un plano real (Ortiz & Behm, 2015). Es por tanto que se debe observar el tipo de mensaje que otorga cada programa televisivo, pues existen casos donde el mensaje transmitido resulta de manera negativa como en conductas discriminatorias por sexo, raza o creencias religiosas, por decir algunas, por ejemplo, en la investigación realizada por King y Multon (1996), quienes estudiaron la relación de los estereotipos de personajes afroamericanos emitidos en Estados Unidos, quienes cumplían características como criminales, sirvientes, artistas y atletas, lo cual provocaba que niños o jóvenes de raza afroamericana no aspiraba a carreras profesionales.

Y remontándonos al tema en cuestión, existen varias investigaciones que concuerdan en que a pesar de los

avances en la lucha por los derechos igualitarios se sigue representando en la TV, roles dicotómicos por sexo, en el que el varón se ve con mayores beneficios o con mayor valor, y donde la relación hombre-mujer resurgen los estereotipos del patrón dominancia-sumisión (Belmonte & Guillamón, 2008; Cuesta, Gaspar & Menéndez, 2012; Lacalle & Gómez, 2016). Como afirman Belmonte y Guillamón (2008), los modelos presentados en los medios de comunicación imperan en la construcción de identidad de género de los jóvenes espectadores por lo que contribuyen al mantenimiento de la desigualdad de género en el plano de lo real.

Por tanto a partir de la hipótesis inicial en donde se planteó que la identidad de género de los adolescentes se ve permeada por las series televisiva y a partir de los resultados obtenidos dicha investigación se puede dar cuenta que los adolescentes perciben estos personajes estereotipados como parte de la vida cotidiana de las mismas, opinando así, que éstas también influyen en la forma de relacionarse con sus pares. Por lo tanto, se pretende que los talleres sean implementados en adolescentes de entre 12 a 15 años de edad puesto que esta población es más sensible a la recepción de información de los medios televisivos, dado su escasa experiencia no mediática y por los pocos recursos simbólicos/cognitivos a los que recurrir en el momento de decodificar los contenidos mediáticos (Thompson, 1998 en Huerta & Franca s/f).

Aportaciones

Una vez que se han considerado las variables de este estudio se pretende llevar a cabo un taller, específicamente en jóvenes de entre 13 y 15 años (nivel secundaria) pues es la edad en donde se considera que pueden ir generando una conciencia reflexiva, evitando así que los medios masivos de comunicación puedan influir en sus pensamientos o forma de comportamiento, esperando así, que la recepción de información televisiva entre los adolescentes sea de manera reflexiva, consciente y asertiva, esto en gran parte se debe a que en México no se ha implementado una educación que promueva la equidad de género, en la edad temprana.

El taller se llevará a cabo de acuerdo al grado escolar, es decir, se trabajará primero con todos los grupos de primer grado y así sucesivamente. Teniendo conocimiento de que dichas instituciones cuentan con un calendario escolar corto, se pretende hacerlo en dos sesiones.

En la primera sesión se hablará de qué es la identidad de género y la importancia de inclusión de sus compañeros. También se hablará de cómo la sociedad ha visto y ha creado una imagen o estereotipo de hombres y mujeres a lo largo de los años, y las afectaciones que dicha categorización de género ha tenido en cada uno.

Así mismo, se hablará de cómo todas estas categorías han sido tomadas para ir creando personajes televisivos similares a lo largo del tiempo así como su impacto en el televidente, al querer llevar un estilo de vida como el que se les presenta.

En la segunda sesión, se pretende retomar cómo los programas de televisión y otros medios de comunicación han presentado a hombres y mujeres y como estos pueden influir en el estilo de vida que lleva cada género respectivamente, esto se logrará haciendo uso de videos, en donde ellos puedan observar el grado de influencia que pueden tener.

Posteriormente se presentarán fragmentos de programas con personajes televisivos actuales en donde se les mostrará qué es lo que la sociedad espera de las personas, creando así un debate entre alumnos y exponentes, en donde se comente si creen que en realidad es así como cada persona respecto de su género debe ser.

Finalmente se presentará un video en donde verán casos de desigualdad de todo tipo y cómo esto puede afectar a la persona que lo está pasando, esperando crear así conciencia ante los alumnos, llevándolos de igual modo a un debate en donde ellos planteen si alguna vez han vivido situaciones similares.

Discusión

En cuanto a las dificultades presentadas durante la investigación se presenta principalmente que en general no existen artículos aplicados en México que hablen acerca de la relación entre la identidad de género y los estereotipos televisivos, con respecto a cómo son percibidos por los televidentes. Otra complicación fue que no se hallaron instrumentos que evalúen la influencia de los estereotipos en la identidad de género.

En cuanto a los problemas metodológicos que se tuvieron, un factor que resultó importante al momento de realizar los cuestionarios, fue que los alumnos se encontraban a finales de semestre, esto se vio reflejado principalmente en los alumnos más jóvenes, de segundo semestre, quienes no querían contestar el cuestionario, a diferencia de los de sexto semestre quienes inclusive comentaban entre ellos las series televisivas que más veían, así como los personajes.

