



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

## **FACULTAD DE ENFERMERÍA**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE ENFERMERÍA**



## **ESTEREOTIPOS EN ADOLESCENTES DE UN COLEGIO PÚBLICO, JULIACA 2023.**

### **TESIS**

#### **PRESENTADA POR:**

**Bach. GIMENA LIBERTAD IRURI CALDERÓN**

#### **PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN ENFERMERÍA**

**PUNO – PERÚ**

**2024**



## Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**ESTEREOTIPOS EN ADOLESCENTES EN  
UN COLEGIO PUBLICO, JULIACA 2023.d  
ocx**

AUTOR

**GIMENA LIBERTAD IRURI CALDERÓN**

RECUENTO DE PALABRAS

**19115 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**101670 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**96 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**11.6MB**

FECHA DE ENTREGA

**Aug 13, 2024 10:38 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Aug 13, 2024 10:40 AM GMT-5**

### ● 17% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 15% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)

  
M.Sc. William Harold Mamani Zapana  
CEP: 31455  
DOCENTE

  
Dra. Rosenda Aza Tacca  
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACION  
FE - UNA - PUNO



Resumen



## DEDICATORIA

*A dios por darme la fuerza necesaria para lograr todas mis metas.*

*A mis padres Adolfo y Elisabeth quienes me brindaron su apoyo incondicional durante todo este proceso y siempre fueron mi inspiración, apoyo y fortaleza.*

*A mis hermanos Lucero y Ramiro, mi cuñado Juvenal y a mi novio Abraham. Por siempre brindarme sus consejos e impulsarme a seguir adelante.*

*A mi sobrina Alessia, por motivarme a ser mejor profesional y ser un ejemplo para ella.*

*A toda mi familia que siempre está conmigo en las buenas y malas.*

**Gimena Iruri.**



## AGRADECIMIENTOS

*Mi agradecimiento para mi alma mater y la facultad de enfermería por acogerme y brindarme las mejores enseñanzas.*

*A mi asesor de tesis M.Sc. William Harold Zapana Mamani por sus consejos durante todo este proceso.*

*A mis honorables miembros del jurado: Mg. Agripina Maria Apaza Alvarez, Dra. Carmen Rosa Calcina Condori y Mg. Yarmila Zirena Mendoza por su paciencia, comprensión y consejos.*

*Al director de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” comercio 32 Juliaca, por la disposición y ayuda para esta investigación.*

**Gimena Iruri.**



# ÍNDICE GENERAL

	Pág.
<b>DEDICATORIA</b>	
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	
<b>RESUMEN .....</b>	<b>10</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
<b>1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>12</b>
<b>1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>15</b>
1.2.1. Objetivo General .....	15
1.2.2. Objetivos Específicos.....	15
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>REVISIÓN DE LITERATURA</b>	
<b>2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....</b>	<b>17</b>
2.1.1. A nivel internacional .....	17
2.1.2. A nivel nacional .....	19
<b>2.2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>24</b>
2.2.1. Aspectos teóricos sobre adolescencia .....	24
2.2.2. Aspectos teóricos sobre estereotipos.....	25
2.2.2.1. Valor final de estereotipos presentes y ausentes.....	26
2.2.3. Tipos de estereotipos.....	26



<b>2.3. MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>41</b>
------------------------------------	-----------

### **CAPÍTULO III**

#### **MATERIALES Y MÉTODOS**

<b>3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>43</b>
3.1.1. Tipo .....	43
3.1.2. Diseño.....	43
<b>3.2. AMBITO DE ESTUDIO .....</b>	<b>43</b>
<b>3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....</b>	<b>44</b>
3.3.1. Población.....	44
3.3.2. Muestra.....	44
<b>3.4. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN GENERAL Y ESPECÍFICAS.....</b>	<b>45</b>
<b>3.5. VARIABLES Y SU OPERACIONALIZACIÓN.....</b>	<b>46</b>
<b>3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....</b>	<b>47</b>
3.6.1. Técnica .....	47
3.6.2. Instrumento.....	47
<b>3.7. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....</b>	<b>48</b>
<b>3.8. PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS .....</b>	<b>49</b>

### **CAPÍTULO IV**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

<b>4.1. RESULTADOS.....</b>	<b>50</b>
<b>4.2. DISCUSIÓN .....</b>	<b>58</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>66</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>67</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>69</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>74</b>



**ÁREA:** Salud del niño, escolar y adolescente

**TEMA:** Estereotipos en adolescentes

**FECHA DE SUSTENTACIÓN:** 19 de agosto del 2024



## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1</b> Alumnos matriculados en el 2023.....	44
<b>Tabla 2</b> Operacionalización de las Variables .....	46
<b>Tabla 3</b> Estereotipos que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32 -Juliaca, 2023.....	50
<b>Tabla 4</b> Estereotipos en la Dimensión Género en adolescentes de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023...	51
<b>Tabla 5</b> Estereotipos en la Dimensión de Religión en adolescentes de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023...	52
<b>Tabla 6</b> Estereotipos en la Dimensión de economía en adolescentes de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023...	53
<b>Tabla 7</b> Estereotipos en la Dimensión de edad en adolescentes de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023...	54
<b>Tabla 8</b> Estereotipos en la Dimensión Racial en adolescentes de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023...	55
<b>Tabla 9</b> Estereotipos en la Dimensión Sexual en adolescentes de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023...	56
<b>Tabla 10</b> Estereotipos en la Dimensión de Imagen Corporal en adolescentes de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023.....	57





## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 1</b> Estereotipos en adolescentes en la Dimensión de Genero de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023 .	85
<b>Figura 2</b> Estereotipos en adolescentes en la Dimensión de Religión de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023 .	86
<b>Figura 3</b> Estereotipos en adolescentes en la Dimensión Condición Económica de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023 .....	86
<b>Figura 4</b> Estereotipos en adolescentes en la Dimensión de Edad de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023 .	87
<b>Figura 5</b> Estereotipos en adolescentes en la Dimensión Racial de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023 .	87
<b>Figura 6</b> Estereotipos en adolescentes en la Dimensión de Sexualidad de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023 .	88
<b>Figura 7</b> Estereotipos en adolescentes en la Dimensión de Imagen corporal de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023 .....	88



## RESUMEN

Los estereotipos ejercen una influencia significativa en la dinámica social y educativa porque actualmente forman parte de la vida cotidiana e impactan en las decisiones a nivel personal y académico de los adolescentes. El presente trabajo tuvo como objetivo determinar los estereotipos que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023. La metodología estuvo basada en un enfoque cuantitativo, de tipo no experimental, diseño descriptivo de corte transversal. La población estuvo conformada por 788 adolescentes de 3ro y 4to grado, se aplicó una muestra censal tomando en consideración todos los estudiantes que cumplieron con los criterios de inclusión y exclusión. Como técnica se usó la encuesta y como instrumento un cuestionario tipo likert “estereotipos en adolescentes” con una validez  $P=0,02$  y una confiabilidad de 95% dando resultado el alfa de crombach  $\alpha:0.7$ . Los resultados mostraron en relación a estereotipos en adolescentes en la categoría presente: el 89,4% en edad, el 89% en imagen corporal, el 87,7% en racial, el 86,7% en economía, el 83,7 % en género, el 76,7% en sexualidad y finalmente el 66% en religión. Entre los indicadores más relevantes de la dimensión de edad se encontró “Los ancianos no pueden trabajar” con 55,8% que respondieron totalmente de acuerdo, en la dimensión de imagen corporal que “Las personas rubias tienen más dinero” con 68,4%, en lo referente a racial que “La pareja ideal es una pareja blanca” con 60,0%, así también en economía que “El dinero embellece a las personas” con 47,6%, en género que “El hombre mantiene el hogar” con 46,6%, en la dimensión sexual que “Las personas mayores tienen menos interés por el sexo” con 46,6% y en religión que “El catolicismo es la mejor religión” con 45,1%. Concluyendo que los estereotipos más frecuentes son edad e imagen corporal.

**Palabras Clave:** Adolescencia, Condición económica, Estereotipos, Género, Imagen Corporal.



## ABSTRACT

Stereotypes exert a significant influence on social and educational dynamics because they are currently part of daily life and impact the personal and academic decisions of adolescents. The objective of this work was to determine the stereotypes presented by adolescents from the “Mariano H Cornejo” Secondary Educational Institution Comercio 32- Juliaca 2023. The methodology was based on a quantitative, non-experimental approach, with a cross-sectional descriptive design. The population was made up of 788 adolescents from 3rd and 4th grade, a census sample was applied taking into consideration all students who met the inclusion and exclusion criteria. The survey was used as a technique and a Likert-type questionnaire “stereotypes in adolescents” as an instrument with a validity of  $P=0.02$  and a reliability of 95%, resulting in Cronbach's alpha  $\alpha:0.7$ . The results showed in relation to stereotypes in adolescents in the present category, 89.4% in age, 89% in body image, 87.7% in race, 86.7% in economics, 83.7% in gender, 76.7% in sexuality and finally 66% in religion. Among the most relevant indicators of the age dimension was “Old people cannot work” with 55.8% who responded completely in agreement, in the body image dimension “Blond people have more money” with 68.4%, in terms of race that “The ideal partner is a white couple” with 60.0%, as well as in economics that “Money beautifies people” with 47.6%, in gender that “The man maintains the home ” with 46.6%, in the sexual dimension that “Older people have less interest in sex” with 46.6% and in religion that “Catholicism is the best religion” with 45.1%. Concluding that the most frequent stereotypes are age and body image.

**Keywords:** Adolescence, Economic condition, Stereotypes, Gender, Body image.



# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Los estereotipos se asocian con creencias, prejuicios y comportamientos ilógicos que se transmiten culturalmente a través de la crianza de los hijos, la educación, los medios de comunicación y la publicidad, por ello, existe una gran variedad de estereotipos muy usados actualmente en la sociedad uno de ellos es conocido como estereotipo de género, las cuales son consideradas como los conceptos, rasgos y normas que la sociedad asigna a hombres y mujeres; son representaciones simbólicas de lo que hombres y mujeres deben sentir y ser; son también conceptos mutuamente excluyentes que, adscritos uno u otro, reafirman un modelo de feminidad y otro de masculinidad. Debido a esto, este estereotipo en particular se usa con frecuencia para apoyar la discriminación de género y puede ser fortalecido tanto por teorías convencionales como modernas, así como por leyes o prácticas institucionales. Dado que los hombres de ámbito social han estado asignados al ámbito público, donde se toman las decisiones políticas, sociales y económicas, las mujeres han estado asignadas al ámbito privado, donde desempeñan el trabajo de protección y crianza. (1).

Es importante señalar, que los adolescentes asumen estereotipos a través de otra forma como la religión, pues no se puede dejar de lado que la iglesia por medio del credo de sus religiones también poseen estereotipos, estos son relevantes para los seguidores o miembros religiosos, frecuentemente en conjunción con criterios étnicos o culturales (1). De igual manera, los estereotipos incluyen una variedad de actitudes, costumbres y valores que sustentan la exclusión y marginación de las personas en función de su edad. La expresión negativa que tienen los jóvenes acerca de la vejez asocia esta etapa con la



enfermedad y posibilita que las personas mayores sean consideradas enfermas, carentes de autonomía, asexuadas, con dificultades para aprender, improductivas, aisladas socialmente e inflexibles. (2).

A nivel mundial los datos sobre estereotipos se muestran en investigaciones como, Nieto quien realizó un estudio donde examinó un total de 75 países, donde el 80% de la población mundial presenta estereotipos, y encontró que 9 de cada 10 personas tienen estereotipos. La proporción de personas con al menos un estereotipo es mayor en Pakistán, donde el 99,8% de las personas exhiben estereotipos de imagen corporal de manera similar, seguido de Qatar y Nigeria con un 99,7%. Los países con poblaciones con menores estereotipos sexistas son Andorra con un 27,01%; Suecia: 30,0%; y Países Bajos, 39,7%. En Francia, el Reino Unido y los Estados Unidos, la proporción de personas que mantienen al menos un estereotipo racista es del 56%, 54,6% y 57,3% respectivamente. En España es el 50,5% (3). Otro estudio de Salamanca CM, Rojas (7), en Bogotá, encontró “ que los adolescentes tienen nociones preconcebidas sobre lo que es físicamente atractivos”, “ que los latinos tienen los rasgos faciales que los adolescentes consideran atractivos”.

En el Perú, estudios similares como de Galván (11), en Lima que encontró que existen estereotipos en todos los aspectos de la juventud, la mayoría de las veces están relacionados con la edad con 41.1% y la imagen corporal con 42.3%. Otro estudio de Teodosio, M (14), encontró que los adolescentes se encuentran en un nivel medio de riesgo frente a conductas sexuales como iniciación sexual con un 83.8%, parejas sexuales con un 81.5%, y las ITS con 80.4%. Así también encontró que el 60% de los encuestados está de acuerdo con que el atractivo femenino es la expresión corporal frágil y el 63,8% está de acuerdo con que el atractivo masculino es la fuerza y la vitalidad. En Puno, hasta el momento no se encontraron estudios sobre estereotipos en adolescentes.



Por otro lado, es de mencionar que con el paso del tiempo estos estereotipos se descubren más que todo en la etapa de la adolescencia, generándose con ello cada vez más problemas sociales como el consumo de drogas, el consumo temprano o excesivo de alcohol, los trastornos alimentarios, la baja autoestima, la discriminación, el acoso escolar y el suicidio. Lo anterior es por supuesto una respuesta a los aspectos negativos del estereotipo, sin embargo, es importante mencionar los aspectos positivos que favorecen la adaptación y emulación de aquellos identificados como parámetros óptimos (4).

En este sentido, vale la pena mencionar que las enfermeras juegan un papel muy importante en la salud reproductiva, la salud mental, el crecimiento y el desarrollo, ser un profesional con capacidad estratégica para ayudar a las personas a realizar cambios en sus estilos de vida que mejoren su salud y, por extensión, su calidad de vida, a través del cuidado y “empoderamiento” del individuo y su familia. Por eso, la enfermería, como profesión dedicada a la prevención y promoción de la salud, juega un papel importante como agente de salud en la comunidad escolar, lo que se vuelve aún más importante durante la adolescencia, pues, como se mencionó anteriormente, es vulnerable a los problemas de la población (5).

En ese contexto, es importante mencionar que al visitar la institución educativa secundaria “Mariano H Cornejo” comercio 32, se pudo recaudar información mediante una solicitud al director del plantel teniendo 5 casos de bullying por imagen corporal, 5 casos de alcoholismo en adolescentes, 44 casos de depresión- ansiedad, 2 casos de intento de suicidio por depresión y 3 casos de trastornos alimenticios en el 2023 hasta el mes de Julio (ANEXO G), percibiendo también actitudes y comentarios de adolescentes que muchas veces indican que ciertos aspectos de sus cuerpos están ausentes de los estereotipos que desean tener o cambiar, pues la mayoría aspira tener un modelo o ideal de imagen corporal que esté acorde a las conocidas en el contexto social, lo que se



manifiesta en su comportamiento y en su forma de vestir, usando frases frecuentes como: “Estoy muy gorda, no me gusta mi cuerpo”, “Quiero ser más alta”, “Mi piel no me gusta”, “No me dejan salir a fiestas porque soy mujer”, “El hombre manda en la casa”, “ Al salir del colegio me gusta maquillarme”, “Me gustaría tener un enamorado con dinero”; y parece que ahora no ha cambiado, pero querer ser el prototipo de figura ideal, como las estrellas que los medios de comunicación como la televisión muestra, esas miradas, "fiestas" y escándalos son los más vendidos para los adolescentes.

Por lo anteriormente expuesto y frente a la problemática se vio conveniente realizar el presente estudio puesto que no se evidencian investigaciones en Puno sobre el tema, y para dar respuesta a la interrogante general ¿Cuáles son los estereotipos presentes en los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H. Cornejo" comercio 32 -Juliaca, 2023?

## **1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1. Objetivo General**

- Determinar los estereotipos que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H. Cornejo", Comercio 32 - Juliaca, 2023.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Identificar los estereotipos de género que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H. Cornejo", Comercio 32.
- Identificar los estereotipos de religión que presentan los adolescentes de la Institución Educativa "Mariano H. Cornejo", Comercio 32.



- Identificar los estereotipos de economía que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H. Cornejo", Comercio 32.
- Identificar los estereotipos de edad que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H. Cornejo", Comercio 32.
- Identificar los estereotipos raciales que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H. Cornejo", Comercio 32.
- Identificar los estereotipos sexuales que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H. Cornejo", Comercio 32.
- Identificar los estereotipos de imagen corporal que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H. Cornejo", Comercio 32.





## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

##### 2.1.1. A nivel internacional

Un estudio de Villanueva, V; Alberola, E. (6) en el 2019 en España, el cual tuvo como objetivo analizar las diferencias de género y edad en los estereotipos de género en la adolescencia temprana entre 11 y 13 años y la adolescencia media entre 14 y 16 años. Se realizó a través de un estudio descriptivo – relacional de tipo transversal. La muestra la componían 880 jóvenes, con una edad media de 13,7 años y una distribución por género del 48,4% hombres y el 51,6% mujeres. Presentó como instrumento una Escala de Estereotipos de Género. Se realizó la prueba de Levene y la d de Cohen con el objetivo de contrastar las diferencias por sexo para cada una de las variables y entre 1° ESO y 4° ESO para ambos sexos. Los hallazgos indican que existen diferencias significativas en la internalización de los estereotipos de género por sexo y edad, mostrando los hombres una mayor internalización de los estereotipos de género en términos de subtipos físicos, una mayor internalización conductual de los estereotipos de género en términos de subtipos sociales y una mayor en las mujeres. Se encontraron diferencias significativas. En conclusión, se discrepan las influencias psicológicas y sociales, que se centran en la necesidad de medidas preventivas ajustadas a la edad (incluido el género) (6).

