



## COMUNICACIÓN BREVE

# Manifestations of gender stereotyped patterns in activities in digital environments of Chilean university students

## Manifestaciones de patrones estereotipados de género en las actividades en entornos digitales de estudiantes universitarios chilenos

Marisol Hernández-Orellana<sup>1</sup>  , Ángel Roco-Videla<sup>2</sup>  , Ezequiel Martínez Rojas<sup>3</sup>  

<sup>1</sup>Universidad Autónoma de Chile, Dirección Corporativa de Desarrollo y Postgrado. Santiago, Chile.

<sup>2</sup>Universidad Bernardo O'Higgins, Programa de Magister en Ciencias Químico-Biológicas. Santiago, Chile.

<sup>3</sup>Universidad Arturo Prat. Iquique, Chile.

**Citar como:** Hernández-Orellana M, Roco-Videla Ángel, Martínez Rojas E. Manifestations of gender stereotyped patterns in activities in digital environments of Chilean university students. Salud, Ciencia y Tecnología. 2024; 4:.902. <https://doi.org/10.56294/saludcyt2024.902>

Enviado: 24-02-2024

Revisado: 15-05-2024

Aceptado: 27-08-2024

Publicado: 28-08-2024

Editor: Dr. William Castillo-González 

Autor por la correspondencia: Marisol Hernández-Orellana 

### ABSTRACT

**Introduction:** gender stereotypes are transmitted from generation to generation and become naturalized, making it difficult to deconstruct gender roles. Digital environments are not free of these stereotypical patterns, perpetuating values and social roles related to gender. The objective of this research is to identify activities in digital environments of Chilean university students that may be associated with gender stereotypical behaviors.

**Method:** 324 women and 185 men aged 18 to 27 were evaluated through a questionnaire with a six-level Likert scale, where information was collected on the frequency with which students provided information and carried out actions on networks. Significant differences between sexes were analyzed using Mann-Whitney U.

**Results:** women are more likely to provide personal information when requested. Men are more likely to use aliases, include avatar photos, and accept strangers into their networks. Women update their profile picture more and check who sees their posts. Men tend to make public more sensitive personal information such as political tendencies and religious beliefs.

**Conclusions:** college students engage in stereotypical gender behavior on digital networks. These stereotypical behaviors condition students' behavior on social networks, leading to a migration from the analog to the digital world in terms of types of behavior, perpetuating social gender roles.

**Keywords:** Stereotypes; Gender; Network Activity; University Students.

### RESUMEN

**Introducción:** los estereotipos de género se transmiten de generación en generación y se naturalizan, dificultando la deconstrucción de los roles de género. Los entornos digitales no están libres de estos patrones estereotípicos, perpetuando valores y roles sociales relacionados al género. El objetivo de esta investigación es identificar actividades en entornos digitales de estudiantes universitarios chilenos que puedan ser asociadas a conductas estereotípicas de género.

**Método:** se evaluó a 324 mujeres y 185 hombres de 18 a 27 años a través de un cuestionario con escala Likert de seis niveles, donde se recabó información sobre la frecuencia con que los estudiantes entregaban información y realizaban acciones en redes. Se analizaron diferencias significativas entre sexos usando U de Mann-Whitney.

**Resultados:** las mujeres son más propensas a entregar información personal cuando es solicitada. Los hombres son más propensos a usar alias, incluir fotos de avatares y aceptar desconocidos en sus redes. Las

mujeres actualizan más su imagen de perfil y revisan quiénes ven sus publicaciones. Los hombres tienden a hacer pública información personal más sensible como tendencia política y creencias religiosas.

**Conclusiones:** los estudiantes universitarios mantienen conductas estereotípicas de género en las redes digitales. Estas conductas estereotípicas condicionan el accionar de los estudiantes en las redes sociales, existiendo una migración desde el mundo analógico al digital en cuando a tipos de conductas, perpetuando los roles sociales de género.

