



**Universitat de les  
Illes Balears**

Facultad de Psicología

**Trabajo de Fin de Grado**

# Análisis del papel que ejerce la mirada masculina en el cine y el autoconcepto de las mujeres.

Aina Maria Pieras López

**Grado de Psicología**

Año académico 2021-22

Trabajo tutelado por Victoria A. Ferrer Pérez

Departamento de Psicología

Palabras clave del trabajo: mirada masculina, autoconcepto, mujeres, cine, imagen corporal, rol pasivo.



## Índice

Resumen.....	4
Abstract.....	5
Introducción .....	6
Método .....	10
Participantes .....	10
Instrumento.....	10
Procedimiento.....	11
Análisis de datos.....	11
Resultados .....	12
Resultados generales .....	12
Comparación de medias por grupos de edad.....	14
Imagen que ofrece el cine hecho desde una mirada masculina.....	18
Análisis de los resultados cualitativos.....	20
Discusión.....	21
Conclusiones .....	24
Referencias.....	25
Anexo I: Cuestionario .....	28
Anexo II: Pruebas de Homogeneidad de Variancias .....	30

## **Resumen**

El autoconcepto o la visión sobre uno mismo es un elemento esencial para la personalidad, el cual se ve influenciado por el entorno. Los medios de comunicación como el cine tienen un gran peso sobre nuestras preferencias y opiniones, siendo un ejemplo de esto la mirada masculina que retrata a la mujer como un objeto sexual y sin importancia. En efecto, el presente trabajo pretende estudiar cómo influye esta visión sobre el autoconcepto de las mujeres. Para ello se ha realizado un cuestionario presentado a un total de 130 mujeres clasificadas por diferentes rangos de edad. Los resultados han mostrado como la mirada masculina no tiene influencia sobre el autoconcepto como constructo general, pero sí tiene un gran peso en la dimensión relacionada con la imagen corporal. Como conclusión, se puede ver el poder de los estereotipos sociales y su clara influencia en el conjunto de las mujeres, siendo de vital importancia un cambio generalizado en la manera de retratar a las mujeres dentro de la industria cinematográfica.

***Palabras clave:*** Mirada masculina, autoconcepto, mujeres, cine, imagen corporal, rol pasivo.

### **Abstract**

Self-concept or the view of oneself is an essential element for personality, which is influenced by the environment. The media such as the cinema has a great influence on our preferences and opinions, an example of this is the male gaze that portrays women as unimportant sexual objects. In fact, the present work aims to study how this vision influences women's self-concept. To this end, a questionnaire was administered to 130 women classified according to different age ranges. The results have shown that the male gaze has no influence on self-concept as a general construct, but it does have a great weight on the dimension related to body image. In conclusion, this paper shows the power of social stereotypes and their clear influence on women, so, a general change in the way women are portrayed in the film industry is of vital importance.

**Keywords:** male gaze, self-concept, women, cinema, body image, passive role.

## **Introducción**

En psicología, el autoconcepto ha sido protagonista de muchos estudios y es clave para el bienestar personal y la aceptación de uno mismo (García et al., 2006). Aunque durante muchos años ha habido diferentes visiones sobre cuál es su concepción, hay un consenso en considerarlo principalmente un constructo jerárquico y multidimensional (Shavelson et al., 1976). El autoconcepto general estaría organizado en distintas dimensiones; personal, social, física y académica (Cazalla y Molero, 2013) y podría definirse como la impresión que se tiene de uno mismo y como estas impresiones se forman a partir de las experiencias y el entorno sobre las atribuciones que hace la persona de su conducta, conocimientos, sensaciones, emociones, etc. (Hernández, 2007).

Se considera al autoconcepto una parte muy importante para la creación de la personalidad y la autoestima (Hernández, 2007) al tener una disposición social y como contribuye a las emociones, pensamientos, aprendizajes, valoraciones y relaciones. Por tanto, cada experiencia vivida consolida las ideas que se generan sobre las capacidades y habilidades de la persona y suscitan a su valoración, dando lugar a lo que entendemos como la autoestima (Doris y Gonzales, 2019). Es decir, que es un elemento básico para el comportamiento de la persona (Cazalla y Molero, 2013).