Salamanca CM, Rojas AM. (7), realizó una investigación cuyo objetivo fue averiguar si existen estándares de belleza en términos de apariencia. La



investigación fue exploratoria, descriptiva y cuantitativa-cualitativa. Había 407 adolescentes en la población, con edades comprendidas entre los 13 y los 18 años. La técnica que se aplicó para establecer las ideas asociadas con el concepto de estereotipos de belleza fueron redes semánticas naturales. Los siguientes hallazgos clave se extrajeron utilizando un instrumento virtual de preguntas cerradas: “Existen estereotipos de belleza física entre los jóvenes”, los rasgos faciales señalados como bellos por los jóvenes pertenecen a los latinos; sin embargo, las características corporales de delgada, talla alta y piel blanca son las más habituales” (7).

Benavides LF (8), realizó un estudio con el objetivo de analizar los estereotipos de belleza y autovaloración de la imagen corporal en las adolescentes de 14 a 17 años del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez. Ambato, Ecuador. La investigación fue cualitativa. 66 estudiantes mujeres conformaron la población. Los siguientes hallazgos son los más pertinentes al trabajo y fueron alcanzados mediante el Cuestionario de Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (CIMEC) y el Cuestionario Multidimensional de Relaciones Cuerpo-Sí Mismo (MBSRQ): “La mayoría de los jóvenes tienen estereotipos elevados. Por otro lado, los estereotipos de belleza de delgadez no tienen un impacto negativo en la autoestima de la imagen corporal en las adolescentes.” (8).

Pérez et al. (9), realizó una investigación con la finalidad de analizar los estereotipos sobre la Mujer en Nueve Revistas de Moda y Belleza Mexicanas. 36 adolescentes conformaron la población del estudio descriptivo, no experimental, de corte transversal. Se utilizó un cuestionario de escala tipo likert: “Cuestionario de Influencias de Modelos Estéticos Corporales”, teniendo las siguientes conclusiones: “en todas las adolescentes, Existe un impacto en las imágenes



difundidas por los medios de comunicación, además de una evaluación personal de la imagen corporal y la presencia de conductas relacionadas con la disminución del peso. (9).

Liberio MG. (10). Realizó un estudio cuyo objetivo fue determinar la influencia de la televisión ecuatoriana en la imposición de estereotipos sociales mediante personajes conocidos. La investigación fue descriptiva. 178 adolescentes conformaron la población. El instrumento utilizado fue la entrevista. Llegando a las siguientes conclusiones: “Los adolescentes son muy influenciados, cambian de ideas y no tienen una identidad e ideología formada, creen en lo que dicen los medios de comunicación”

### **2.1.2. A nivel nacional**

En Lima, un estudio de Galván K. (11) en el 2019 realizó un estudio con el fin de determinar los estereotipos en adolescentes en la I. E. “Juan Andrés Vivanco Amorín” del distrito Ate; y como medida específica para identificar los estereotipos existentes en función del género, la religión, la situación económica, la edad, la raza, la orientación sexual y la imagen corporal, respectivamente. La investigación utiliza métodos cuantitativos, tasa de utilización, métodos descriptivos y transversales. La muestra estuvo conformada por 168 jóvenes de cuarto y quinto grado de secundaria. Se utilizaron formularios de encuesta y Likert como técnicas de entrega de información y se sometieron a revisión de expertos. Luego del análisis se concluyó que existen estereotipos en todos los aspectos de la juventud, la mayoría de las veces están relacionados con la edad y la imagen corporal (11).

Lamas L. (12) realizó un trabajo con el fin de diseñar el concepto y la



marca para combatir estereotipos femeninos de belleza que afectan la baja autoestima en adolescentes de Instagram. Utilizó una investigación de tipo cuali-cuantitativa, puesto que este tipo de investigación busca entender los comportamientos de las adolescentes experimentando un impacto a través de sus puntos de vista e interpretaciones. La muestra estuvo conformada por niñas adolescentes, familia, colegio, medios de comunicación, psicólogos, nutricionistas, entre otros. El proceso de la investigación comprende de cinco fases. En la primera ocasión, se llevó a cabo una recolección de información por parte de profesionales en temas relacionados con la influencia de los estereotipos de belleza femenina en la red social Instagram que evidencian la baja autoestima y qué consecuencias pueden surgir a las niñas adolescentes, mediante entrevistas videograbadas con la formulación de preguntas. Los entrevistados fueron una psicóloga, un nutricionista y una marketera de moda. El propósito de las entrevistas es obtener información acerca del contexto actual acerca de la influencia de los estereotipos de belleza femenina en la red social Instagram, lo cual evidencia la baja autoestima tomando como fundamento los proyectos de investigación realizados por los especialistas mencionados, ya que llevan un mayor tiempo en el ámbito de investigación de esos temas, por lo tanto, se consideró relevante el aporte informativo de cada uno de ellos. La segunda etapa consistió en llevar a cabo encuestas en línea de 13 preguntas a padres de familia con hijas adolescentes en las que se analizó la conducta de las jóvenes en relación con la influencia de las redes sociales para evidenciar la patología depresiva como parte del problema de la investigación. En la segunda etapa, se llevó a cabo una investigación de campo en la que se recolectaron fotografías de las niñas adolescentes con información relevante con el propósito de demostrar cómo se



presentan en la red social Instagram y qué acciones son las que prevalecen al exponerse a través de un su perfil. En la etapa cuarta se llevó a cabo el diseño y la implementación del proyecto de investigación en relación con los diversos temas de interés, con el propósito de buscar respuestas y enfoques en las instalaciones del colegio Beata Imelda situado en el distrito de Lurigancho-Chosica, el cual se aplicó a mujeres que tienen entre 11 y 14 años de edad. Finalmente, en la quinta etapa se presentaron los hallazgos obtenidos del proyecto de investigación con el respaldo de profesionales. La investigación analizó cómo la influencia de los estereotipos de belleza femenina se orienta hacia una exposición del cuerpo con un patrón particular de belleza, donde existe discriminación por talla para examinar una verdad acerca de la construcción de estereotipos y la baja autodeterminación. estima, alimento, saludable y nutritivo; una auténtica verdad que se propaga a través de las redes sociales que se utilizan con frecuencia. Diversos discursos y apreciaciones que impulsan el pensamiento femenino de manera que van más allá de cómo las mujeres perciben el cuerpo, entran en escena a medida que se va consolidando la identidad de la mujer. En la actualidad, estos discursos están siendo difusos por la industria de la belleza, la cual ha descubierto el culto al cuerpo y la necesidad femenina de ser delgada como la mayor fuente de inspiración del ideal de belleza. El estudio de investigación revelará cómo experimentan patologías depresivas que generan ansiedad y la presión social de su entorno es aún más elevada y, finalmente, cómo relacionar las consecuencias de la situación con sucesos actuales (12).

Huicho D. (13) presentó una investigación con el de objetivo comprender cómo los ideales de belleza de los reality shows impactan en las concepciones de lo que es atractivo en los jóvenes que asisten a las escuelas secundarias. El estudio



es de naturaleza cualitativa y tiene un diseño fenomenológico; la población estuvo representada por adolescentes mujeres de una institución educativa y la muestra se seleccionó por los criterios de inclusión y exclusión que permitieron seleccionar a 18 adolescentes mujeres a quienes se realizaron 18 entrevistas semiestructuradas a mujeres adolescentes entre 13 y 18 años, y se fortaleció el análisis de datos con el software especializado Atlas. el 7.5. Los hallazgos mostraron que las percepciones de los adolescentes sobre sus cuerpos no dependían de sus sentimientos, pensamientos, modelos a seguir o percepciones de sus cuerpos. Se concluye que la opinión que tienen las adolescentes sobre el cuerpo de las mujeres de televisión no afecta la forma en que ellas perciben su cuerpo; además, no se sienten similares a estos personajes. Por último, las percepciones de las adolescentes sobre su cuerpo son positivas (13).

Teodosio M. (14) realizó un trabajo con el objetivo de identificar la relación entre los estereotipos de género y las conductas sexuales de riesgo en el año 2019 entre estudiantes del centro preuniversitario de la Universidad Nacional del Callao. El enfoque utilizado fue cuantitativo, con un diseño transversal no experimental, un método hipotético deductivo, de tipo aplicado y de nivel correlacional. siendo una muestra probabilística de 260 personas de adolescentes. Se utilizó como método una encuesta y como instrumentos dos cuestionarios: uno sobre estereotipos de género, que contó con 19 preguntas, y otro sobre conductas relacionadas con el riesgo sexual, que contó con 12 preguntas de opción múltiple. Los resultados mostraron que los adolescentes se encuentran en un nivel medio de riesgo de participar en comportamientos sexuales como iniciar relaciones sexuales (83,8 por ciento; Chi cuadrado 185,5), tener parejas sexuales (81,5 por ciento; Chi cuadrado 194,46); y contraer infecciones de transmisión sexual (ITS) (80,4 por



ciento; Chi cuadrado 169,31). Además, el 60 % está de acuerdo con que el atractivo femenino radica en la expresión corporal frágil, y el 63,8 % está de acuerdo con que el atractivo masculino radica en la fuerza y la vitalidad. Las pruebas revelaron que existe una conexión significativa entre los estereotipos de género y las conductas sexuales de riesgo, en la área de iniciación sexual (0,478), con parejas sexuales (0,558) y con infecciones de transmisión sexual (0,458) en adolescentes. Se enriquece la investigación con el anexo de la propuesta de igualdad de géneros y responsabilidad sexual en los estudiantes de la Universidad Nacional del Callao (14).

Del Carpio H. (15) presentó un estudio con el objetivo de distinguir si los tipos de parentalidad influyen en la percepción de roles de género en adolescentes del distrito del Cusco 2018, la investigación pertenece al enfoque cuantitativo, tipo básico, cuyo alcance es causal comparativa con diseño no experimental de corte transversal. La población de este estudio estuvo constituida por 3079 estudiantes matriculados para el año académico 2018, de los cuales 342 estudiantes de diferentes colegios del distrito de Cusco conformaron la muestra final, la cual se obtuvo a través de un muestreo no probabilístico intencional. La Escala de Estereotipos de Roles Sexuales (SORS) y una ficha de datos personales fueron los instrumentos utilizados para la recolección de información, y ambos recolectaron los datos que necesitábamos para cumplir con nuestros objetivos. Dichos datos fueron procesados mediante el programa SPSS, y se empleó el análisis estadístico ANOVA con el fin de contrastar las hipótesis. Los hallazgos revelaron valores superiores al 0.05 para el valor P en el análisis de varianza de los grupos, lo cual indica que los tipos de parentalidad no tienen un impacto en la percepción de los papeles de género en los jóvenes del distrito del Cusco (15).



## 2.2. MARCO TEÓRICO

### 2.2.1. Aspectos teóricos sobre adolescencia

- **Adolescencia**

Es una etapa entre la niñez y la edad adulta donde comienza con los cambios puberales y se caracteriza por transformaciones biológicas, psicológicas y sociales significativas, algunos pueden generar crisis, conflictos y contradicciones, pero esencialmente son positivas. No solo es una etapa de adaptación a los cambios físicos, sino también una etapa de importantes decisiones a una mayor autonomía psicológica y social (16).

- **Adolescencia Temprana**

Entre 10 a 13 años. Las hormonas sexuales comienzan a estar presentes, lo que provoca cambios físicos como "pegar el estirón", cambiar la voz, aparecer vello púbico y en las axilas, olor corporal, aumento de sudoración y, en última instancia, el acné, el enemigo de los adolescentes. Mientras cuestionan y se alejan de sus padres, comienzan a buscar cada vez más a los amigos (16).

- **Adolescencia Media**

Entre los 14 y 16 años. Se observan cambios en el ámbito psicológico y en la construcción de su identidad, cómo se observan y cómo desean que los vean. Se trata de la etapa en la que se cuestionarán acerca de su futuro laboral. La dependencia de los amigos es cada vez más elevada y la independencia de sus padres es prácticamente obligatoria. Se trata de la etapa en la que pueden caer con facilidad situaciones de peligro. (17).





- **Adolescencia Tardía**

Entre 14–16 años. A nivel psicológico, comienzan a manifestarse cambios, así como en la construcción de su identidad, cómo se ven ellos mismos y cómo quieren que los vean. Se preguntarán qué tan le gustaría hacer en el futuro a esta edad. Es cada vez más importante tener amigos y es casi imprescindible que se separe de sus padres. En este momento, pueden ponerse en peligro fácilmente (17).

### 2.2.2. Aspectos teóricos sobre estereotipos

- **Definición de Estereotipo**

Walter Lippmann fue el primero en plantear la idea de un estereotipo, y enfatizó que una de las cosas que hace que los estereotipos sean superiores a la razón es que reaccionan a formas de percepción impuestas, que es una de sus principales características. El proceso de percepción está así marcado por estas nociones preconcebidas estereotipadas. Según Amossy & Pierrot, los estereotipos son representaciones colectivas de ideas simplificadas o preceptadas de personas, instituciones o grupos que afectan sus pensamientos, sentimientos y comportamientos de una persona (18).

Otra definición de Baron y Baim es que un estereotipo es un conjunto de expectativas o creencias sobre alguien; es decir, características sobre una persona o grupo de personas en particular (19). Del mismo modo, Pinazzo insiste en que los estereotipos son sobre las características de un grupo y el conjunto de creencias populares con las que se concuerda, lo que tiene un gran valor porque contribuye a la conciencia y comprensión del mundo (20). Entonces, mientras algunos



estereotipos se basan en características de un grupo de personas, como la forma en que eligen vestirse, otros están relacionados con características de las personas, como la raza, la orientación sexual, la situación económica, entre otros; serán muy propensos a errores.

### **2.2.2.1. Valor final de estereotipos presentes y ausentes**

#### **A) Estereotipos presentes**

La presencia de los estereotipos es considerada ese conjunto de ideas que simplemente atribuyen cualidades o características aparentemente positivas a un grupo social particular.

Podemos decir que los estereotipos presentes se dan cuando los adolescentes tienen ideas o creencias preceptadas sobre personas o grupo de personas, las cuales pueden afectar en su forma de pensar o sentir (30).

#### **B) Estereotipos ausentes**

Se dan cuando los adolescentes no tienen ideas o creencias sobre ciertos aspectos de personas o grupo de personas y no afectan su forma de pensar o sentir.

### **2.2.3. Tipos de estereotipos**

- **Estereotipos de género**

Generalmente, las personas usan las palabras género y sexo indistintamente; es decir, sin hacer distinciones, el género se define como un término cultural que incluye ideas, prejuicios, valores, interpretaciones, normas, deberes, tareas y prohibiciones. Según Bravo y Moreno, " El término género se



refiere a roles, características y oportunidades establecidas en la sociedad que se consideran adecuados para hombres, mujeres, niños y niñas. " (21).

**Biológico:** Describe los rasgos y acciones de organismos individuales y especies enteras.

**Psicológico:** Estudia la conducta de un individuo y también sus procesos mentales.

**Social:** Grupo de personas que comparten una misma cultura que interactúan entre sí para conformar una comunidad (21).

Las reflexiones sobre el género (lo que significa ser hombre o mujer) comienzan a una edad muy temprana y tienen consecuencias para tu existencia, sin importar en qué parte del mundo resides o en qué nivel socioeconómico sea tu nivel socioeconómico.

Esto lo demostró un estudio publicado en el Journal of Adolescent Health, señalando que muchas de las normas sociales sobre el género, como lo que se espera de las niñas y los niños, se arraigan desde la adolescencia y tienen efectos negativos en la edad adulta. El mito más grande sobre el género es que las niñas, una vez que llegan a la pubertad, se vuelven vulnerables y necesitan protección para mantener su salud sexual y reproductiva, mientras que los niños se ven como personas fuertes e independientes. La profesora Kristin Mmari de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Johns Hopkins, asegura que ese mito es lo que cambia la forma en que el mundo ve a ambos sexos durante la adolescencia, y como la sociedad seguirá tratándolos a lo largo de sus vidas (22).

**Más libertad a los varones por considerarlos sexo fuerte:** El sexo en los



varones incluye determinadas prácticas, comportamientos y creencias que promueven, reproducen y refuerzan diversas formas de discriminación contra la mujer. Se construye a través de la polarización de roles y estereotipos que definen la masculinidad. Su característica principal es la degradación del principio femenino; su mayor forma de expresión es el maltrato contra la mujer, sin importar su tipo y forma (21).

**Mujer más sensible emocionalmente:** La sensibilidad permite conectarse emocionalmente con los demás al comprender sus necesidades, preocupaciones y deseos. Permite ser más empáticas, comprensivas y tolerantes, lo que las convierte en madres, amigas, compañeras y compañeras únicas. También brinda la oportunidad de ser más creativos, innovadores y sensibles en el mundo del trabajo, donde se puede encontrar soluciones innovadoras y marcar la diferencia en las comunidades. Además, la capacidad de conectarse emocionalmente con los demás permite a las mujeres comunicarse de manera más efectiva, construir relaciones de confianza y encontrar soluciones más efectivas y satisfactorias para todos los involucrados (21).

**Hombre mantiene el hogar:** El hombre debe tomar el liderazgo en el hogar. Este liderazgo no debe ser dictatorial, condescendiente o superior a la esposa, sino que debe ser consistente con compasión, misericordia, perdón, respeto y altruismo. Asimismo, el esposo debe amar a su esposa y debe ayudarla a sustentar y resolver todos los problemas que se le presenten (21).