Tomando en cuenta las dificultades anteriores, se puede concluir que no se cumplió la hipótesis como se tenía previsto, pues no se pudo comprobar totalmente que las series televisivas influenciaron la identidad de los jóvenes estudiantes.

Por tanto y en base a los resultados de la investigación, se plantean las siguientes hipótesis:

- 1.- Los modelos presentados en los medios masivos de comunicación, influyen en la identidad de género.
- 2.- El nivel educativo y socio-económico influyen en la interpretación de los estereotipos presentados en los medios televisivos.

En cuanto a los beneficios que se pueden tener al implementar la propuesta, se espera que el taller disminuya la desigualdad de género en futuras generaciones.

Encontrando como limitaciones, en primera instancia, se encuentra la falta de algún instrumento validado en México que evalúe la influencia de los estereotipos en la identidad de género, imposibilitando la verificación del impacto que el taller tenga en la reflexión de los jóvenes. Otra limitación, son las creencias del sistema patriarcal en él se ve sumergido la sociedad mexicana, así como el sistema educativo, limitando la implementación del taller en estudiantes jóvenes.

4. CONCLUSIÓN

A modo de conclusión podemos decir que los jóvenes que participaron en la presente investigación se identifican con algunos temas expuestos en las series televisivas, tales como la representación de los problemas que pasan los jóvenes aunque piensen que las vidas de los personajes televisivos se alejan de la realidad.

Asimismo, es interesante que a pesar de que los personajes de ambos sexos han obtenido papeles igualitarios en las diferentes instituciones como la familia o el trabajo, las opiniones de los participantes en cuestión de gusto siguen prefiriendo por mayoría a los personajes varones por características propias del género masculino, como ser el personaje inteligente y divertido, en contraste la minoría hizo mención de personajes que sean mujeres, en este sentido desfavorecían a éstos por hacerse la víctima, con esto podemos decir que aún persiste un modelo hegemónico, que privilegia al hombre, reflejado en los programas de TV, empero éstos pueden pasar desapercibidos ante el público que no tenga un pensamiento crítico y reflexione acerca de lo ya antes mencionado.

Es por ello que afirmamos que los medios de comunicación son una herramienta poderosa para transmitir mensajes, a veces de manera inconsciente, que en su mayoría son un problema para las desigualdades de género, en sentido de que la presente investigación centró su interés en la identidad de género. Estos modelos tan sólo fueron estudiados en las series televisivas, es necesario analizar los diferentes modelos en otros medios como Internet y los anuncios publicitarios.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aierbe, Martínez y Medrano (2010). La privacidad en programas televisivos: percepción de los adolescentes. *Revista Científica de Educomunicación*. (35) pp. 95-103.
- Belmonte, J. y Guillamón, V. S. (2008). Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. *Revista científica de Educomunicación*. XVI (31). pp. 115- 120.

- Cuesta, C, Gaspar, H y Menéndez, H. (2012). La construcción de la identidad de género a través del programa televisivo: "Mujeres y hombres y Viceversa". 10 (3), pp. 284-307.
- Falcón, L. & Díaz-Aguado, M. (2014). Adolescent Student as Media Fictional Character. *Rev. Comunicar*, 21(42), 147-156.
- González, G. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, 12, pp. 79-88.
- Harwood, J. (1999). Age identity and television viewing preferences. *Communication Reports*, 12 (2). pp. 85-90.
- Hoffner, C & Buchanan, M. (2005). Young Adults' Wishful Identification With Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes. *Media Psychology*. (7) pp. 325-351.
- Huertas, A., & França, M. E. (2001). El espectador adolescente. Una aproximación a cómo contribuye la televisión en la construcción del yo. *Rev. Estudios de comunicación*. 11; 331-350.
- King, M. & Multon, K. (1996) The Effects of Television Role Models on the Career Aspirations of African American Junior High School Students. *Rev. Journal of Career Development*. 23(2), 111 – 125.
- Lacalle, Ch. y Gómez, B. (2016). The Representation of Workingwomen in Spanish Television Fiction. *Media Education Resesarch Journal*. XXIV (47). pp. 59-66.
- Lamas, M. (1996) El género: la construcción cultural de la diferenciación sexual. México. Miguel Ángel Porrúa. pp. 9-20.
- Núñez, D y Loscertales, A. (2005). Arrinconando estereotipos en la televisión: Un análisis transnacional. *Revista Iberoamericana de Sistemas, Cibernética e Informática*. 2(2), pp.32-38.
- Ortiz, M. & Behm, M. B. (2015). Latinos' Perceptions of Intergroup Relations in the United States: The Cultivation of Group Based Attitudes and Beliefs from English- and Spanish-Language Television. *Journal of Social Issues*. 7 (1). pp. 90-105.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.
- Valandia, A & Rozo, J. (2009). Estereotipos de género, sexismo y su relación con la psicología del consumidor. *Psychologia*. Avances de la disciplina. Bogotá, Colombia 3(1) 17-3.