El autoconcepto es un constructo que se forma y sufre cambios durante toda la vida y hay una gran motivación por mantener una cohesión entre las creencias e impresiones de uno mismo. De hecho, la Teoría de la Discrepancia de Higgins et al. (1985) explica la brecha que hay entre el autoconcepto real (como se auto percibe la persona o como piensa que lo perciben) y el autoconcepto ideal (como le gustaría ser o como piensa que a los demás les gustaría que fuera). Dichas diferencias pueden originar malestar, bajo estado de ánimo y tristeza al creer que no estamos cumpliendo las expectativas que tenemos nosotros mismos y los demás (Estévez et al., 2004).

Las autopercepciones se dan en situaciones sociales, por lo que el funcionamiento del autoconcepto se da en el contexto inmediato, aunque también reconoce la etapa de evolución de la persona y sus dimensiones varían en importancia. Por lo tanto, a medida que nos vamos haciendo

mayores, las autopercepciones se vuelven más complejas y sutiles (Cazalla y Molero, 2013). El hecho de que el autoconcepto se desarrolle en parte gracias a las experiencias sociales hace que las autopercepciones tengan una gran influencia sobre estas percepciones de nosotros mismos. De esta manera, la visión de la sociedad tiene un gran poder y se vuelve importante para la persona, influenciándola en su manera de comportarse, en sus creencias, pensamientos y emociones (Hernández y Liranzo, 2013).

En la mayoría de las investigaciones realizadas sobre el autoconcepto se puede concluir que, durante la adolescencia, este constructo sufre un empeoramiento de la confianza y la aceptación del cuerpo por parte de las mujeres. Aunque dicho descenso podría ser por múltiples motivos, Debold (1995) (como se citó en Amezcua Membrilla y Pichardo Martínez, 2000), explica que puede deberse al papel que juega la mujer en la sociedad patriarcal y cómo las adolescentes tienden a imitar y adoptar como roles a seguir.

Se ha concluido en estudios extranjeros que la imagen corporal tiene una gran importancia en la formación del autoconcepto y se encuentra dentro de éste. Al tener un ideal estético presente, es inevitable que seamos críticos y comparemos el cuerpo ideal impuesto con el que tenemos. Cuando vemos que no se cumple con lo establecido, podemos sentirnos insatisfechos y mostrar una mayor preocupación con nuestro cuerpo (González-martí et al., 2015).

En estudios españoles sobre el autoconcepto se ha podido concluir que sí existen diferencias asociadas al sexo, ya que en general las mujeres suelen obtener puntuaciones más bajas si lo comparamos con los hombres en los cuestionarios presentados (Goñi Palacios et al., 2012). También cabe mencionar que el concepto de identidad de género ha sido nombrado en algunas investigaciones españolas por ser de gran importancia en el autoconcepto e influir en las personas desde una temprana edad tanto en la autoestima como en la aceptación social de los demás (López-Zafra y López-Sáez, 2001).

Es de vital importancia destacar que vivimos en una sociedad basada en un sistema de dominación y opresión como es el patriarcado (Cagigas, 1980), en la que la mujer es oprimida mediante la violencia sexual, la objetivación del cuerpo y los estereotipos de género (Fontenla, 2008). La opresión del sistema patriarcal puede verse en muchos ámbitos y el cine es considerado uno de los más poderosos por la función socializadora que tiene y el impacto que supone para el ser humano (Pereira, 2005). Al ser el gran imaginario colectivo, ha tenido una gran influencia en los gustos e inclinaciones de la sociedad, sobre todo las que han sido creadas desde la mirada masculina (Cruzado, 2007).

El concepto de “mirada masculina” fue acuñado por la teórica del cine Laura Mulvey (1975) en su ensayo pionero “*Visual Pleasure and Narrative Cinema*”. Podría definirse como la idea de que en las artes visuales y la literatura las mujeres son retratadas exclusivamente como objetos sexuales para complacer al público masculino heterosexual (Rubio, 2019). La mujer es silenciada y oprimida y es en muchas ocasiones comparada con un “target” que debe ser atrapado (Mulvey, 2013).