**Palabras clave:** Estereotipos; Género; Actividad en Red; Estudiantes Universitarios.

## INTRODUCCIÓN

Los estereotipos de género son creencias socialmente compartidas sobre las características que poseen hombres y mujeres, y se aplican de forma indiscriminada a todos los miembros de una sociedad. Estos estereotipos se transmiten de generación en generación y se naturalizan, es decir, se olvidan de que son construcciones sociales y se asumen como verdades absolutas, lo dificulta la deconstrucción de los roles de género y los hace difíciles de cambiar, incluso cuando las condiciones sociales cambian.<sup>(1)</sup>

Los entornos digitales en que se desarrollan las nuevas generaciones no están libres de los patrones estereotípicos de género como se podría pensar, esto debido a que los medios de comunicación han ido perpetuando valores y roles sociales relacionados al género.<sup>(2)</sup>

En los últimos años con la aparición de los denominados influencers, se ha podido constatar su contribución a la interiorización de estereotipos de género en los más jóvenes, ya que muchos de ellos refuerzan los roles tradicionales masculinos y femenino, existiendo incluso redes sociales asociadas a público femenino como Instagram (que destaca la imagen) o de hombres como Twitch o Youtube ( que destacan la acción).<sup>(3)</sup> Es así como se genera un consumo digital de contenidos destinados a mujeres donde se destaca los aspectos emocionales e íntimos de la personalidad y para los hombres contenidos de acción, violencia y humor.<sup>(2)</sup>

Los algoritmos que poseen las redes sociales como TikTok, Youtube, Instagram e incluso de Google, pueden reforzar los estereotipos de género al recomendar contenidos que se ajustan a las expectativas de género, lo cual puede ayudar a perpetuar estos patrones que se han venido transmitiendo de generación en generación.<sup>(4,5,6)</sup> Dado que las nuevas generaciones son mucho más veraces en cuanto a la información que entregan en la red, dado que esto les permite poder interactuar en forma simultánea entre diferentes redes sociales al intercambiar información entre ellas, hace que su actividad en red sea un reflejo de su vida fuera de ella mucho más fidedigno.<sup>(7)</sup> Esto implica que las conductas estereotipadas de género que se viven en el mundo analógico se comiencen a replicar en el mundo digital.

El objetivo de esta investigación es identificar actividades en entornos digitales de estudiantes universitarios chilenos que puedan ser asociadas a conductas estereotípicas de género.

## MÉTODO

La investigación se trabajó desde el paradigma cuantitativo, con un diseño descriptivo analítico.

### Muestra

Se invitó a participar a 324 mujeres y 185 hombres que estudiaban una carrera universitaria en modalidad presencial y diurna, a partir de un proceso de selección intencionado no probabilístico. Los sujetos voluntarios tenían edades ente los 18 y 27 años, todos ellos de nacionalidad chilena.

### Instrumento

Se les presentó a los estudiantes un cuestionario que contenía afirmaciones asociadas a la frecuencia con que entregaban información en la red o realizaba ciertas acciones en red.

Este cuestionario tiene una escala tipo Likert de 6 niveles que va en forma creciente de intensidad (1: nunca, 2: casi nunca, 3: algunas veces, 4: la mayoría de las veces, 5: casi siempre, 6: siempre)

### Análisis de resultados

Se determinó la frecuencia en cada uno de los niveles de la escala Likert en cada pregunta, separando estos resultados por sexo y determinado si existían o no diferencias significativas entre hombres y mujeres, para lo cual se realizó la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney con un valor de significación  $p < 0,05$  y un 95 % de confianza. Se utilizó para los cálculos el programa Stata Versión 14 en español.

### Aspectos éticos

Los participantes recibieron un consentimiento informado el cual firmaron al inicio de la investigación, este

documento cumplía con todos los aspectos señalados en la ley 21.096 sobre protección de datos personales en Chile.<sup>(8)</sup>

## RESULTADOS

En la tabla 1 se observa que los niveles más altos de frecuencia (5 y 6) es presentado, en casi todos los casos, por las mujeres, quienes se muestran más proclives a entregar información cuando esta es solicitada, es así como mientras un 64,2 % de las mujeres, casi siempre o siempre entrega su apellido verdadero cuando es consultado, los hombres solo lo hacen en un 47,57 % dentro de los mismos niveles de intensidad. La única excepción es cuando se les piden la geolocalización, donde los hombres son más proclives a entregarla, con un 18,91 % (opciones casi siempre y siempre) versus un 12,96 % en el caso de las mujeres.