**El hombre posee facilidad de toma de decisiones:** Este mundo cada vez es más complejo, las tareas de quienes toman decisiones son cada vez más complejas. Quien toma las decisiones debe reaccionar rápidamente ante



situaciones que parecen avanzar cada vez más rápido. De manera similar, quienes toman decisiones tienen que considerar muchas opciones y consecuencias de sus decisiones, lo que a veces confunde. Por ello el hombre al tomar decisiones las realiza basadas en el conocimiento, la ciencia, la lógica y sobre todo la creatividad (21).

**Mujer dedicada a las tareas del hogar; buena crianza de los hijos:** Las mujeres siguen siendo las principales responsables de las tareas tradicionales más cercanas al hogar, como la limpieza, el cuidado de la ropa y la preparación de las comidas y lo principal el cuidado de los hijos, mientras que los hombres desempeñan un papel secundario en estas tareas, al menos en lo que respecta al tiempo dedicado a ellas (21).

**Cuesta aceptar que la mujer se case con un hombre menor:** La sociedad aún se sorprende cuando una mujer se casa con un hombre mucho más joven que ella. Incluso se les han acuñado términos despectivos, como "asaltacunas" o "juguete de niño", la probabilidad de que el hombre sea mayor que la mujer es de un 53,3%. Sin embargo, cada vez son más habituales las relaciones en las que la mujer es mayor. La proporción de matrimonios en los que la mujer es dos años mayor que el hombre aumentó del 7,8% en 2022 al 16,4% en 2023. Eso es más del doble (21).

**Papel de la mujer invisibilizado:** Por invisibilidad de las mujeres se hace referencia a la devaluación social de las actividades de las mujeres en el contexto privado, incluyendo: el cuidado de los niños y la educación. En muchos casos, el trabajo de las mujeres es invisible porque las actividades reproductivas no son valoradas a pesar de que requieren mucho tiempo y esfuerzo; de esta manera, la



enorme tarea que emprenden muchas mujeres de criar hijos e hijas, educarlos, organizar la vida y la familia, se erosiona y no se convierte en la base de su desarrollo social. Además, el hecho de que existan muy poca estadística desagregada por género contribuye a la dificultad de la invisibilidad (21).

- **Estereotipos de religión**

Actualmente, no hay mucha investigación sobre este estereotipos, prejuicios o discriminación religiosa; sin embargo, es más probable que existan fuertes estereotipos y prejuicios en sociedades dominadas por una sola institución religiosa. Entonces este tipo de estereotipos se basan en los valores y prácticas de la religión minoritaria, es decir, como la mayoría de la sociedad no sigue esa religión, critican a la minoría que sigue esa religión. Desafortunadamente, la crítica a este grupo es muchas veces amplia y más allá de lo que adoran (23).

**Superioridad:** Implica que las personas creen que sus habilidades, logros y aptitudes son drásticamente mejores que los demás (23).

**Catolicismo la mejor religión:** Sólo puede haber una religión verdadera, porque las religiones se contradicen. El catolicismo fue fundado por Cristo; todas las demás religiones fueron fundadas por humanos. El catolicismo es la religión verdadera. Primero, porque es el único lugar donde Dios se hace humano y nos dice la verdad que sólo Él conoce. Además, esta verdad está confirmada por milagros y acontecimientos extraordinarios desde hace dos mil años hasta hoy. Quizás haga falta aún más fe para pensar que todos los milagros que se presenciaron son ficción (22).

**Religión que sigue las enseñanzas de Dios:** Durante los tiempos en los que existía una misma fe Católica Fraternal, se ha dicho que Jesús fundó una



comunidad cristiana jerárquicamente organizada y con autoridad, impulsada por los apóstoles. A continuación, de acuerdo con los Hechos de los apóstoles, los apóstoles y los primeros seguidores de Jesús establecieron una iglesia organizada. Una carta escrita poco después del año 100 por Ignacio de Antioquía a los de Esmirna es el texto más antiguo que se encuentra en el archivo de la Iglesia Católica o Universal (22).

**Los musulmanes son terroristas:** De acuerdo con el Centro Nacional Antiterrorista de los Estados Unidos, entre 82 y el 97% de las personas afectadas por el terrorismo en el mundo son musulmanes. Muchos de ellos se encuentran en los lugares más vulnerables del mundo: Siria, Afganistán e Irak, países en conflicto en los que unas extensas listas de asesinatos pueden salvaguardar la vida de miles de personas. No obstante, el estigma que relaciona la religión del islam con aquellos que utilizan la violencia ha experimentado un incremento en los últimos años (22).

- **Estereotipos de economía**

El poder económico, que es el principal impulsor de los prejuicios y estereotipos sociales, es sin duda la base para el desarrollo de estereotipos de las condiciones económicas. Este poder a menudo proviene de las interacciones de los individuos con el resto de la sociedad, ya sea en el trabajo, en el mercado o en cualquier lugar; no debe haber sesgo en estos casos. Los estereotipos, los prejuicios y la discriminación son fenómenos que expresan la cara externa de la desigualdad social en torno a todos (24).

Influencia en la presentación física: todos los aspectos físicos y estéticos



que caracterizan a una persona y que por ende es percibida por las demás (24).

**Personas de condición económica baja son menos limpias:** Las personas con un nivel socioeconómico bajo suelen tener menos acceso a recursos financieros, educativos, sociales y médicos que las personas con un nivel socioeconómico más alto. Como resultado, estas personas corren un mayor riesgo de sufrir mala salud, enfermedades crónicas y discapacidad, también en su mayoría presentan falta de hábitos de higiene adecuados en el ser humano convirtiéndose esto en un grave problema no sólo por el desagradable aspecto sino también por el riesgo de transmitir virus y gérmenes a otras personas (24).

**Dinero embellece a las personas:** Uno de los efectos secundarios de tener o no dinero es tener una autoimagen positiva o negativa. Tener dinero hace lucir mejor, ser más bellas y ser más adaptables a los tiempos, las modas y las necesidades sociales. La falta de dinero, no poder ir a lugares, no poder comprar ciertos bienes socialmente reconocidos puede provocar una especie de “depresión financiera” que hace que se forme una imagen negativa o inferior de sí mismos que ni siquiera son capaces de tener. Con esto se hace referencia a elogiar o ridiculizar porque el dinero hace que las personas sean positivas o negativas (24).

**Billetera mata galán:** Esta frase fue dicha por primera vez en la década de los 90 por Jacobo Winograd y tuvo más relevancia con el pasar del tiempo haciendo referencia a un hombre cuya apariencia no es tan buena, pero si tiene dinero es más atractivo. Esto tiene una explicación, la cualidad que más atrae a las mujeres es la confianza en los hombres. Esta certeza se puede lograr a través de un buen estado económico, no en todos los casos, pero sí en la mayoría (24).





- **Estereotipo de edad**

Los prejuicios y la discriminación por edad son conductas y situaciones en las que las personas son excluidas de las actividades de la vida o reciben un trato diferente debido a su edad, como las personas mayores; de ahí la existencia de este tipo de estereotipos, prejuicios y discriminaciones en la sociedad, es una idea muy común, aunque el nivel físico y mental de la mayoría de las personas mayores todavía se encuentra en un nivel aceptable (25).

Desvalorización al adulto: Consiste en minimizarlos, hacerlos sentir menos que los demás, más débiles que los demás, menos atractivos o atractivos que los demás.

Forma de comportarse: También llamada personalidad, se refiere al comportamiento o las acciones de una persona o de otro actor social en la vida cotidiana.

En caso de la vejez los adolescentes tienen ideas preconcebidas de lo que supone el envejecimiento, si bien no necesariamente esas ideas corresponden con nuestra realidad. Son muchas las personas que piensan que según se envejece, la vida se hace más aburrida y monótona. Las personas de edad avanzada no han perdido el ánimo de vivir, ni la capacidad para lograrlo. Se trata de diversas acciones que se pueden continuar realizando, incluso si tienen dificultades para abandonar su hogar. Otra opinión radica en que se piensa que la sexualidad es una actividad de jóvenes, lo cual no es verdad, las personas mayores conservan el deseo sexual y la capacidad para experimentar placer. Se requiere evitar que lo mencionado siga siendo un tabú. Asimismo, se piensa que la vejez es una etapa de soledad, no obstante, sería fundamental diferenciar que el problema no está



relacionado con la edad, sino con el aislamiento ocasionado por problemas de salud. Estos prejuicios tienen un impacto directo en las personas mayores, lo cual conduce a la existencia de maltrato y discriminación hacia la población mayor. (26).

**Personas mayores son como niños:** Sí, los mayores son igual que los niños, se quiere decir que necesitan paciencia, atención, cuidado, cariño, comprensión y muchas habilidades para tratar con ellos. A veces necesitan que se sea un poco autoritarios, un poco paternalistas para decirles qué es lo mejor para ellos. Sin embargo, recuerde siempre que tienen una historia de vida y superación de dificultades, lo que no debe incitarse a pensar se sabe todo y siempre se debe ceder ante uno y pensar que por eso se deben tratar como si no supieran nada (25).

**Difícil ver a una persona mayor vestida de joven:** Vestirse según la edad no significa automáticamente esconder cosas que incomoden. Puede evitarse o viceversa: todo vale. Las personas mayores se permiten elegir el modelo que les interesa para cada outfit: qué pantalón, qué chaqueta, qué falda y cuánto mide la falda, sin embargo, la gran mayoría de las personas mayores ya no utilizan vestimentas de cuando se fue joven. Al identificar claramente el tipo de cuerpo y qué ropa le favorece, puede crear estilos favorecedores y espectaculares y esto le da un impulso de confianza (25).

**Ancianos no pueden trabajar:** Actualmente, la edad legal de jubilación en Perú es 65 años, pero un empleado no puede trabajar a partir de los 70 años, momento en el que se produce la jubilación obligatoria y automática. Las personas que no cuentan con una jubilación en Perú no pueden dejar de trabajar porque el 64% de ellos no tiene acceso al sistema de pensiones y si lo tuvieran, el dinero



que recibirían no les alcanzaría para cubrir sus necesidades básicas. Más del 70% de la población económicamente activa (PEA) del país se encuentra en el sector informal, lo que significa que sólo una pequeña proporción de los trabajadores disfruta de beneficios sociales como aportes previsionales en el sistema público o privado (26).

- **Estereotipos raciales**

Los estereotipos raciales se basan en el color de la piel, la cultura o el lugar de procedencia; parte del simple hecho de ser “diferente” y da lugar a innumerables instancias de racismo que todavía hoy se pueden ver. En el caso de Perú, este tipo de estereotipos a menudo llevan a las personas a prejuicios como el racismo, lo que significa que las personas tienden a ver a los andinos y a los negros de manera negativa, esencialmente negando la parte de su identidad que los vincula con los pueblos indígenas (27).

En algunos países, las personas de piel blanca tienen entre 1 o 2 años de educación formal que las personas de piel oscura, lo cual a menudo pueden suponer la diferencia entre finalizar o no la educación escolar. Esto no está relacionado con la inteligencia o aptitudes de las personas, sino con el hecho de que la discriminación y el racismo han desempeñado un papel fundamental en la reproducción y supervisión de las disparidades sociales en nuestros países. (27).

**Gente de raza blanca, mejor educación:** Antiguamente, la educación ha estado marcada por relaciones de poder desiguales que conducen a la exclusión, la opresión y el racismo tanto a nivel institucional como interpersonal. La educación es el laboratorio donde se ponen a prueba las ideas clave de cada época. En el siglo XX, las teorías biológicas de la raza constituyeron la base para el



desarrollo de la política educativa en Europa y América y transformaron las escuelas en uno de los principales centros de producción y reproducción del racismo. Las formas más comunes de racismo y discriminación en la educación ocurren principalmente en la administración, la gestión, el currículo y las prácticas docentes; crean desigualdades y disparidades en el acceso, la supervivencia escolar, los logros y resultados educativos y los resultados sociales (27).

**Persona de raza blanca mejor prototipo para pareja:** El término prototipo se refiere a un arquetipo, un primer modelo ideal que luego será imitado por otros. Por ello se considera la persona de raza blanca uno de los mejores prototipos para ser pareja pues se considera a esta una persona culta con una mejor educación que es leal, transparente, sensible, emotivo, trabajador. No tiene celos, estimula a su pareja, le hace aprender, progresar, trabajar, en definitiva, a mejorar (27).

**La raza indígena es ingenua:** La raza indígena está conformada por grupos culturales y sociales distintos, con una conexión ancestral colectiva con las tierras y los recursos naturales de los que habitan o de los ancestros que allí vivieron. Se consideran ingenuos porque confían demasiado en la bondad humana y no son advertidos sobre posibles maldades (27).

- **Estereotipos sexuales**

Se considera la conducta sexual como un conjunto de factores anatómicos, fisiológicos y psicológicos que influyen en cada sexo. Es también un conjunto de fenómenos emocionales y conductuales relacionados con la sexualidad (28).

**Atracción sexual:** Se trata de la capacidad de despertar interés hacia una persona sexual, sobre la base del deseo sexual y en relación estresante con la



orientación sexual del individuo. (28).

El estereotipo sexual en adolescentes se refiere a la forma como estos se relacionan con su entorno, tanto desde su cultura, creencias y prácticas sexuales, lo que contribuye al incremento o reducción de los riesgos de su salud sexual y reproductiva. Pues en nuestro país los estereotipos arrastran los modelos y creencias que forman la personalidad del adolescente desde su niñez, hasta los fines de la adolescencia (28).

**Los hombres fuertes son más atractivos:** Según numerosos estudios, las mujeres dan gran importancia a las características físicas del hombre a la hora de elegir pareja. El rostro, los labios, la musculatura, lo fuerte y los bíceps son algunos de los aspectos que más llaman la atención de la población masculina (28).

**Iniciativa por el varón en las relaciones sexuales:** Iniciar relaciones sexuales en la fantasía refleja más fielmente la iniciativa sexual real. Las mujeres de minorías sexuales tienen menos probabilidades de iniciar encuentros. Por otro lado, los hombres están empezando a tener más relaciones sexuales. Se espera que los hombres sean sexualmente activos, lo cual está relacionado con sus creencias sobre la masculinidad. Hay menos presión entre el sexo opuesto para desempeñar roles tradicionales y más igualdad de oportunidades tanto dentro como fuera de la cama (28).

**Necesidad de masturbación más en el varón:** La masturbación es más popular entre los hombres porque puede beneficiar la salud física y mental. Además, ésta es prácticamente la actividad sexual más segura: no hay riesgo de embarazo ni de enfermedades de transmisión sexual. Cuando se tiene un orgasmo



se siente el placer como si hubiera tenido relaciones sexuales con alguien. Muchos estudios han demostrado que la masturbación en los hombres puede ayudar a: reducir la tensión sexual, reducir el estrés, mejorar el sueño, mejorar la autoestima y la imagen corporal y solucionar problemas sexuales del otro sexo (28).

**Personas mayores menos interés por el sexo:** El sexo es la forma en que las personas se expresan sexualmente. Esto incluye sentimientos, deseos, acciones y personalidad y puede incluir muchos tipos diferentes de contacto físico o estimulación. La intimidad es el sentimiento de cercanía y conexión en una relación, que puede ocurrir con o sin elementos físicos. El envejecimiento trae cambios en la vida que pueden brindar a los adultos mayores la oportunidad de redefinir lo que significan para ellos el sexo y la intimidad. Algunos adultos mayores buscan relaciones íntimas y sexuales, otros aceptan una u otra y otros prefieren evitar cualquier tipo de relación. El envejecimiento normal provoca cambios físicos tanto en hombres como en mujeres. Estos cambios a veces afectan su capacidad para participar y disfrutar de la actividad sexual (28).

- **Estereotipos de imagen corporal**

La imagen corporal es la imagen que la mente tiene de su propio cuerpo, es decir, es la forma en que el cuerpo se presenta (29). Por otro lado, la imagen corporal consta de tres dimensiones: tamaño, talla y peso, las cuales están determinadas por varios factores entre ellos tradicionales, sociales, étnicos, físicos, genéticos, etc., los cuales varían de persona a persona y cambian con el tiempo (29).

**Tamaño del cuerpo:** Es la dimensión, el grosor, la medida o el espesor del cuerpo humano.



Valoración de la delgadez: Se dice que una persona parece delgada si su peso corporal es inferior al que sería apropiado para su edad, sexo y altura.

Color de la piel: Es un rasgo físico y genético que se desarrolla como resultado de una serie de factores que trabajan juntos. El más importante es la melanina, una sustancia pigmentaria de color oscuro.

Discapacidad física: hace referencia a aquellas personas que, debido a diversas circunstancias, como patologías, enfermedades o accidentes, ven reducidas sus capacidades para moverse (29).

**Persona alta más elegante:** Las personas altas se consideran más elegantes porque demuestran una apariencia física más agradable, asimismo se consideran personas educada no arrogante ni altiva, sino que es alguien que actúa y se expresa con confianza, que cree en sí mismo y muestra una actitud que también inspira confianza en los demás (29).

**A una persona delgada la ropa le queda bien:** Una persona delgada para que tenga una mejor presencia es su ropa debe elegir colores cálidos o claros ya que aportan mayor volumen. Además, los estampados serán el mejor aliado ya que aportarán volumen y le harán lucir más proporcionada. Tiene que alejarse de prendas con formas simples y minimalistas, para que pueda resaltar la figura esbelta (29).

**Antiestético una persona obesa:** La obesidad se considera un problema cosmético porque provoca mucho sufrimiento mental y aumenta problemas psicológicos como la ansiedad y la baja autoestima. Entre las personas con sobrepeso, hay afirmaciones tanto positivas como negativas sobre el tamaño corporal, como “las personas gordas son vagas” o “las mujeres gordas son mujeres



hermosas, aunque también existen otras denominaciones como: las personas gordas y obesas son " poco atractivas, poco feas y tienen falta de autocontrol" (29).