Información	Sexo	1	2	3	4	5	6	Valor-p
Entregar solo nombre verdadero	F	7,10 %	6,17 %	2,16 %	12,96 %	16,67 %	54,94 %	0,0207*
	M	4,86 %	5,41 %	8,65 %	17,30 %	21,62 %	42,16 %	
Entregar solo apellido verdadero	F	10,19 %	8,64 %	4,32 %	12,65 %	13,89 %	50,31 %	0,0001*
	M	10,81 %	9,19 %	11,89 %	20,54 %	19,46 %	28,11 %	
Entregar nombre y apellido verdadero	F	3,70 %	4,63 %	5,25 %	9,88 %	14,50 %	62,04 %	0,0001*
	M	5,40 %	5,95 %	10,27 %	16,76 %	20,00 %	41,62 %	
Declarar género/sexo	F	2,78 %	0,93 %	2,16 %	6,17 %	7,40 %	80,56 %	0,0357*
	M	2,71 %	1,08 %	3,78 %	7,57 %	12,97 %	71,89 %	
Declarar fecha de nacimiento	F	1,53 %	3,09 %	3,40 %	9,26 %	13,58 %	69,14 %	0,0031*
	M	3,24 %	1,62 %	4,33 %	13,52 %	22,70 %	54,59 %	
Incluir una fotografía reciente y reconocible del rostro en el perfil	F	4,94 %	5,86 %	9,57 %	12,03 %	18,83 %	48,77 %	0,0446*
	M	5,95 %	10,27 %	7,57 %	16,76 %	19,45 %	40,00 %	
Incluir una fotografía donde se encuentran con otras personas	F	6,48 %	8,02 %	12,04 %	18,52 %	19,14 %	35,80 %	0,0079*
	M	6,49 %	13,51 %	12,44 %	23,24 %	21,08 %	23,24 %	
Declarar la ubicación geolocalizada	F	34,88 %	23,46 %	14,51 %	14,20 %	5,56 %	7,40 %	0,0167*
	M	25,41 %	25,41 %	12,43 %	17,84 %	10,81 %	8,10 %	

**Nota:** (\*) Significancia cuando el valor-p < 0,05.  
F: femenino; M: masculino  
Escala creciente, donde 1 implica una muy baja frecuencia y 6 el grado más alto de frecuencia.

En la tabla 2, se muestra que los hombres son más proclives a usar alias, a incluir fotografías de avatares, y a aceptar a desconocido y amigos de sus amigos dentro de sus redes (niveles 5 y 6). Las mujeres son más proclives a actualizar su imagen de perfil y revisar quienes ven sus publicaciones (niveles 5 y 6).

Acciones	Sexo	1	2	3	4	5	6	Valor-p
Actualizar la imagen de mi perfil	F	3,71 %	13,27 %	26,85 %	32,10 %	15,74 %	8,33 %	0,0051*
	M	5,95 %	23,24 %	26,49 %	24,32 %	12,97 %	7,03 %	
Aceptar solicitud de amistad/ seguimiento/ suscripción de personas desconocidas	F	29,94 %	29,94 %	14,51 %	13,89 %	7,10 %	4,63 %	0,0001*
	M	17,84 %	21,62 %	20,54 %	20,54 %	10,81 %	8,65 %	
Aceptar solicitud de amistad/ seguimiento/ suscripción de amigos de mis amigos	F	12,04 %	18,21 %	21,91 %	21,30 %	14,50 %	12,04 %	0,0329*
	M	7,57 %	12,97 %	22,16 %	24,32 %	22,70 %	10,27 %	
Usar un alias	F	18,83 %	15,12 %	9,88 %	21,30 %	17,59 %	17,28 %	0,0415*
	M	17,30 %	10,27 %	8,65 %	17,84 %	23,24 %	22,70 %	
Incluir fotografía de un avatar o personaje que me representa en el perfil	F	39,20 %	28,09 %	6,17 %	11,42 %	6,79 %	8,33 %	0,0001*
	M	25,95 %	22,70 %	11,89 %	14,59 %	13,52 %	11,35 %	
Revisar quiénes ven mis publicaciones	F	7,72 %	9,26 %	8,95 %	15,12 %	20,37 %	38,58 %	0,0090*
	M	4,86 %	13,51 %	12,43 %	21,08 %	24,33 %	23,78 %	

**Nota:** (\*) Significancia cuando el valor-p < 0,05.  
F: femenino; M: masculino  
Escala creciente, donde 1 implica una muy baja frecuencia y 6 el grado más alto de frecuencia.

En la tabla 3 se observa que los hombres son más proclives a hacer publica información personal que las mujeres en aspecto tanto asociados a quienes son parte de sus entornos sociales, como a niveles más sensibles

como la política o la religión. Es así como solo un 12,66 % de las mujeres casi siempre o siempre, define como pública su tendencia política, mientras que los hombres lo hacen en un 21,62 % de las veces.