**Personas con sobrepeso menos suerte en el amor:** Las personas con sobrepeso tienen menos suerte en el amor porque manejan una relación que no es una relación, al menos no oficialmente, porque aunque tienen todo para ser el uno el otro no tiene el coraje de dar un paso para que sea formal, es decir, no se dan una posición frente a los demás, prefieren su relación escondidas porque consideran que por ser obesos su relación es criticada por la sociedad; o mantienen una relación con alguien que ni siquiera les gusta pero que es mejor que estar solo; o alguien que les gusta pero los trata inadecuadamente, todas estas situaciones los hace sentir inferiores (29).

**Personas rubias tienen más dinero:** Aunque las rubias son famosas por su plenitud, ganan más dinero que las mujeres con otros colores de cabello, según un estudio británico. Sin embargo, a pesar de las tarifas más altas, son más frívolos a la hora de gastar dinero. El 35% de las mujeres rubias cambia de color de pelo cada mes. Las rubias tienen altos sobregiros mensuales debido a compras irresistibles como chocolate, zapatos y bolsos (29).

**Personas con buen cuerpo triunfan en la TV:** Las investigaciones muestran que las personas que ven televisión habitualmente eligen mujeres más delgadas que aquellas con acceso limitado a este medio. Según los investigadores, esto se debe a que las mujeres con un índice de masa corporal bajo aparecen con mayor frecuencia en las pantallas de televisión. Tras publicar los resultados en un comunicado, los investigadores pidieron a los medios que mejoraran la





representación de las personas en la pantalla y trajeran más diversidad. Su ideal es mostrar mujeres de diferentes tipos de cuerpo e incluso de diferentes razas, porque esto está creando una reacción desfavorable en la sociedad que conduce a la insatisfacción corporal y contribuye al desarrollo del trastorno alimentario y la depresión (29).

**Personas con discapacidad física destinada a quedarse sola:** Según la Encuesta Nacional de Discriminación (ENADIS) de 2017, el principal problema de las personas con discapacidad son las calles, infraestructura y transporte inadecuados que limitan su movilidad, así como la falta de vinculación laboral, por ello si no cuentan con el apoyo de la familia tienden a quedarse solos porque la discapacidad que presentan los limita a ser independientes (29).

### 2.3. MARCO CONCEPTUAL

**Adolescencia:** abarcando entre los 10 y los 19 años, es una etapa de la vida compleja que marca la transición de la niñez a la edad adulta con los cambios físicos, psicológicos, biológicos, intelectuales y sociales que la acompañan (31).

**Condición económica:** Una medida del estatus social, que a menudo incluye ingresos, educación y ocupación, que se asocia con una amplia gama de resultados de la vida, desde la capacidad cognitiva y el rendimiento académico hasta la salud física y mental (32).

**Edad:** La vida humana se divide en cada etapa evolutiva infancia, juventud, adultez y vejez debido a algunas características comunes (33).

**Estereotipos:** Es una idea o concepto generalmente aceptado por un grupo y sociedad, que tiene características constantes y sirve de modelo. Los estereotipos son



prejuicios sobre cómo son las mujeres y los hombres y cómo deben comportarse (34).

**Género:** Manifestaciones externas de rasgos culturales que permiten identificar a una persona como hombre o mujer con base en patrones típicos que una determinada sociedad consideró que cada género era en un momento dado de la historia (35).

**Imagen corporal:** Es la forma en que una persona percibe, imagina, siente y actúa con respecto a su cuerpo, teniendo en cuenta componentes perceptuales, subjetivos y conductuales (36).

**Raza:** Una construcción social utilizada para clasificar a las personas. La raza se creó como un sistema jerárquico de agrupar personas y surgieron categorías raciales para identificar, distinguir y marginar a ciertos grupos en diferentes países, regiones y el mundo (37).

**Religión:** Un conjunto de sistemas culturales, sistemas de creencias y visiones del mundo que conectan a las personas con la espiritualidad y, a veces, con los valores morales (38).

**Sexualidad:** Forma parte de la vida de las personas en distintas etapas o edades, en toda su diversidad y contribuyendo al desarrollo de su identidad (28).



## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

##### 3.1.1. Tipo

La presente investigación fue de tipo descriptivo porque describe la variable estereotipo, de enfoque cuantitativo (40), lo que permitió determinar los estereotipos que presentan los adolescentes del colegio Comercio 32 “Mariano H Cornejo”.

##### 3.1.2. Diseño

El diseño de investigación fue no experimental porque no se manipuló la variable de estudio; y de corte transversal porque se recolectó los datos en un solo momento (40).

#### 3.2. AMBITO DE ESTUDIO

Fue realizado en la Institución Educativa Secundaria Comercio 32 “Mariano H Cornejo”, que se encuentra ubicado en el departamento de Puno, Provincia de San Román, distrito de Juliaca, pertenece a la UGEL San Román, en la zona sur del Perú a 3800msnm., con dirección: Jr. Independencia N°242 con referencia Salida a Puno, limita por el:

- Por el norte: Jr Independencia
- Por el sur: Jr Deustua
- Por el este: Jr Almagro
- Por el oeste: Jr Jose Domingo Choquehuanca

Cabe resaltar que es un colegio católico, público y mixto, cuenta con 58 salones distribuidos de primero a quinto y contando con 11-12 salones por grado, divididos en dos turnos mañana y tarde asistiendo en la mañana los de primero, segundo y tercero de secundaria y por la tarde cuarto y quinto

### 3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.3.1. Población

La población estuvo constituida por 788 estudiantes de 3ro y 4to año de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H. Cornejo" Comercio 32, considerando el séptimo ciclo del plan de estudios de la educación básica regular, es un colegio mixto por lo que la población es entre varones y mujeres, asimismo, en gran mayoría son hijos de padres comerciantes, de nivel socioeconómico medio y son de la religión católica, oscilando edades entre 14 a 16 años, distribuidos de la siguiente manera:

**Tabla 1**

*Alumnos matriculados en el 2023*

3RO	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	TOTAL
	33	33	32	32	33	34	33	32	32	32	35	34	395
4TO	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
	34	32	33	34	33	33	32	32	32	33	32	33	393
													<b>788</b>

Fuente: Alumnos matriculados en el año 2023

#### 3.3.2. Muestra

Considerando la oportunidad y posibilidad de ejecutar el instrumento en la totalidad de la población, la muestra fue censal. Se trabajó con las 12 secciones



de 3ro y las 12 secciones de 4to de secundaria y que presentaron los siguientes criterios:

- **Criterios de Inclusión**

- Alumnos matriculados en el 3ro y 4to año de secundaria.
- Alumnos que acepten participar en el estudio.
- Alumnos cuyo padres o apoderados hayan brindado el consentimiento.
- informado para la participación del menor.

- **Criterios de Exclusión**

- Alumnos que no hayan firmado asentimiento informado.
- Alumnos que tengan problemas mentales.
- Alumnos de primero, segundo y quinto grado.

### **3.4. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN GENERAL Y ESPECÍFICAS**

Este estudio no presenta hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva.

### 3.5. VARIABLES Y SU OPERACIONALIZACIÓN

**Tabla 2**

*Operacionalización de las Variables*

Variable	Conceptual	Dimensión	Indicador	Índice	Valor final
Estereotipos en adolescentes	Un grupo de ideas sobre rasgos personales específicos que son típicos de un grupo social y son considerados como representantes del grupo por la mayoría, pero que no siempre son ciertas; estereotipos que cubren aspectos de género y que las mujeres son menos valiosas, inferiores, religiosas, considerando que cada creencia es mejor que la otra, las personas sin dinero son tratadas como de segunda clase en la economía, la edad no es tan importante, la gente de test blanca son considerados más influyentes por raza; sexo e imagen corporal, la delgadez es una imposición social.	Género	-Más libertad a los varones por considerarlos sexo fuerte.	Totalmente de acuerdo (4)	Presente (7 a 14)
			-La mujer es más sensible emocionalmente.	Acuerdo (3)	Ausente (15 a 28)
			-El hombre mantiene el hogar.	Desacuerdo (2)	
			-El hombre posee facilidad de toma de decisiones.		
			-La mujer dedicada a las tareas del hogar tiene buena crianza de los hijos.	Totalmente en desacuerdo (1)	
			-Cuesta aceptar que la mujer se case con un hombre menor.		
			-El papel de la mujer invisibilizado.		
		De Religión	-El catolicismo es la mejor religión.	Totalmente de acuerdo (4)	Presente (3 a 7)
			-La religión que sigue las enseñanzas de Dios es mía.	Acuerdo (3)	Ausente (8 a 12)
			-Los musulmanes son terroristas.	Desacuerdo (2)	
				Totalmente en desacuerdo (1)	
		De Economía	-Las personas de condición económica baja son menos limpias.	Totalmente de acuerdo (4)	Presente (3 a 7)
			-El dinero embellece a las personas.	Acuerdo (3)	Ausente (8 a 12)
			-Billetera mata galán	Desacuerdo (2)	
				Totalmente en desacuerdo (1)	
		Edad	-Las personas mayores son como niños.	Totalmente de acuerdo (4)	Presente (3 a 7)
			-Es difícil ver a una persona mayor vestida de joven.	Acuerdo (3)	Ausente (8 a 12)
			-Los ancianos no pueden trabajar.	Desacuerdo (2)	
				Totalmente en desacuerdo (1)	
		Raciales	-Los blancos reciben mejor educación.	Totalmente de acuerdo (4)	Presente (3 a 7)
			-La pareja ideal es una pareja blanca.		Ausente (8 a 12)
			-La gente indígena es muy ingenua.	Acuerdo (3)	
				Desacuerdo	



Variable	Conceptual	Dimensión	Indicador	Índice	Valor final
				(2) Totalmente en desacuerdo (1)	
		Sexuales	-Los hombres fuertes son más atractivos. - El varón toma la iniciativa en las relaciones sexuales. -El varón tiene más necesidad de masturbación. -Personas mayores tienen menos interés por el sexo.	Totalmente de acuerdo (4) Acuerdo (3) Desacuerdo (2) Totalmente en desacuerdo (1)	Presente (4 a 10) Ausente (11 a 16)
		Imagen Corporal	-La persona alta es más elegante. -Toda la ropa le queda bien a una persona delgada. -Una persona obesa se ve antiestética. -Las personas con sobrepeso tienen menos posibilidades de encontrar el amor. -Las personas rubias tienen más dinero. -Las personas con buen cuerpo triunfan en la TV. -Las personas con discapacidad física destinada a quedarse sola	Totalmente de acuerdo (4) Acuerdo (3) Desacuerdo (2) Totalmente en desacuerdo (1)	Presente (7 a 14) Ausente (15 a 28)

Fuente: Elaboración propia

### 3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### 3.6.1. Técnica

El presente estudio utilizó como técnica la encuesta para medir la variable de estudio.

#### 3.6.2. Instrumento

Para la recolección de datos se usó como instrumento un cuestionario tipo Likert, cuya autora es Galván K. (11), la cual presentó en el 2019 una investigación para la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, previamente en el 2016 la autora realizó una prueba piloto a los alumnos del 4to y 5to grado de la misma institución de su estudio el cual fue validado por 7 expertos, con un nivel



de confianza de 95% dando como resultado el alfa de crombach  $\alpha$ : 0.7. El instrumento mide los estereotipos en adolescentes, consta de 30 ítems con alternativas de respuesta (totalmente de acuerdo, de acuerdo, desacuerdo, totalmente desacuerdo).

### **3.7. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

- **Etapa de planificación**

1. Para llevar a cabo el presente estudio se realizó los trámites administrativos mediante un oficio emitido por decanatura de la facultad y dirigido al director de la IES, a fin de obtener el permiso para su realización.
2. Se obtuvo la autorización de la IES para poder realizar el estudio.
3. Se coordinó con el director y coordinador de tutoría de la institución para darle a conocer los fines del estudio e iniciar con la recolección de datos bajo un cronograma establecido según los horarios. (ANEXO H)

- **Etapa de ejecución**

1. Se brindó información de forma verbal a los adolescentes explicándoles los fines del estudio usando un lenguaje claro y sencillo.
2. Se entregó por escrito lo explicado verbalmente, posterior a ello se pasó a entregar el consentimiento informado para que puedan firmar los padres autorizando la participación en el estudio.
3. Se regresó a la siguiente clase para poder empezar a con el llenado de los cuestionarios.
4. Obtenido el permiso del director se recogió los consentimientos informados





firmados por sus padres a fin de iniciar con la recolección de datos previo asentimiento informado.

5. Se recogió el instrumento debidamente firmado.
6. La recolección de datos se realizó en 3 semanas, se regresó por los alumnos que no asistieron el día de la aplicación y por los que no trajeron su consentimiento firmado para completar la totalidad de la población de estudio.

**Limitaciones:** Alumnos que no asistieron el día de la aplicación del instrumento y que no hicieron firmar el consentimiento informado por sus padres, en la dimensión de religión al explicar el cuestionario se contextualizó el indicador para nuestro medio, “los musulmanes son terroristas” por “Algunas religiones están ligadas a grupos subversivos” para un mejor entendimiento de los adolescentes.

### 3.8. PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Los resultados son tabulados en una hoja cálculo del programa Excel para posteriormente llevarlo al Software estadístico SPSS Versión 25 y allí se plantearon las tablas y figuras para el análisis descriptivo. Para el objetivo general se realizó la tabulación; previa codificación, así también se usó la media aritmética para determinar los rangos de los valores finales, siendo estos estereotipos presentes y ausentes.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. RESULTADOS

**Tabla 3**

*Estereotipos que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria*

*"Mariano H Cornejo", Comercio 32 -Juliaca, 2023.*

	Género		Religión		Economía		Edad		Racial		Sexuales		Imagen Corporal	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Presente	658	83,7	516	66	682	86,7	703	89,4	690	87,7	602	76,7	700	89,0
Ausente	130	16,3	272	34	106	13,3	85	10,6	98	12,3	186	23,3	88	11,0
<b>Total</b>	<b>788</b>	<b>100,0</b>	<b>788</b>	<b>100,0</b>	<b>788</b>	<b>100,0</b>	<b>788</b>	<b>100,0</b>	<b>788</b>	<b>100,0</b>	<b>788</b>	<b>100,0</b>	<b>788</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la IES Comercio 32

En la tabla se muestra que en la categoría “Presente” se tiene estereotipos en edad con 89,4%, imagen corporal con 89%, racial 87,7%, economía 86,7%, en genero con 83,7%, sexual con 76,7% y religión con 66%. Referente a la categoría “Ausente” se encuentran: religión con 34%, sexual con 23,3%, genero con 16,3%, economía con 13,3%, racial con 12,3%, imagen corporal 11% y edad con 10,6%.

**Tabla 4**

*Estereotipos en la Dimensión Género en adolescentes de la Institución Educativa*

*Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*

INDICADORES	DIMENSIÓN DE GÉNERO									
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
-Más libertad a los varones por considerarlos sexo fuerte.	359	45,6	404	51,3	22	2,8	3	0,4	788	100,0%
-La mujer es más sensible emocionalmente.	345	43,8	389	49,4	53	6,7	1	0,1	788	100,0%
-El hombre mantiene el hogar.	367	46,6	289	36,7	128	16,2	4	0,5	788	100,0%
-El hombre posee facilidad de toma de decisiones.	343	43,5	282	35,8	154	19,5	9	1,1	788	100,0%
-La mujer dedicada a las tareas del hogar tienen buena crianza de los hijos.	162	20,6	318	40,4	301	38,2	7	0,9	788	100,0%
-Cuesta aceptar que la mujer se case con un hombre menor.	297	37,7	256	32,5	160	20,3	75	9,5	788	100,0%
-El papel de la mujer es invisibilizado.	330	41,9	394	50,0	63	8,0	1	0,1	788	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la IES Comercio 32

Para la identificación de los aspectos más relevantes en cada dimensión se optó por presentar los porcentajes y frecuencias de cada uno de los indicadores evidenciando que el “El hombre mantiene el hogar”, con el 46,6% que respondieron totalmente de acuerdo y el 36,7% de acuerdo. Referente al indicador “Más libertad a los varones por considerarlos sexo fuerte”, el 45,6% respondieron totalmente de acuerdo; seguido por el 51,3% que respondieron de acuerdo. Por otro lado, en el indicador “La mujer más sensible emocionalmente”, respondieron 43,8% totalmente de acuerdo y el 49,4% de acuerdo. A su vez, el indicador “El papel de la mujer es invisibilizado”, el 41,9% respondieron totalmente de acuerdo y el 50,0% de acuerdo.

**Tabla 5**

*Estereotipos en la Dimensión de Religión en adolescentes de la Institución Educativa*

*Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*

INDICADORES	DIMENSIÓN DE RELIGIÓN									
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
-El catolicismo es la mejor religión.	355	45,1	379	48,1	53	6,7	1	0,1	788	100,0
-La religión que sigue las enseñanzas de Dios es mía.	308	39,1	355	45,1	124	15,7	1	0,1	788	100,0
-Los musulmanes son terroristas	321	40,7	361	45,8	102	12,9	4	0,5	788	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la IES Comercio 32

Para la identificación de los aspectos más relevantes en cada dimensión se optó por presentar los porcentajes y frecuencias de cada uno de los indicadores, la tabla muestra que, con respecto al indicador “El catolicismo la mejor religión”, el 45,1% de los alumnos respondieron totalmente de acuerdo; seguido por el 48,1% que respondió de acuerdo, concerniente al indicador “Los musulmanes son terroristas”, el 40,7% respondieron totalmente de acuerdo y el 45,8% de acuerdo. Asimismo, con respecto al indicador “La religión que sigue las enseñanzas de Dios es mía”, el 39,1% respondieron totalmente de acuerdo y el 45,1% respondió de acuerdo.