**Tabla 3.** Frecuencia con que suele definir como pública información personal en sitios web y/o redes sociales

Información	Sexo	1	2	3	4	5	6	Valor-p
Información de quiénes son parte de una lista/grupo en mis redes sociales	F	19,14 %	25,62 %	11,41 %	14,20 %	15,43 %	14,20 %	0,0107*
	M	11,89 %	19,46 %	14,59 %	17,30 %	21,08 %	15,68 %	
Mi tendencia política	F	38,27 %	27,16 %	11,11 %	10,80 %	7,72 %	4,94 %	0,0102*
	M	30,27 %	25,95 %	11,89 %	10,27 %	9,19 %	12,43 %	
Mis creencias religiosas	F	35,80 %	28,09 %	10,80 %	11,42 %	5,56 %	8,33 %	0,0343*
	M	30,27 %	22,71 %	14,05 %	13,51 %	7,57 %	11,89 %	

**Nota:** (\*) Significancia cuando el valor-p < 0,05.

F: femenino; M: masculino

Escala creciente, donde 1 implica una muy baja frecuencia y 6 el grado más alto de frecuencia.

## DISCUSIÓN

De la información reportada por los estudiantes es posible extraer un gran número de conductas estereotipadas de género, pero las más destacables son aquellas asociadas a la imagen de lo que implica ser un hombre o una mujer en la sociedad analógica actual. Los hombres son valientes, líderes y son validados por sus ideas, mientras que las mujeres son frágiles, sujetos receptores de violencia cuyo valor está en su imagen. Esto queda claramente visualizado en esta sociedad digital donde se insertan los estudiantes, donde los hombres no temen geolocalizarse, aceptar desconocidos en sus redes, o amigos de sus amigos a quienes no conocen. El que conozcan sus tendencias políticas o religiosas no es un problema y el exponer o no su imagen física no es algo relevante. Por el contrario, las mujeres como sujeto receptor de violencia, temen ser localizadas, entrar en contacto con desconocidos por este temor instaurado en la sociedad analógica que se ha traspasado a lo digital, además de su validación como sujeto a partir de su imagen social, de ahí la importancia de mantener actualizadas sus fotos personales y con sus redes de amistades que le pueden ayudar a ser más visible, y al mismo tiempo la importancia de evitar el conflicto al no declarar temas de política o religión entre otros aspectos.

Dentro de los aspectos estereotípicos, la validación de la violencia hacia ellas, ha ido migrando rápidamente a los entornos digitales, donde la violencia de género es cada vez más frecuente, lo que se traduce en actitudes cada vez más precavidas de las mujeres hacia la vinculación con otras personas en la red. <sup>(9)</sup>

Estas conductas son modeladas desde temprana edad dentro de los medios digitales, estudios en preadolescentes (10 a 13 años) han evidenciado patrones estereotipados ya desde los primeros acercamientos a las redes sociales y medios digitales, esto debido a la gran cantidad de mandatos y estereotipos que están presentes en la red que determinan cómo deben ser y qué deben hacer los hombres y las mujeres en los entornos digitales. <sup>(10,11)</sup>

La permanencia de los modelos de conductas estereotipadas de género, parecen ser el resultado de sistemas que se retroalimentan y fortalecen a sí mismos en el tiempo, es así como dado el supuesto que los hombres son valientes, esto lo lleva a atreverse a generar mayor número de redes sociales online, lo que se traduce en un dominio de la información que se transmite en red, haciendo ver a los hombres como los que generan ideas, relegando a las mujeres a un estatus de objetos de admiración. Es así como las nuevas generaciones que ven en estos aspectos normas conductuales, las comienzan a replicar con mayor fuerza dado que para ellos son verdades no discutibles. <sup>(12)</sup>

## CONCLUSIONES

Los estudiantes universitarios mantienen conductas estereotípicas de género en las redes digitales. La imagen estereotípica del hombre como un ser valiente, que es valorado por sus ideas y de la mujer como un sujeto valorizado por su imagen, y que debe ser temeroso en su actuar, queda en evidencia en este estudio. Estas conductas estereotípicas condicionan el accionar de los estudiantes en las redes sociales, existiendo una migración desde el mundo analógico al digital en cuando a tipos de conductas, perpetuando los roles sociales de género.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. González-Gijón G, Alemany-Arrebola I, Ruiz-Garzón F, Ortiz-Gómez M del M. Gender stereotypes in adolescents: An analysis in a multicultural context. *Rev Colomb Educ.* 2024;(90):164-84. <http://dx.doi.org/10.17227/rce.num90-14644>