**Tabla 6***Estereotipos en la Dimensión de economía en adolescentes de la Institución Educativa**Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*

INDICADORES	DIMENSIÓN DE ECONOMÍA									
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
-Las personas de condición económica baja son menos limpias.	322	40,9	360	45,7	104	13,2	2	0,3	788	100,0
-El dinero embellece a las personas.	375	47,6	334	42,4	78	9,9	1	0,1	788	100,0
-Billetera mata galán	339	43,0	356	45,2	80	10,2	13	1,6	788	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la IES Comercio 32

Para identificar los aspectos más relevantes en cada dimensión se optó por presentar los porcentajes y frecuencias de cada uno de los indicadores evidenciando que, con respecto al indicador “El dinero embellece a las personas”, el 47,6% de los alumnos respondieron totalmente de acuerdo; seguido por el 42,4% que respondió de acuerdo. A su vez concerniente al indicador “Billetera mata galán”, el 43,0% respondieron totalmente de acuerdo y el 45,2% de acuerdo. Por último, con respecto al indicador “Las personas de condición económica baja son menos limpias”, el 40,9% respondieron totalmente de acuerdo y el 45,7% respondieron de acuerdo.

**Tabla 7***Estereotipos en la Dimensión de edad en adolescentes de la Institución Educativa**Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*

INDICADORES	DIMENSIÓN DE EDAD									
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
-Las personas mayores son como niños.	373	47,3	361	45,8	52	6,6	2	0,3	788	100,0
-Es difícil ver a una persona mayor vestida de joven.	377	47,8	371	47,1	38	4,8	2	0,3	788	100,0
-Los ancianos no pueden trabajar.	440	55,8	306	38,8	40	5,1	2	0,3	788	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la IES Comercio 32

Para identificar los aspectos más relevantes en cada dimensión se optó por presentar los porcentajes y frecuencias de cada uno de los indicadores, la tabla muestra que, con respecto al indicador “Ancianos no pueden trabajar” el 55,8% de alumnos respondieron totalmente de acuerdo; seguido por el 38,8% que respondió de acuerdo. Asimismo, en el indicador “Difícil ver a una persona mayor vestida de joven” el 47,3% respondieron totalmente de acuerdo y el 47,1% de acuerdo. Por otro lado, en el indicador “Personas mayores son como niños” el 47,3% de alumnos respondieron totalmente de acuerdo; seguido por el 45,8% que respondieron de acuerdo.

**Tabla 8***Estereotipos en la Dimensión Racial en adolescentes de la Institución Educativa**Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*

INDICADORES	DIMENSIÓN RACIAL									
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
-Los blancos reciben mejor educación.	452	57,4	265	33,6	71	9,0	0	0,0	788	100,0
-La pareja ideal es una pareja blanca.	473	60,0	258	32,7	57	7,2	0	0,0	788	100,0
-La gente indígena es muy ingenua.	366	46,4	328	41,6	93	11,8	1	0,1	788	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la IES Comercio 32

Para identificar los aspectos más relevantes en cada dimensión se optó por presentar los porcentajes y frecuencias de cada uno de los indicadores evidenciando que, respecto al indicador “La pareja ideal es una pareja blanca” el 60,0% de alumnos respondieron totalmente de acuerdo; seguido por el 32,7% que respondió de acuerdo. Por otro lado, en el indicador “Los blancos reciben mejor educación” el 57,4% respondieron totalmente de acuerdo y el 33,6% de acuerdo. Por último, en el indicador “Los nativos americanos son una raza crédula” el 46,4% de alumnos respondieron totalmente de acuerdo y el 41,6% de acuerdo.

**Tabla 9***Estereotipos en la Dimensión Sexual en adolescentes de la Institución Educativa**Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023.*

INDICADORES	DIMENSIÓN SEXUAL									
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
-Los hombres fuertes son más atractivos.	350	44,4	321	40,7	99	12,6	18	2,3	788	100,0
-El varón toma la iniciativa en las relaciones sexuales.	361	45,8	365	46,3	60	7,6	2	0,3	788	100,0
-Necesidad de masturbación más en el varón.	352	44,7	339	43,0	85	10,8	12	1,5	788	100,0
-Personas mayores tienen menos interés por el sexo.	367	46,6	325	41,2	94	11,9	2	0,3	788	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la IES Comercio 32

Para identificar los aspectos más relevantes en cada dimensión se optó por presentar los porcentajes y frecuencias de cada uno de los indicadores evidenciando que, respecto al indicador “Personas mayores tienen menos interés por el sexo”, el 46,6% de los alumnos respondieron totalmente de acuerdo; seguido por el 41,2% que respondió de acuerdo. A su vez concerniente al indicador “El varón toma la iniciativa en las relaciones sexuales”, el 45,8% respondieron totalmente de acuerdo y el 46,3% de acuerdo. Asimismo, con respecto al indicador “Necesidad de masturbación más en el varón”, el 44,7% respondieron totalmente de acuerdo; seguido por el 43,0% que respondieron de acuerdo. Por último, en el indicador “Los hombres fuertes son más atractivos” el 44,4% respondieron totalmente de acuerdo y el 40,7% respondieron de acuerdo.



**Tabla 10**

*Estereotipos en la Dimensión de Imagen Corporal en adolescentes de la Institución*

*Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023.*

INDICADORES	DIMENSIÓN DE IMAGEN CORPORAL									
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
-La persona alta es más elegante.	435	55,2	345	43,8	8	1,0	0	0,0	788	100,0
-Toda la ropa le queda bien a una persona delgada.	418	53,0	365	46,3	5	0,6	0	0,0	788	100,0
-Una persona obesa se ve antiestética.	374	47,5	346	43,9	68	8,6	0	0,0	788	100,0
-Las personas con sobrepeso tienen menos posibilidades de encontrar el amor.	523	66,4	246	31,2	17	2,2	2	0,3	788	100,0
-Las personas rubias tienen más dinero.	539	68,4	218	27,7	24	3,0	7	0,9	788	100,0
-Las personas con buen cuerpo triunfan en la TV.	451	57,2	311	39,5	25	3,2	1	0,1	788	100,0
-Una persona con discapacidad física destinada a quedarse sola.	206	26,1	405	51,4	170	21,6	7	0,9	788	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la IES Comercio 32

Para identificar los aspectos más relevantes en cada dimensión se optó por presentar los porcentajes y frecuencias de cada uno de los indicadores evidenciando que, respecto al indicador “Las personas rubias tienen más dinero”, el 68,4% de los alumnos respondieron totalmente de acuerdo; seguido por el 27,7% que respondió de acuerdo. En lo correspondiente al indicador “Las personas con sobrepeso tienen menos posibilidades de encontrar el amor”, el 66,4% respondieron totalmente de acuerdo; seguido por el 31,2% que respondió de acuerdo. En lo concerniente al indicador “Las personas con buen cuerpo triunfan en la TV”, el 57,2% respondieron de acuerdo; seguido por el 39,5% que respondieron totalmente de acuerdo. Asimismo, al respecto del indicador “La persona alta es más elegante”, el 55,2% respondieron totalmente de acuerdo y el 43,8% de acuerdo.



## 4.2. DISCUSIÓN

En el presente estudio se encontró que los adolescentes del colegio “Mariano H. Cornejo” comercio 32, presentan estereotipos en todas las dimensiones es decir, los adolescentes tienen ideas o creencias preceptadas sobre personas o grupo de personas, las cuales pueden afectar en su forma de pensar o sentir siendo las más frecuentes la edad e imagen corporal con más de las tres cuartas partes, según Amossy & Pierrot, los estereotipos son representaciones colectivas de imágenes simplificadas preceptadas de individuos, instituciones o grupos que determinan cómo piensa, siente y se comporta una persona (18). Pinazzo insiste en que los estereotipos son características de un grupo y el conjunto de creencias populares con las que se concuerda, lo que tiene un gran valor porque contribuye a la conciencia y comprensión del mundo (20), sumando a ello se considera a los estereotipos esa forma de pensamiento para clasificar la apariencia de un individuo dentro de la sociedad, suelen reflejar una visión limitada y prejuiciosa de la realidad, lo que puede ser perjudicial para los adolescentes estereotipados y para la sociedad en su conjunto. Los resultados obtenidos se asemejan a los encontrados por Galván, K (11), en Lima, quien encontró la existencia de estereotipos y concluyó que existen estereotipos en todos los aspectos de la juventud, la mayoría de las veces están relacionados con la edad y la imagen corporal, esta similitud puede deberse a que se trabajó con la misma población que fue adolescentes, asimismo en ambos estudios se trabajaron en colegios públicos, y se usó la misma metodología de estudio.

Los resultados hallados pueden deberse a que los adolescentes viven en un mundo digital, en el que si no son de determinada forma son juzgados, por ejemplo, por el peso, el color, la ropa que usan, y más aun con la pandemia que se vivió, los adolescentes reforzaron conocimientos en cuanto a redes sociales, teniendo fácilmente acceso a ello. Por otro lado, “ tik tok” es la red social más popular hoy en día haciendo que las



representaciones sociales construidas por adolescentes estén fuertemente marcadas por los estereotipos de belleza, la necesidad de la aceptación entre ellos y la búsqueda de la popularidad, sumando a ellos otros medios digitales como el Instagram , Facebook están presentes de forma directa en la vida cotidiana de los adolescentes afectando en sus conductas y decisiones ya que los adolescentes quieren encajar en un grupo social haciendo lo que sea para lograrlo así sea cambiando su forma de ser o usar lo que está de moda y si no lo logran se sienten juzgados.

Con respecto a la primera dimensión, en la mayoría de adolescentes está presente el estereotipo de género, es decir que los adolescentes creen que “El hombre debe mantener el hogar” con un 46,6% quienes marcaron totalmente de acuerdo y “Los padres conceden más libertad a los hijos varones por considerarlos sexo fuerte” con un 45,6%. Los resultados presentan similitud con lo encontrado en el estudio de Villanueva, V; Alberola, E (6), en España, encontrando que existen diferencias significativas en la internalización de los estereotipos de género por sexo y edad, mostrando los hombres una mayor internalización de los estereotipos de género en términos de subtipos físicos, una mayor internalización conductual de los estereotipos de género en términos de subtipos sociales y una mayor en las mujeres, se observan la similitud en los trabajos por que los adolescentes también mostraron una mayor internalización conductual de los estereotipos de género tanto hombres como mujeres del contexto social, Según De Mendiguren, J; Etxezarreta, E. aunque las mujeres han logrado avances en todas las áreas de la vida pública, todavía existen modelos tradicionales de masculinidad y feminidad en nuestra sociedad, los cuales fomentan y justifican las relaciones y situaciones de desigualdad entre hombres y mujeres y, en ocasiones, fomentan el abuso y la violencia. En diversas investigaciones se ha observado que, aunque muchas mujeres tengan acceso a ámbitos que les estaban prohibidos y vayan ganando cada vez más espacios en la esfera pública,



no se observa un movimiento equitativo entre los hombres para dividir las responsabilidades domésticas y privadas (32).

Siguiendo con el margen de ideas, el resultado encontrado en género en mención al indicador “ El hombre debe mantener el hogar”, podría ser por la influencia de sus padres que vivieron en años pasados donde esperaban que las mujeres se encarguen de las tareas del hogar y la crianza de los hijos, mientras que los hombres se encargan de las finanzas, del automóvil y de los gastos del hogar, en este entender se puede creer que en la institución educativa, en la asignatura de tutoría no está tocando temas que involucren los estereotipos donde se incentive la igualdad de varones y mujeres. Así también sobre en el indicador “El varón es el sexo fuerte y por ello les conceden más permisos”, esto podría ser por las mismas experiencias vividas dentro de su hogar, donde al varón le dan un trato diferente, asimismo a la sociedad en la que se desenvuelven los adolescentes, donde creen que el hombre debe competir con otros hombres y dominar a las mujeres con actitudes agresivas y astutas, tener una amplia experiencia sexual, ser poco sensibles, físicamente imponentes y exigentes. Estos estereotipos son dañinos ya que no permiten que los adolescentes expresen lo que piensan ni lo que sienten, para los varones es dañino creer que no deberían llorar o expresar emociones. Al mismo tiempo, para las mujeres es dañino creer que no deberían ser independientes, inteligentes o firmes (39).

Con respecto a la segunda dimensión, el estereotipo de religión se encuentra presente en los adolescentes, es decir creen que “El catolicismo es la mejor religión” con 45,1% que respondieron totalmente de acuerdo seguido por “Los musulmanes son terroristas” con 40,7%, frente a los resultados es de suponer que los adolescentes creen que el catolicismo es mejor porque la mayoría de los peruanos pertenecen a ella y porque en la malla curricular nacional más del 64,5% de los alumnos cursa la asignatura de Religión en nuestro país, según datos se tiene en cuenta todos los niveles y centros



educativos (23), donde se habla del catolicismo en su mayoría, así mismo sus padres los bautizan desde pequeños a la iglesia católica sin opción de poder elegir su religión. Por otro lado, en el contexto en el que vivimos se realizan fiestas costumbristas como la candelaria que es la fiesta más grande de Puno donde participa gente católica, influyendo en los adolescentes, no se puede dejar de lado que las investigaciones sobre estereotipos religiosos son limitadas, pero las sociedades con predominio religioso tienden a exhibir creencias y prejuicios más fuertes. Estos estereotipos tienen sus raíces en los valores y prácticas de la religión minoritaria. En otras palabras, surgen porque la mayoría de la sociedad no está de acuerdo y critica a los seguidores de cada religión, es importante destacar que se manejan de acuerdo a las creencias, tradiciones y costumbres que se tengan de acuerdo a cada religión, es de señalar que este tipo de estereotipos en muy poco estudiado a nivel internacional y nacional por ello no se presenta ninguna similitud o diferencia con otro estudio.

En el mismo orden, en la tercera dimensión se encuentra presente el estereotipo de economía, es decir creen que “El dinero embellece a las personas” con 47,6% que respondieron totalmente de acuerdo y consideran que “Billetera mata al galán” con 43,0%. Al igual que los estereotipos de religión estos estereotipos presentan investigaciones limitadas, sin embargo, el poder económico alimenta los prejuicios y estereotipos sociales, lo que lleva a la estigmatización basada en la situación financiera de cada uno. Ese poder surge de las interacciones dentro de la sociedad, incluidos el trabajo y el mercado, donde no deberían existir prejuicios. Los estereotipos, los prejuicios y la discriminación reflejan la desigualdad social general (24).

Los resultados pueden deberse a que a los adolescentes de la institución educativa, siendo en su gran mayoría hijos de padres comerciantes, viven en un entorno donde el dinero toma mayor relevancia en su vida diaria y por ende se vuelve indispensable, así



también las redes sociales muestran que las personas exitosas son millonarias o el predominio del interés por el dinero en diferentes circunstancias lo que hace que los adolescentes perciban que “El dinero te da felicidad”, esto puede causar discriminación por la clase social entre adolescentes.

Respecto a la dimensión edad y sexual, estando presentes en los adolescentes es decir creen que los “Ancianos no pueden trabajar” con el 55,8% y “Difícil ver a una persona mayor vestida de joven” con 47,8% que estuvieron totalmente de acuerdo. Para los estereotipos sexuales se encontró que el 76,7% presentan dicho estereotipo, es decir los indicadores con más predominio fueron “Personas mayores menos interés por el sexo” con 46,6% y el 45,8% estuvieron totalmente de acuerdo que “Iniciativa por el varón en las relaciones sexuales”. Estos resultados tienen similitud con los del estudio de Teodosio, M. (14) quien encontró que los adolescentes se encuentran en un nivel medio de riesgo de participar en comportamientos sexuales como iniciar relaciones sexuales, tener parejas sexuales y contraer infecciones de transmisión sexual (ITS). Además, el 60 % está de acuerdo con que el atractivo femenino radica en la expresión corporal frágil, y el 63,8% está de acuerdo con que el atractivo masculino radica en la fuerza y la vitalidad, estos resultados muestran similitud porque en ambas investigaciones se observó que los estudiantes presentan prejuicios o creencias ampliamente aceptadas sobre la mujer como que ella sea complaciente y emotiva y el hombre sea quien tenga el dominio en la sociedad, la similitud se puede dar también, porque en ambas investigaciones son de enfoque cuantitativo y se trabajó con adolescentes.

Estos resultados en cuestión a edad en los indicadores “ Los ancianos no pueden trabajar” y “Es difícil ver a una persona mayor vestida de joven”, pueden deberse a la educación que se les brinda a los adolescentes en casa donde muchas veces son los mismos padres quienes discriminan a los adultos mayores, también porque en el Perú solo



se puede trabajar hasta los 70 años siendo excluidas las personas mayores de las actividades de la vida o reciben un trato diferente debido a su edad, de ahí la existencia de este tipo de estereotipos, prejuicios y discriminaciones en la sociedad, aunque el nivel físico y mental de la mayoría de las personas mayores todavía se encuentra en un nivel aceptable (26). Asimismo, es la misma sociedad que idealiza la forma de vestir para cada etapa de vida y parte de ahí las creencias que tienen los adolescentes.

Por otro lado, el resultado de la dimensión sexual en el indicador “El varón toma la iniciativa en las relaciones sexuales”, los jóvenes tienen características como la falta de control de los impulsos, la ambivalencia emocional, los cambios emocionales y la conducta, y su maduración sexual cada vez más temprana, impulsándolos a la búsqueda de relaciones sexuales como inicio de su vida sexual activa. Como se ve en las noticias muchas veces adolescentes intervenidos realizando actos contra el pudor en video cines, es de suponer que son influenciados por las redes sociales o las páginas de internet, donde idealizan al varón como el sexo fuerte y por ende él debe ser el que tome la iniciativa, siendo ello un gran problema donde los padres desde casa deben intervenir. Además de ello, los varones poseen la hormona de la testosterona, la que hace que tengan más apetito sexual (28). Sobre el indicador “Personas mayores menos interés por el sexo” se cree que el deseo o las fantasías sexuales deben desaparecer al envejecer debido al deterioro físico y porque no es natural, moral o socialmente bien visto. Ello no es cierto tanto hombres y mujeres mayores de 65 años no se consideran asexuales como se suele pensar. Además, el placer de una relación amorosa puede permanecer con el paso del tiempo.

De igual forma, en la sexta dimensión, en la gran mayoría se encuentra presente los estereotipos raciales, es decir creen que “La pareja ideal es una pareja blanca” con un 60.0% y “ Los blancos reciben mejor educación” con un 57,4%, el estereotipo del racismo surge de diferencias en el color de la piel, la cultura o el lugar de origen; en Perú,



analizando el término racial los estereotipos provocan percepciones negativas de los andinos y los negros, negando su conexión con la herencia indígena (27). Frente al primer indicador es de suponer que los adolescentes no están conformes con su color de piel y consideran que tener una piel blanca les da mayores beneficios tanto en su educación como en su vida sentimental, con respecto al segundo indicador, podría ser a causa que la gran mayoría del colegio son de provincia y muchas familias de la zona rural, siendo una raza mestiza y teniendo un estatus social medio o bajo, no podemos dejar de mencionar que no todos los adolescentes tienen acceso a una educación ya sea por la falta de dinero o por la lejanía en la que se encuentran siendo ello un problema ya que, de ahí surge la discriminación entre ellos por la falta de una buena educación, es de mencionar que estos resultados no presentan similitud ni diferencia con otros estudios porque existen pocas investigaciones que traten este estereotipo.

Finalmente en la séptima dimensión los adolescentes presentan estereotipos de imagen corporal, es decir creen que “ Personas rubias tienen más dinero” con un 68,4% que estuvieron totalmente de acuerdo seguido por “ Las personas con sobrepeso tienen menos posibilidades de encontrar el amor” con un 66,4%, estos resultados se asemejan con los encontrados en el estudio de Benavides LF (8), quien encontró que la mayoría de las adolescentes tienen una estereotipia alta. Por su parte, Salamanca CM, Rojas AM (7), encontraron que existen estereotipos de belleza física entre adolescentes y que las características corporales de delgadez, talla y piel blanca son los más predominantes. En la misma línea, Pérez et al. (9), en México, encontró que las adolescentes son influenciadas por los medios de comunicación sobre la autoevaluación de su imagen corporal y conductas relacionadas a la reducción de peso. Esta similitud podría ser porque se realizaron en colegios públicos, la población de estudio fueron adolescentes y porque fueron estudios descriptivos.





Los resultados del estudio discrepan con Huichi, D (13), en Lima, quien reporta que no existen estereotipos de imagen corporal y que las cogniciones de las adolescentes sobre su cuerpo son positivas. Esta discrepancia podría darse porque se usó diferente metodología de estudio y en el estudio se trabajó con una población mixta.

Ante los resultados encontrados en el indicador “ Las personas rubias tienen más dinero” pueden deberse a que usualmente las personas rubias se ven de un buen aspecto y de un estatus social alto por lo que los adolescentes se hacen la idea que tienen más dinero que el resto, así también por que en los medios de comunicación en la televisión específicamente, los programas como las novelas las protagonistas en su mayoría son personas rubias, por lo mencionado, muchos de los adolescentes quieren llegar a ser como los prototipos de varón o mujer que nos muestra la televisión, las redes sociales, las revistas; todo ello es fuerte, porque pueden alterar el comportamiento de alguien simplemente al unirse a algo que puede no ser real, como un estereotipo que se cree perfecto, pero que al final no lo es, porque todos somos distintos en todo sentido. Por otro lado, en el indicador “personas con sobrepeso tienen menos posibilidad de encontrar el amor”, es de suponer que los adolescentes quieren ser como las modelos de la televisión incluso olvidando su salud al querer hacer dietas para llegar a ese prototipo de varón o mujer que nos muestra la sociedad, causando problemas nutricionales como bulimia o anorexia, problemas de bullying en su colegio por su contextura sintiendo que no encajan en la sociedad afectando su autoestima.

Finalmente cabe mencionar que los resultados obtenidos anteriormente tuvieron ciertas limitaciones, como la poca información en cuanto a la recolección de antecedentes.



## V. CONCLUSIONES

- PRIMERA:** Los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32 -Juliaca, 2023 presentan estereotipos en todas las dimensiones siendo las más frecuentes: edad e imagen corporal.
- SEGUNDA:** Los estereotipos presentes en la dimensión de género son: El hombre debe mantener el hogar y los padres conceden más libertad a los hijos varones por considerarlos el sexo fuerte.
- TERCERA:** Los estereotipos están presentes en la dimensión de religión y son: El catolicismo es la mejor religión y los musulmanes son terroristas.
- CUARTA:** Los estereotipos en la dimensión de economía que presentan los adolescentes son: El dinero embellece a las personas y billetera mata galán.
- QUINTA:** Los estereotipos presentes en la dimensión de la edad son: Ancianos no pueden trabajar y difícil ver a una persona mayor vestida de joven.
- SEXTA:** Los estereotipos presentes en la dimensión racial son: La pareja ideal es una pareja blanca y los blancos reciben mejor educación.
- SÉPTIMA:** Los estereotipos presentes en la dimensión sexual son: Personas mayores menos interés por el sexo e Iniciativa por el varón en las relaciones sexuales.
- OCTAVA:** Los de estereotipos presentes en la dimensión de la imagen corporal son: Personas rubias tienen más dinero y personas altas más elegantes.



## VI. RECOMENDACIONES

### 1. A LOS ESTUDIANTES DE LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA MARIANO H CORNEJO COMERCIO 32, JULIACA

- Acudir al psicólogo del colegio cuando sientan que están siendo discriminados o perciban algún tipo de violencia por sus compañeros ya sea por su aspecto físico o por sus diferencias de ideas que les hace sentir que no encajan en la sociedad y afecte en su autoestima.
- Dialogar con sus padres, tener la confianza de poder decir lo que sienten y piensan así sea de diferente forma que el resto, así también practicar el hábito de la lectura sobre temas como estereotipos y usando positivamente las redes sociales.

### 2. A LA INSTITUCION EDUCATIVA MARIANO H CORNEJO COMERCIO 32, JULIACA Y A LA UNIDAD DE TUTORIA

- En base a los estereotipos de género, fomentar actividades incentivando el trabajo en equipo donde se incluya mujeres y varones sin distinción alguna.
- Realizar capacitaciones constantes para la actualización de los docentes en temas de igualdad de género.
- Organizar capacitación a los padres de familia abordando temas de estereotipos raciales, de edad para que conozcan el tema y puedan dialogar con sus hijos.
- En base a estereotipos de imagen corporal, realizar sesiones educativas en la asignatura de tutoría sobre el tema de autoestima y bullying puesto que son



consecuencias de los estereotipos, invitar a un experto en el tema.

3. A LOS PADRES DE LOS ADOLESCENTES DE LA INSTITUCION  
EDUCATIVA SECUNDARIA MARIANO H CORNEJO COMERCIO 32,  
JULIACA

- Brindar confianza y un trato igualitario a sus hijos y no restringir de ciertas actividades solo por ser mujer o varón. Asimismo, hablarles en casa sobre los estereotipos previa capacitación dirigido por la institución educativa.

4. A LOS BACHILLERES

- Realizar estudios de investigación de estereotipos en adolescentes en colegios rurales y privados, debido que en la actualidad este es un tema muy controversial y no se encontró investigaciones en nuestra región.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Rivera, F. Como los estereotipos afectan a los adolescentes en los trastornos alimenticios. [En línea] <http://es.calameo.com/books/00437898660e3f46b732d>.
2. Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo. Discriminación por edad, vejez, estereotipos y prejuicios. Ministerio de justicia y derechos humanos – presidencia de la nación. 2020 disponible en <https://www.conabip.gob.ar/sites/default/files/Discriminacion-por-Edad-Vejez-Estereotipos-y-Prejuicios%20PARA%20CLASE%201.pdf>
3. Nieto, R. El tercer mundo representado: la imagen como nido de estereotipos. Revista ICONO 14. 2009. *Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 7(2), 152-171.
4. Rodríguez. J. La cirugía estética en la adolescencia. [En línea] Centro Medico. <http://www.rodriuezpalacios.com.ar/cirugia-estetica/cirugiaestetica-adolescentes.html>.
5. Offer, D, Ostrov, E, Howard, K. Yatkinson, R. The teenage world. Adolescents selfimage in ten contries. s.l. : Nueva York: Plenum Medical Book C, 1988.
6. Villanueva, V, et al. Diferencias por sexo y edad en la interiorización de los estereotipos de género en la adolescencia temprana y media.
7. Salamanca C, y Rojas A. Estereotipos de belleza física que tienen los adolescentes de diferente género y estrato socioeconómico pertenecientes a colegios de la localidad de Suba . Bogotá : 2012.
8. Benavides, L. Los estereotipos de belleza y autovaloración de la imagen corporal en las adolescentes de 14 a 17 años del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez de la ciudad de Ambato, Ecuador. Ecuador : 2015.
9. Pérez-Lugo, A. L., Gabino-Campos, M., & Baile, J. I. Análisis de los estereotipos estéticos sobre la mujer en nueve revistas de moda y belleza mexicanas. 1, s.l. : Revista mexicana de trastornos alimentarios, 2016, Vol. 7. 40-45.



10. Liberio, M. Análisis de la influencia de los realitys shows nacionales en la formación de Estereotipos sociales en los Adolescentes de la ciudad de Guayaquil. Ecuador : 2015.
11. Galván, K. Estereotipos en adolescentes de una institución educativa pública . [En línea] 2019. [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10360/Galvan\\_rk.pdf?sequence=1](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10360/Galvan_rk.pdf?sequence=1).
12. Lamas, L. Diseño de concepto y marca para combatir estereotipos femeninos de belleza que acentúan la baja autoestima en adolescentes usuarias de Instagram. [En línea] 2020. <https://repositorio.usil.edu.pe/bitstreams/44e209b5-be58-4368-ba0f-c92cacbb>.
13. Huicho, D. Estereotipos de belleza transmitidos en reality shows e imagen corporal en adolescentes de una institución educativa secundaria. [En línea] 2019. <https://repositorio.usil.edu.pe/bitstreams/377e32a2-aecf-4427-8484-d9838e070791/download>.
14. Teodosio, M. Estereotipo de género y conductas sexuales de riesgo en los adolescentes del centro preuniversitario de la Universidad Nacional del Callao-2019. [En línea] 2021. [http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/6009/TESIS\\_DDOCTOR\\_YDRUGO\\_FCS\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/6009/TESIS_DDOCTOR_YDRUGO_FCS_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
15. Del Carpio, H. Tipos de parentalidad y su influencia en la percepción del estereotipo de roles de género según el sexo en adolescentes escolares del distrito del Cusco, 2018.
16. Pérez, S; Santiago, M. El concepto de adolescencia. Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud en la adolescencia, 2002, vol. 2, núm. 3, pág. 15-23.
17. López, F.; Castro, A. adolescencia. Límites imprecisos, 2007. [http://mncn.bmtest.es/sites/default/files/2020-01/nm21\\_12\\_volantones.pdf](http://mncn.bmtest.es/sites/default/files/2020-01/nm21_12_volantones.pdf)
18. Amossy, R., & Pierrot, A. H. (2020). Estereotipos y clichés. Eudeba.
19. Baron y Baim. Trabajo inmaterial, competencias sociales y estereotipos de género.



- La Plata, 10 al 12 de diciembre de 2003 : In III Jornadas de Sociología de la UNLP, 2003.
20. Pinazzo, S. Como un Rolling. Programa de intervención Información y exposición indirecta para reducir estereotipos hacia el envejecimiento. 2022.
  21. Bravo, P, y Moreno, P. La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes. 1, s.l. : Revista de investigación educativa, 2007, Vol. 25. 35-38.
  22. Moreau, C, et al. Gender and health in very young adolescents. Journal of Adolescent Health, 2021, vol. 69, no 1, p. S3-S4.
  23. Esteban, C, et al. Estereotipos y realidades de la religión en la escuela. s.l. : Cuadernos de Pedagogía, 2021.
  24. De Mendiguren, J; Etxezarreta, E. Sobre el concepto de economía social y solidaria: aproximaciones desde Europa y América Latina. Revista de economía mundial, 2015, no 40, p. 123-143.
  25. Rodríguez, N. Envejecimiento: edad, salud y sociedad. Horizonte sanitario, 2018, vol. 17, no 2, p. 87-88.
  26. Plata, R. Estereotipos sobre la edad y el envejecimiento en estudiantes y profesionales de Ciencias de la Salud. 21, s.l. : Revista prisma social, Vol. 2018. 108-122.
  27. Ortiz, J. Estereotipos de raza en la publicidad-un análisis de contenido de diarios chilenos y peruanos.
  28. Juliano, D. El trabajo sexual en la mira: polémicas y estereotipos. s.l. : Cuadernos pagu, 2005. 79-106.
  29. Herrero, D. Análisis de la imagen corporal y sus estereotipos en la cartelería de actividades para fomentar el uso de la bicicleta en España. 3, España : Psychology, Society & Education, 2018, Vol. 10. 315-323.
  30. Castillo, R, et al. Análisis de los estereotipos de género actuales. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 2014, vol. 30, no 3, p. 1044-1060.



31. Pérez, S; Santiago, M. El concepto de adolescencia. Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud en la adolescencia, 2002, vol. 2, no 3, p. 15-23.
32. De Mendiguren, J; Etxezarreta, E. Sobre el concepto de economía social y solidaria: aproximaciones desde Europa y América Latina. Revista de economía mundial, 2015, no 40, p. 123-143.
33. Rodríguez, N. Envejecimiento: Edad, salud y sociedad. Horizonte sanitario, 2018, vol. 17, no 2, p. 87-88.
34. Plata, R. Estereotipos sobre la edad y el envejecimiento en estudiantes y profesionales de Ciencias de la Salud. 21, s.l. : Revista prisma social, Vol. 2018. 108-122.
35. Juliano, D. El trabajo sexual en la mira: polémicas y estereotipos. s.l. : Cuadernos pagu, 2005. 79-106.
36. Herrero, D. Análisis de la imagen corporal y sus estereotipos en la cartelería de actividades para fomentar el uso de la bicicleta en España. 3, España : Psychology, Society & Education, 2018, Vol. 10. 315-323.
37. Ortiz, J. Estereotipos de raza en la publicidad-un análisis de contenido de diarios chilenos y peruanos.
38. Esteban, C, et al. Estereotipos y realidades de la religión en la escuela. s.l. : Cuadernos de Pedagogía, 2021.
39. Amurrio, M et al. Los estereotipos de género en los/las jóvenes y adolescentes. Donostia: Eusko Ikaskuntza. [En línea] 15 de 12 de 2012. <https://www.campuseducacion.com/blog/wp-content/uploads/2018/04/Estereotipos-de-g%C3%A9nero-en-los-j%C3%B3venes.pdf>.
40. Hernández-Sampieri, R., & Mendoza-Torres, C. P. Metodología de la investigación: las tres rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. s.l. : Sl: sn ISBN 978-14562-6096-5., 2019.
41. Arias-González, J. & Covinos-Gallardo, M. Diseño y metodología de la investigación. . [En línea] 2021. <https://acortar.link/43mxB1>.





42. Sagrador, J. Identidades, actitudes y estereotipos en la España de las autonomías. s.l. : Madrid: CIS., 1996.
43. Arcos, A. La asignatura de Religión, lejos de sus estereotipos. 2020. <https://www.magisnet.com/2020/11/la-asignatura-de-religion-lejos-de-sus-estereotipos/>
44. Montes, T. Factores que inciden en el inicio de las relaciones sexuales en adolescentes. Ciencia y Salud Virtual, 2010, vol. 2, no 1, p. 152-160. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6635307.pdf>
45. Cuide. Personas mayores y sexualidad. 2020. <https://cuido.com/blog/personas-mayores-sexualidad-tema-tabu/>



## ANEXOS

## ANEXO 1. Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	DISEÑO
<p><b>Problema General:</b> 1) ¿Cuáles estereotipos presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32, ubicada en la ciudad de Juliaca San Román, 2023?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> 1) ¿Qué estereotipos de género presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32? 2. ¿Qué estereotipos de religión presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32? 3. ¿Qué estereotipos de condición económica presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32? 4. ¿Qué estereotipos de edad presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32? 5. ¿Qué estereotipos de raza presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32? 6. ¿Qué estereotipos de sexualidad presenta los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32? 7. ¿Qué estereotipos de imagen corporal presentan los adolescentes de la</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar los estereotipos que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32, ubicada en la ciudad de Juliaca San Román, 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> 1. Identificar los estereotipos de género que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32. 2. Identificar los estereotipos de religión que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32. 3. Identificar los estereotipos de condición económica que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32. 4. Identificar los estereotipos de edad que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32. 5. Identificar los estereotipos de raza que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32. 6. Identificar los estereotipos de</p>	<p>Estereotipos en adolescentes</p>	<p>Género</p> <p>Religión</p> <p>Economía</p> <p>Edad</p> <p>Raciales</p> <p>Sexuales</p>	<p>-Más libertad a los varones por considerarlos sexo fuerte. -Mujer más sensible emocionalmente. -Hombre mantiene el hogar. -El hombre posee facilidad de toma de decisiones. -Mujer dedicada a las tareas del hogar; buena crianza de los hijos. -Cuesta aceptar que la mujer se case con un hombre menor. -Papel de la mujer invisibilidad. -Catolicismo la mejor religión. -Religión que sigue las enseñanzas de Dios es mía. -Los musulmanes son terroristas. -Personas de condición económica baja son menos limpias. -Dinero embellece a las personas. -Billetera mata galán. -Personas mayores son como niños. -Difícil ver a una persona mayor vestida de joven. -Ancianos no pueden trabajar. -Gente de raza blanca, mejor educación. -Persona de raza blanca mejor prototipo para pareja. -La raza indígena es ingenua. -Los hombres fuertes son más atractivos. -Iniciativa por el varón en las</p>	<p>Población: 788 estudiantes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32</p> <p>Muestra: Se aplicó una muestra censal trabajando con todos los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32</p> <p>Tipo y Diseño Enfoque Cuantitativo</p> <p>Investigación de tipo aplicada</p> <p>Diseño descriptivo, transversal</p>



Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32?	sexualidad que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32. Identificar los estereotipos de imagen corporal que presentan los adolescentes de la Institución Educativa Secundaria "Mariano H Cornejo", Comercio 32.		Imagen Corporal	relaciones sexuales. -Necesidad de masturbación más en el varón. -Personas mayores menos interés por el sexo. -Persona alta más elegante. -A una persona delgada la ropa le queda bien. -Antiestético una persona obesa. -Personas con sobrepeso menos suerte en el amor. -Personas rubias tienen más dinero. -Personas con buen cuerpo triunfan en la TV. -Personas con discapacidad física destinada a quedarse sola.	
--	--	--	-----------------	--	--



## ANEXO 2. Cuestionario

### CUESTIONARIO

#### Presentación:

Buenos días, mi nombre es Gimena Libertad Iruri Calderón, bachiller de enfermería de la Universidad Nacional del Altiplano Puno y actualmente me encuentro desarrollando un trabajo de investigación que tiene como objetivo identificar los estereotipos en los adolescentes del cuarto y quinto año de la institución educativa secundaria “Mariano H Cornejo” comercio 32- Juliaca.