2. Masanet M-J. Pervivencia de los estereotipos de género en los hábitos de consumo mediático de los

adolescentes: drama para las chicas y humor para los chicos. *cdi*. 2016;(39):39-53. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.39.1027>

3. Martín-Cárdaba MÁ, Lafuente-Pérez P, Durán-Vilches M, Solano-Altaba M. Estereotipos de género y redes sociales: consumo de contenido generado por influencers entre los preadolescentes y adolescentes. *Doxa*. 2024. <http://dx.doi.org/10.31921/doxacom.n38a2034>

4. Campos-Pellanda E, Bueno-Fernandes AC. Estereotipos de género en TikTok e Instagram: un experimento de ingeniería inversa para entender los mecanismos de los algoritmos de las redes sociales. *Universitas*. 2022;(37):247-70. <http://dx.doi.org/10.17163/uni.n37.2022.10>

5. Radesky J, Bridgewater E, Black S, O'Neil A, Sun Y, Schaller A, et al. Algorithmic content recommendations on a video-sharing platform used by children. *JAMA Netw Open*. 2024;7(5):e2413855. <http://dx.doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2024.13855>

6. Al-Abbas LS, Haider AS, Hussein RF. Google autocomplete search algorithms and the Arabs' perspectives on gender: A case study of Google Egypt. *GEMA Online J Lang Stud*. 2020;20(4):95-112. <http://dx.doi.org/10.17576/gema-2020-2004-06>

7. Hernández-Orellana MP, Pérez-Garcías A, Roco-Videla AG. Caracterización de la identidad digital en estudiantes chilenos de ciencias de la salud. Un estudio de caso según género. *Interdiscip Rev Psicol Cienc Afines*. 2022;40(1). <http://dx.doi.org/10.16888/interd.2023.40.1.19>

8. Ley 21.584, de 2 abril 2012, Consagra el derecho a protección de los datos personales. 28 mayo de 2024 última versión [Consultada el 16 de julio de 2024] (Chile). Disponible en: <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1039348>

9. Dominguez Alonso J, Portela Pino I. Violencia a través de las TIC: comportamientos diferenciados por género. *RIED Rev Iberoam Educ Distancia*. 2020;23(2):273. <http://dx.doi.org/10.5944/ried.23.2.25916>

10. Serrate-González S, Sánchez-Rojo A, Andrade-Silva L-E, Muñoz-Rodríguez J-M. Onlife identity: The question of gender and age in teenagers' online behaviour. *Comunicar*. 2023;31(75):9-20. <http://dx.doi.org/10.3916/c75-2023-01>

11. Suárez-García Z, García-Suárez M, Álvarez-García D. Uso de redes sociales en la preadolescencia: diferencias de género. *Psychol Soc Educ*. 2023;15(1):30-9. <http://dx.doi.org/10.21071/pse.v15i1.15277>

12. Zhong Z-J, Jiang R, Su S, Lin S. Do men and women differ in the capability of weaving online social networks: A perspective of gender stereotype activation. *Telematics and Informatics Reports*. 2022;8(100018):100018. <http://dx.doi.org/10.1016/j.teler.2022.100018>

## FINANCIACIÓN

Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la presente investigación.

## CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

## CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

*Conceptualización:* Marisol Hernández-Orellana.

*Curación de datos:* Marisol Hernández-Orellana, Ángel Roco-Videla.

*Análisis formal:* Marisol Hernández-Orellana, Ángel Roco-Videla.

*Investigación:* Marisol Hernández-Orellana, Ángel Roco-Videla.

*Metodología:* Marisol Hernández-Orellana, Ángel Roco-Videla.

*Administración del proyecto:* Ezequiel Martínez Rojas.

*Recursos:* Ezequiel Martínez Rojas.

*Software:* Ángel Roco-Videla.

*Supervisión:* Marisol Hernández-Orellana.

*Validación:* Ángel Roco-Videla, Ezequiel Martínez Rojas.

*Visualización:* Marisol Hernández-Orellana.

*Redacción - borrador original:* Marisol Hernández-Orellana.

*Redacción - revisión y edición:* Ángel Roco-Videla, Ezequiel Martínez Rojas.