El presente estudio es de carácter ANÓNIMO, por lo que no es necesario que registre su nombre, y CONFIDENCIAL por lo cual se le solicita a usted que responda con toda sinceridad a las preguntas que se le presentará. Agradezco anticipadamente su colaboración.

#### Instrucciones:

#### Datos Generales:

A. Edad en años

B. Sexo      F( )    M( )

C. Grado de estudios:      4to ( ) 5to ( )

D. Sección:    A ( ) B ( ) C ( ) D ( ) E ( ) F ( ) G ( ) H ( ) I ( ) J ( ) K ( ) L ( )

A continuación, se le presenta una serie de enunciados. Elija para cada uno de ellos una sola respuesta, la que Ud. crea conveniente y marque con un aspa.

TA: Totalmente de acuerdo

DA: De acuerdo

D: Desacuerdo

TD: Totalmente desacuerdo



<b>ENUNCIADOS</b>	<b>TA</b>	<b>A</b>	<b>D</b>	<b>TD</b>
<b>I. ESTEREOTIPOS DE GÉNERO</b>				
1. Los padres conceden más libertad a los hijos varones por considerarles el sexo fuerte				
2. La mujer es generalmente más sensible emocionalmente				
3. El hombre debe mantener el hogar				
4. Para el hombre es fácil tomar decisiones				
5. Para que los hijos se críen bien la mujer debe dedicarse a las tareas del hogar.				
6. Me cuesta aceptar que una mujer se case con un hombre menor que ella.				
7. Consideras que el papel de la mujer se encuentra Invisibilizado				
<b>II. ESTEREOTIPOS DE RELIGIÓN</b>				
8. El catolicismo es la mejor religión porque la mayoría de peruanos pertenecen a ella				
9. La verdadera religión que sigue las enseñanzas de dios es la mía				
10. Los musulmanes son terroristas				
<b>III. ESTEREOTIPOS DE ECONOMÍA</b>				
11. Generalmente las personas de baja condición económica son menos limpias				
12. el dinero embellece a las personas				
13. Billetera mata galán				
<b>IV. ESTEREOTIPOS DE EDAD</b>				
14. Las personas mayores son como niños				
15. Resulta difícil ver a una persona mayor vestida como joven				
16. Los ancianos no pueden trabajar				
<b>V. ESTEREOTIPOS RACIALES</b>				
17. La gente de raza blanca tiene mejor educación				
18. Una persona de raza blanca es el mejor prototipo de				



pareja ideal				
19. La gente de raza indígena es muy ingenua				
VI. ESTEREOTIPOS SEXUALES				
20. Las mujeres se sienten más atraídas por los hombres Fuertes				
21. Es más adecuado que el varón tome la iniciativa en las relaciones sexuales				
22. El varón necesita masturbarse más que la mujer				
23. Personas mayores menos interés por el sexo				
VII. ESTEREOTIPOS DE IMAGEN CORPORAL				
24. Una persona alta es más elegante				
25. A una persona delgada cualquier ropa le queda bien.				
26. Es antiestético que una persona sea obesa				
27. Las personas con sobrepeso tiene menos suerte en el Amor				
28. Si veo a una persona rubia suelo pensar que tiene dinero				
29. Solo las personas con buen cuerpo triunfan en la Televisión				
30. Una persona con discapacidad física está destinada a quedarse sola				



### ANEXO 3. Hoja de información



**Universidad Nacional del Altiplano**  
**Facultad de Enfermería**



### HOJA DE INFORMACIÓN

#### **"Estereotipos en adolescentes de un colegio público-Juliaca2023"**

Estimada madre de familia, mi nombre es Gimena Libertad Iruri Calderón soy bachiller de la Universidad Nacional del Altiplano de la facultad de enfermería, estoy realizando un proyecto de investigación cuyo objetivo es determinar los estereotipos en adolescentes de un colegio Público - Juliaca 2023. Los estereotipos son prejuicios o creencias aceptados sobre una persona o un grupo de personas, muchas veces se cree que por ser delgada se es más bonita o por ser morena no eres agradable como consecuencia traerá problemas en el adolescente como baja autoestima o problemas alimenticios. Este estudio beneficiará a su menor hijo principalmente ya que con los resultados obtenidos se planteará estrategias para erradicar los estereotipos aún presentes.

Se le aplicará una encuesta a su menor hijo solicitándole la mayor sinceridad en sus respuestas, me comprometo con Ud. a guardar la máxima confidencialidad y **ANONIMATO** de la información brindada ya que no se pide que coloque su nombre, así también se le asegura que los hallazgos serán con fines de investigación únicamente y no le perjudicaran en lo absoluto.

Agradeceré su autorización de su menor hijo a participar en el estudio. Si tiene alguna duda sírvase a contactar con el investigador.

.....  
**Gimena L. Iruri Calderón**

**DNI:75576313**

**CEL:966477762**





## ANEXO 4. Consentimiento informado

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo.....He  
sido explicado(a) sobre el objetivo de la investigación, y el beneficio de la misma,  
comprendí la información brindada por el investigador y del carácter confidencial y  
anonimato del mismo, autorizo a mi menor hijo(a) a participar en dicha investigación.

.....

**FIRMA DEL INVESTIGADOR**

.....

**FIRMA DEL PADRE O MADRE**



## ANEXO 5. Asentimiento informado

### ASENTIMIENTO INFORMADO

Hola mi nombre es Gimena Libertad Iruri Calderón, soy bachiller de enfermería de la Universidad Nacional del Altiplano. Actualmente estoy realizando un proyecto de investigación para saber si existe estereotipos en los adolescentes y para ello quiero pedirte que me apoyes. Tu participación en el estudio consistiría en llenar un cuestionario de 30 preguntas para marcar.

Tu participación es voluntaria, es decir es decisión tuya participar o no en el estudio. También es importante que tengas en cuenta, si en algún momento ya no quieres continuar en el estudio, no habrá problema, o si no quieres responder a alguna pregunta en particular.

Está información será confidencial. Tu respuesta solo sabrá la investigadora.

Si aceptas participar, pon una (✓) en el cuadrito de abajo

Si no quieres participar, no pongas (✓), ni escribas tu nombre.

Si quiero participar

Nombre: \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_



**ANEXO 6.** Carta de presentación y solicitud



"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

Puno C.U., 01 de setiembre de 2023

**CARTA Nº 116-2023-D-FE-UNA-PUNO**

Señor Lic.

**MARCELO QUISPE GUTIERREZ**

Director de la Institución Educativa Secundaria  
"MARIANO H CORNEJO" COMERCIO 32-Juliaca  
Juliaca.-

**ASUNTO:** PRESENTA Y SOLICITA BRINDAR FACILIDADES A EGRESADA  
DE LA FACULTAD DE ENFERMERÍA

Es muy grato dirigirme a usted, para expresarle un afectuoso saludo, al mismo tiempo me permito presentar a la Bachiller: Srta. GIMENA LIBERTAD IRURI CALDERÓN, egresada de la Facultad de Enfermería de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, con el fin de solicitar a su digna representada se sirva autorizar y brindar las facilidades del caso para la recolección de datos y ejecución del Proyecto de Investigación de Tesis conforme se detalla, bajo la dirección del Docente: M.Sc. WILLIAM HAROLD MAMANI ZAPANA.

RESPONSABLES	PROYECTO DE INVESTIGACION DE TESIS
GIMENA LIBERTAD IRURI CALDERÓN	"Estereotipos en Adolescentes en un Colegio Público, Juliaca 2023".

Agradeciendo de antemano su gentil apoyo, es oportuno renovarle mi mayor consideración personal.

*Atentamente,*

  
Dra. Rosa Pilco Vargas  
DECANA  
FACULTAD DE ENFERMERÍA

C.c.  
Archivo.  
RPV/crle.



**SOLICITO:** Autorización para realizar la ejecución de proyecto de investigación.

**SEÑOR MARCELO QUISPE GUTIERREZ**

**DIRECTOR DE LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA "MARIANO H CORNEJO" COMERCIO 32.**

Yo Gimena Libertad Iruri Calderón, bachiller en enfermería de la Universidad Nacional del Altiplano identificada con DNI°75576313 y con domicilio en C.H torres de san carlos edif 14 de la ciudad de Puno, con correo electrónico: [giruricalderon@gmail.com](mailto:giruricalderon@gmail.com) y numero de celular: 966477762

Ante usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que siendo uno de los requisitos indispensables la ejecución para continuar con mi proyecto de investigación recurrido a su digno despacho para solicitarle su autorización y apoyo consistente en prestarme facilidad del caso para ejecutar mi proyecto de investigación titulado: "ESTEREOTIPOS EN ADOLESCENTES EN UN COLEGIO PUBLICO, JULIACA -2023", adjunto la carta de presentación y el cuestionario con el que se trabajara respectivamente.

**POR LO EXPUESTO:**

Señor director; ruego a usted acceder a mi

petición por ser justa.

03 de setiembre del 2023



FIRMA

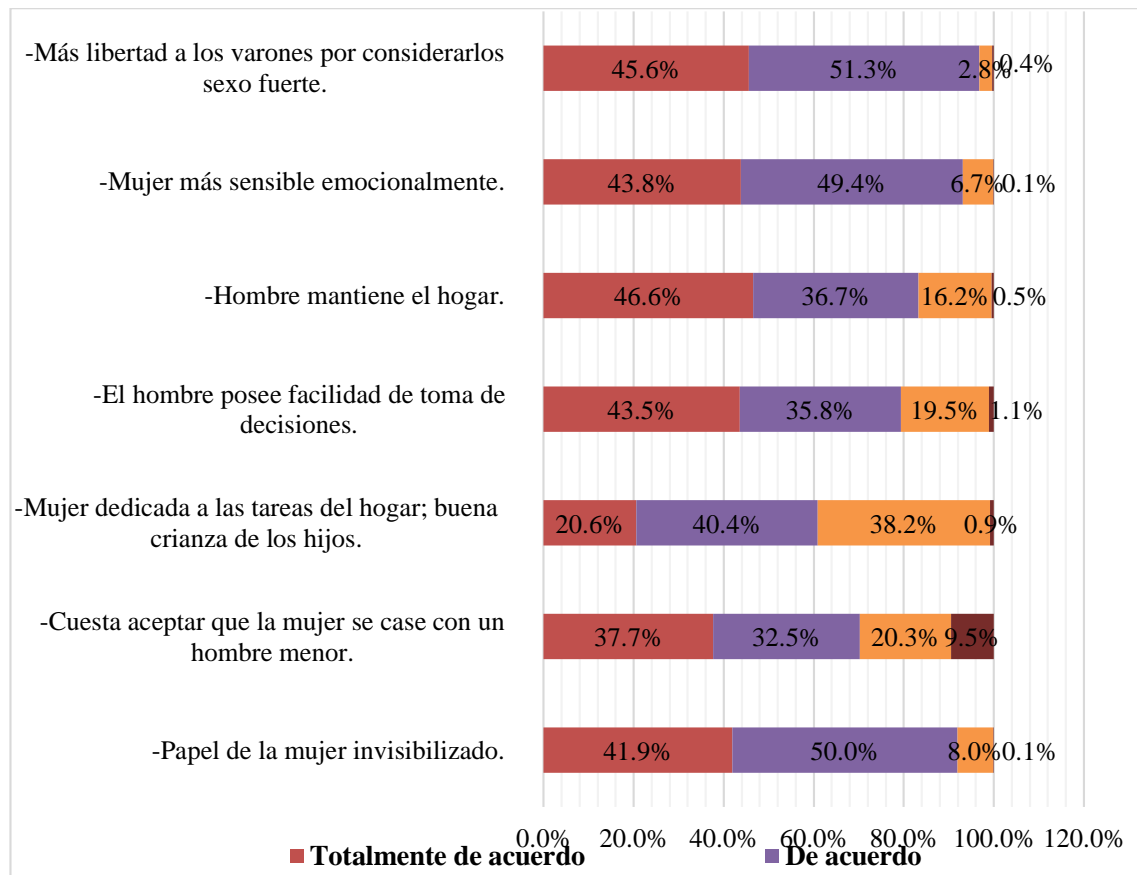
DNI N° 75576313

## ANEXO 7. Gráficos

**Figura 1**

*Estereotipos en adolescentes en la Dimensión de Genero de la Institución Educativa*

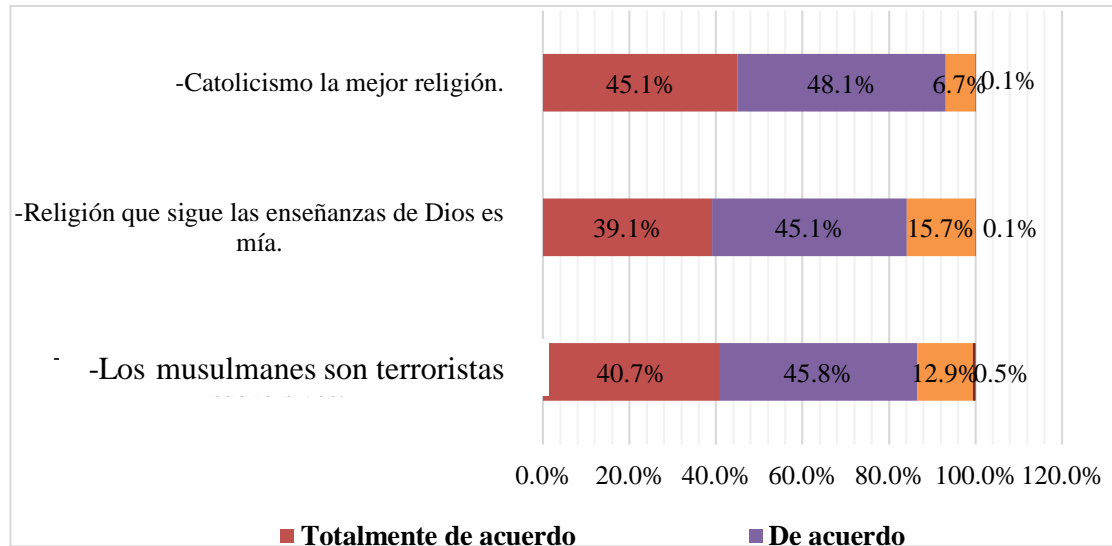
*Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*



Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes

**Figura 2**

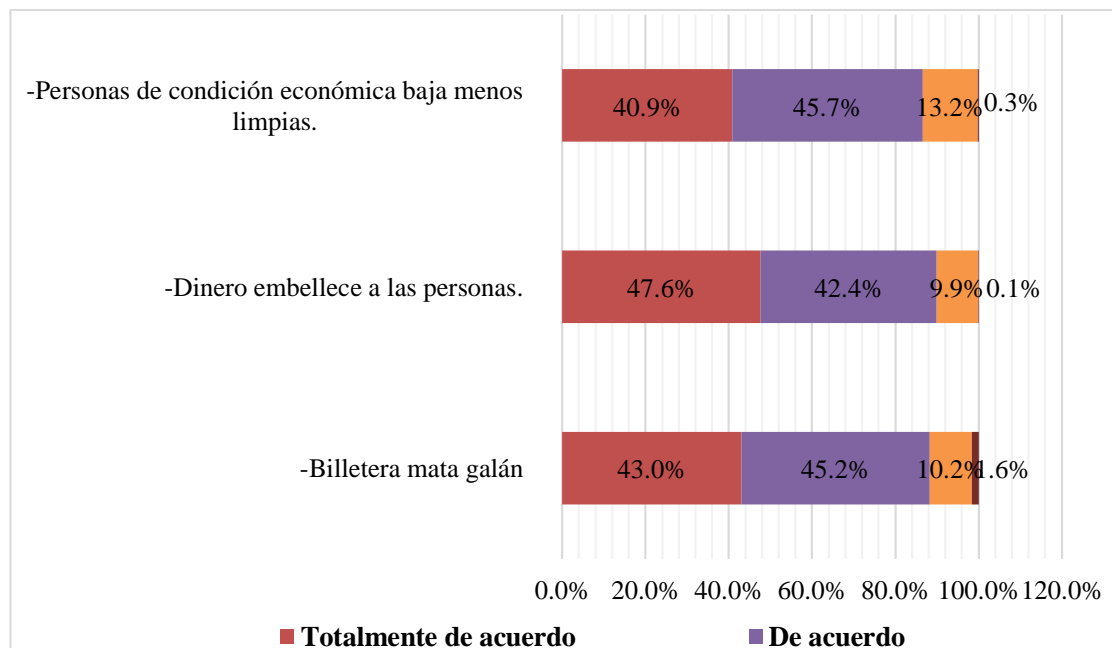
*Estereotipos en adolescentes en la Dimensión de Religión de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*



Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes

**Figura 3**

*Estereotipos en adolescentes en la Dimensión Condición Económica de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*

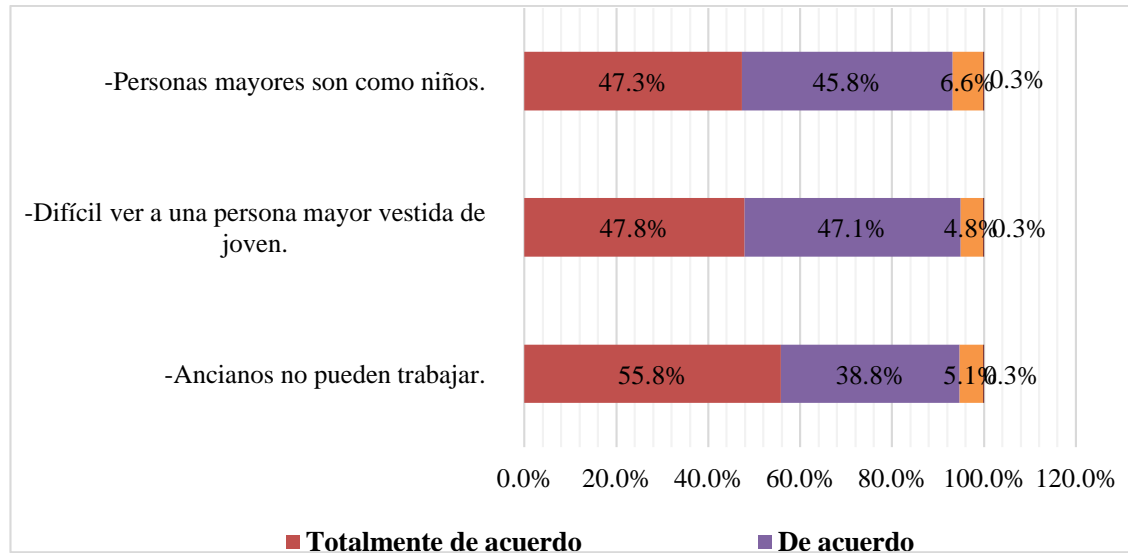


Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes

#### Figura 4

*Estereotipos en adolescentes en la Dimensión de Edad de la Institución Educativa*

*Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*

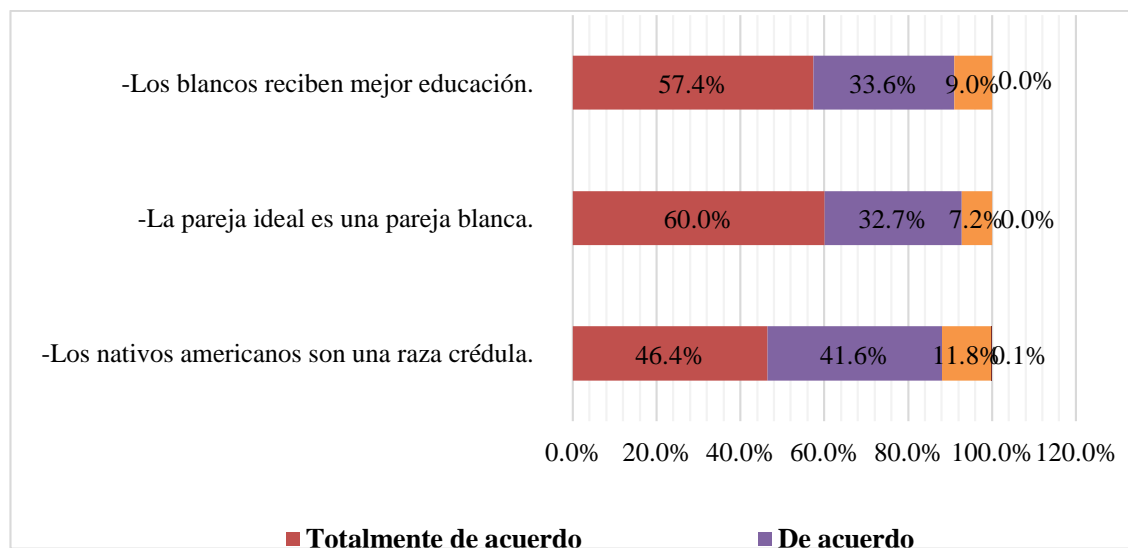


Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes

#### Figura 5

*Estereotipos en adolescentes en la Dimensión Racial de la Institución Educativa*

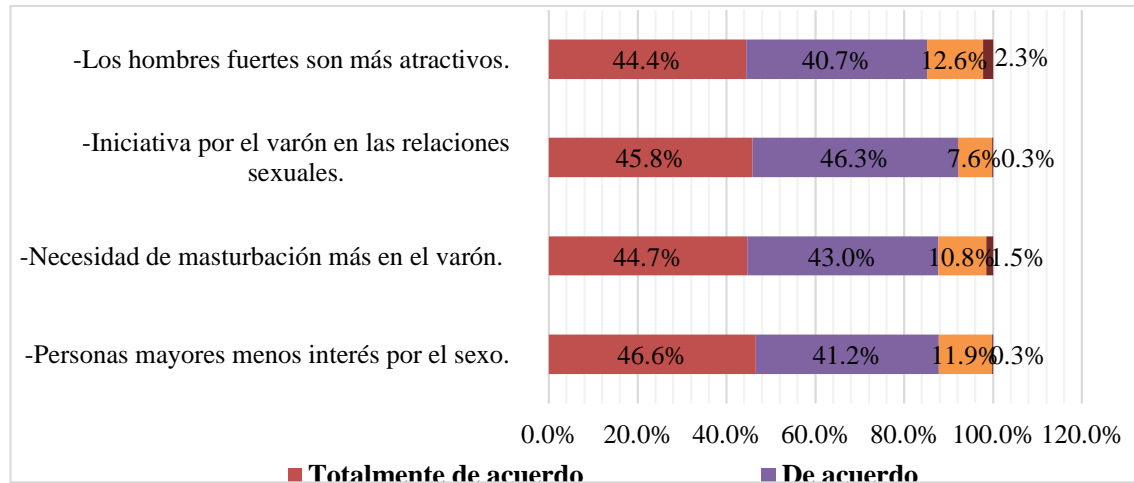
*Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*



Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes

**Figura 6**

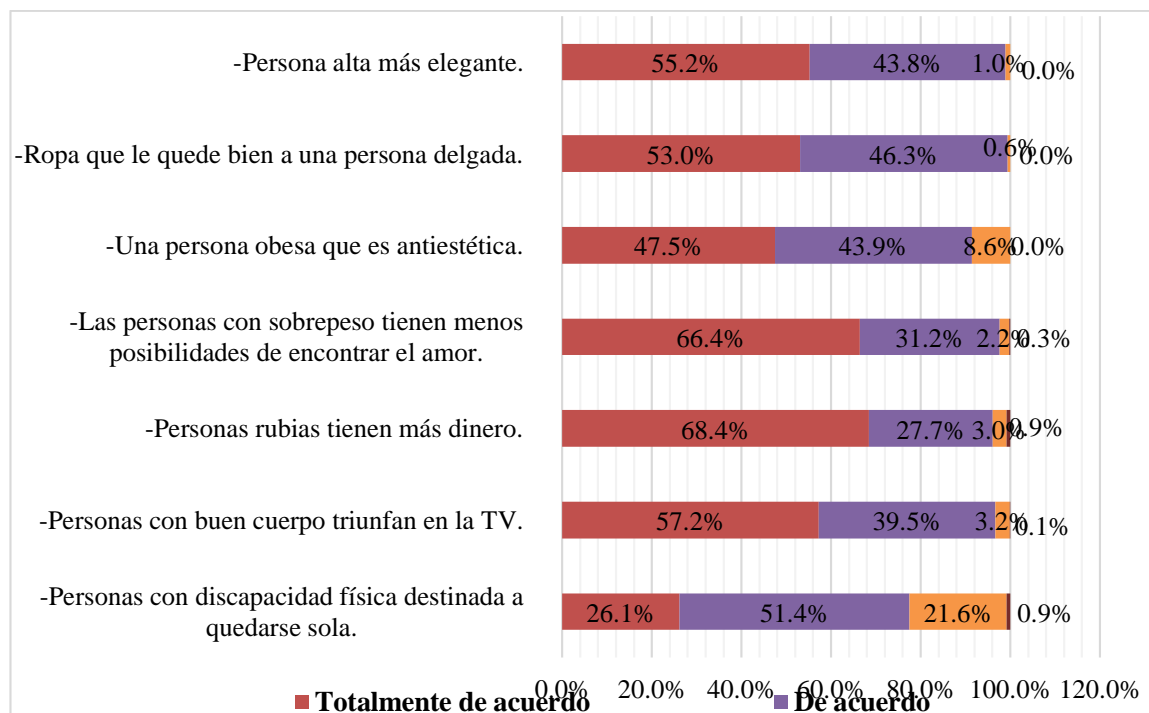
*Estereotipos en adolescentes en la Dimensión de Sexualidad de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*



Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes

**Figura 7**

*Estereotipos en adolescentes en la Dimensión de Imagen corporal de la Institución Educativa Secundaria “Mariano H Cornejo” Comercio 32- Juliaca 2023*



Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes





## ANEXO 8. Solicitud de información de número de casos de consecuencias de estereotipos

SOLICITO: Información sobre consecuencias de los estereotipos en los adolescentes de la institución.

SEÑOR MARCELO QUISPE GUTIERREZ

DIRECTOR DE LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA "MARIANO H CORNEJO" COMERCIO 32.



Yo Gimena Libertad Iruri Calderón, bachiller en enfermería de la Universidad Nacional del Altiplano identificada con DNI°75576313 y con domicilio en C.H torres de san carlos edif 14 de la ciudad de Puno y con correo electrónico: [giruricalderon@gmail.com](mailto:giruricalderon@gmail.com)

Ante usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que habiendo culminado la carrera de enfermería vengo realizando un proyecto de investigación "ESTEREOTIPOS EN ADOLESCENTES EN UN COLEGIO PUBLICO", por lo que solicito me brinde información sobre el número de casos de bullying por imagen corporal, alcoholismo en adolescente, intentos de suicidios por depresión, acoso escolar y trastornos alimenticios(bulimia, anorexia, obesidad o delgadez) a causa de los estereotipos en dicha institución en el año 2022-2023 ,asimismo pongo en conocimiento que la información brindada será sumamente confidencial y usado únicamente para el presente estudio.

POR LO EXPUESTO:

Señor director; ruego a usted acceder a mi

petición por ser justa.

31 de Julio del 2023

FIRMA

DNI N° 75576313



Juliaca, 2 de Agosto del 2023

Señorita:

Gimena Libertad Iruri Calderón

Universidad Nacional del Altiplano

Puno

**Reciba cordial saludo,**

El motivo de la presente es brindar respuesta a su requerimiento, mediante el cual solicita el número de casos de bullying por imagen corporal, alcoholismo en adolescente, intentos de suicidios por depresión, acoso escolar y trastornos alimenticios (bulimia, anorexia, obesidad o delgadez) a causa de los estereotipos en nuestra institución. Con relación a ello debemos informarle lo siguiente:

Habiendo:

5 casos de bullying por imagen corporal.

5 casos de alcoholismo en adolescente.

44 casos de depresión- ansiedad

2 caso intento de suicidio por depresión.

0 casos de acoso escolar.

3 casos de trastornos alimenticios.

Confiamos en que esta información le sea de utilidad para continuar con su proyecto de investigación en nuestra institución

Atentamente,



Lic. MARCELO QUISPE GUTIÉRREZ  
DIRECTOR  
I.E.S. COMERCIO 32 "MARIANO H. CORNEJO"  
JULIACA





### ANEXO 9. Cronograma de ejecución según sus horarios de tutoría

3RO						
N°	HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
1	12:30pm-1:10pm					
2	1:10pm-1:50pm					
3	1:50pm-2:30pm					
4	2:30pm-3:10pm					
5	3:30pm-4:10pm					
6	4:10pm-4:50pm					
7	4:50pm-5:30pm					

4TO						
N°	HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
1	7:30am-8:10am					
2	8:10am-8:50am					
3	8:50am-9:30am					
4	9:30am-10:10am					
5	10:30am-11:10am					
6	11:10am-11:50am					
7	11:50am-12:25pm					



## ANEXO 10. Juicio de experto

### JUICIO DE EXPERTOS Y PRUEBA BINOMIAL DEL TRABAJO DE GALVAN,

#### K.

ITEMS	N° DE JUEZ							P
	1	2	3	4	5	6	7	
1	1	1	1	1	1	1	1	0.008
2	1	1	1	1	1	1	1	0.008
3	1	1	0	1	1	1	1	0.062
4	1	1	1	1	1	1	0	0.062
5	1	1	1	1	1	1	1	0.008
6	1	1	1	1	1	1	1	0.008
7	1	1	1	1	1	1	1	0.008

P=0.02; P<0.05

#### PRUEBA DE CONFIABILIDAD – ALFA DE CRONBACH

$$\alpha = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S^2 t}{S^2 t} \right)$$

Donde:

$\alpha$  = Alfa de Crombach

n = Numero de ítems

$\sum S^2 t$  = Suma de las varianzas de cada ítem

$S^2 t$  = Varianza total

Rangos de confiabilidad

Magnitud

0.81 a 1.00

Muy alta

0.61 a 0.80

Alta

0.41 a 0.60

Moderada

Reemplazando los valores:

$\alpha = 0.7$

## ANEXO 11. Fotografías de evidencia



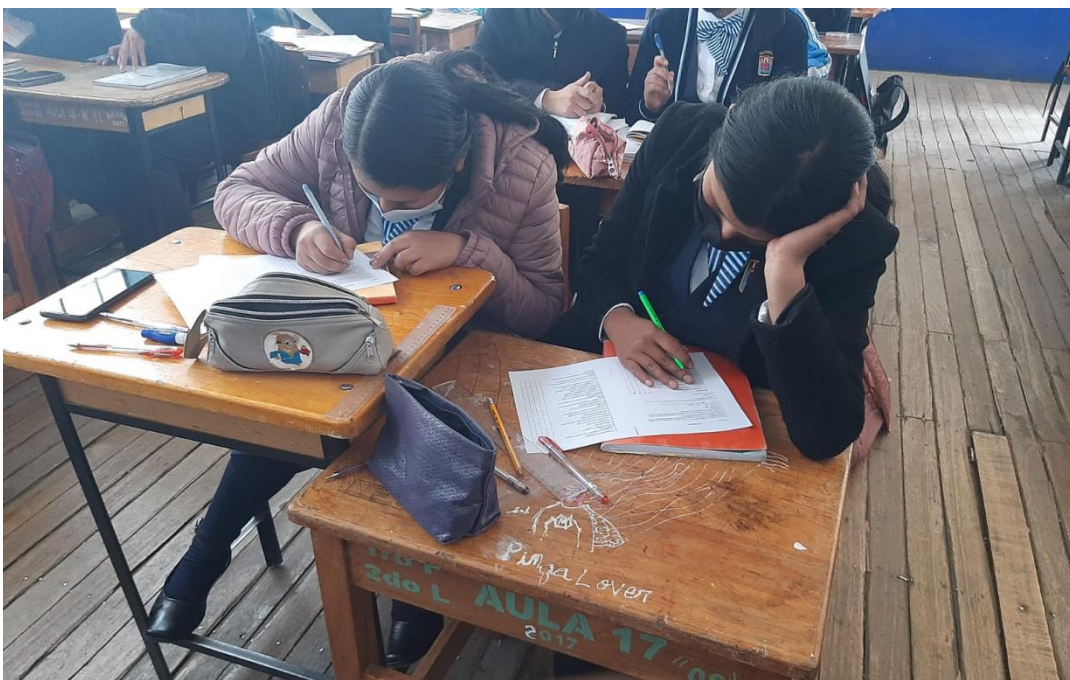
**IMAGEN 1.** Tesista recogiendo los asentimientos informados.



**IMAGEN 2.** Se muestra a la tesista aclarando dudas de los estudiantes de 3ro.



**IMAGEN 3.** Se muestra a la tesista aclarando dudas a los estudiantes de 4to.



**IMAGEN 4.** Se muestra a los estudiantes llenando el cuestionario.



## AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo GIMENA LIBERTAD IRURI CALDERÓN  
, identificado con DNI 75576313 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado  
ENFERMERIA

, informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación para la obtención de  Grado

Título Profesional denominado:

“ ESTEREOTIPOS EN ADOLESCENTES DE UN COLEGIO PÚBLICO,  
JUJACA 2023. ”

” Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los “Contenidos”) que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 08 de AGOSTO del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella



## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo GIMENA LIBERTAD IRURI CALDERÓN  
identificado con DNI 75576313 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado

ENFERMERÍA

, informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación para la obtención de  Grado  
 Título Profesional denominado:

“ ESTEREOTIPOS EN ADOLESCENTES DE UN COLEGIO PÚBLICO,  
JULIACA 2023.”

” Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 08 de AGOSTO del 20  

FIRMA (obligatoria)



Huella