Además, en las películas hechas desde la mirada masculina se sexualiza el cuerpo de las mujeres (Coral-Díaz, 2010), en la que se usa la imagen física de las mujeres para alimentar el deseo masculino heterosexual. Las escenas interpretadas por mujeres en este tipo de películas están limitadas a una trama sexual en las que se deshumaniza a la mujer (Cruzado, 2007; Ferrete-Poza, 2018; Gómez, 2019).

Asimismo, en los papeles que se interpretan en el cine creado desde una mirada masculina las mujeres van a ir de la mano del personaje masculino que es esencial para hacer avanzar la acción de la película (Souza y Fernández, 2013). En muchos casos la trama entre estos dos personajes va a estar centrada en una historia de amor en la que continuamente se refuerza la masculinidad del protagonista (Vinacua, 2019) y el personaje femenino es visto como algo dócil y pasivo (Pennell y Behm-Morawitz, 2015).



Los personajes femeninos que muestran las películas hechas desde una mirada masculina pueden tener efectos en muchas esferas de la vida de las mujeres. Ese ideal de belleza y atractivo sexual mostrado genera una gran presión sobre el cuerpo de las mujeres y su relación con este es mucho más difícil si lo comparamos con los hombres (Botella et al., 2008). El hecho de que la imagen corporal tenga una estrecha relación con la dimensión física del autoconcepto y que sea una de las más relevantes para el funcionamiento del autoconcepto general (Videra-García y Reigal-Garrido, 2013), puede ser el origen de muchos problemas, llegando incluso a padecer consecuencias a nivel físico y psicológico (Ortiz de Zárate, 2015).

Por lo tanto, la imagen de belleza y los cuerpos que se muestran en el cine dirigido desde una mirada masculina, que pasan por un proceso de edición visual desmesurada puede favorecer la aparición de trastornos de la conducta alimentaria y otras afectaciones de la salud mental como depresión y ansiedad (Rubio, 2019). Por lo que genera un problema que afecta a las mujeres a nivel global (Sundt y Cucurella, 2010).

En definitiva, el ideal de belleza y papel pasivo que se muestran en el cine dirigido desde una mirada masculina da lugar a una comparación y posible discrepancia con el cuerpo y manera de ser de la mujer que lo está viendo, por lo que el autoconcepto se ve afectado (González-Martí et al., 2015). De esta disconformidad puede surgir insatisfacción corporal y conductas que propicien la aparición de insatisfacción corporal y otras afectaciones de la salud mental como depresión y ansiedad (Rubio, 2019).

En este contexto, el objetivo de este trabajo es estudiar si las películas creadas desde una mirada masculina influyen sobre el autoconcepto de las mujeres.

Como objetivos específicos, se plantean: estudiar si la sexualización del cuerpo de la mujer en películas creadas desde una mirada masculina influye sobre el autoconcepto de las mujeres;

estudiar si el rol pasivo de la mujer en películas desde una mirada masculina influye sobre el autoconcepto de las mujeres; y comparar los resultados obtenidos por diferentes grupos de edad.

## **Método**

### **Participantes**

La muestra estudiada está compuesta por un total de 132 mujeres de distintas edades. La participación fue la siguiente; 98,5 % fueron mujeres y el 1,5% fueron hombres, por lo que estas últimas respuestas tuvieron que ser descartadas para la investigación.

En relación con la variable demográfica de edad, en los datos obtenidos podemos observar que el 42,3 % de las participantes tenían entre 18-24 años. El grupo de edad de 25-36 años tuvo una participación del 20%, y las participantes de entre 37 y 48 años tuvieron un porcentaje de participación del 22,3%. Finalmente, las personas de entre 49 a 60 tuvieron el porcentaje de participación más bajo con un 15,4%.

### **Instrumento**

Las 37 preguntas incluidas en el cuestionario fueron elaboradas a partir del cuestionario empleado por Morales (2015) y se agrupan en las categorías siguientes (ver Anexo I):

(1) Preguntas sociodemográficas para tener información en cuanto a la edad y el sexo. La pregunta sociodemográfica sobre el sexo de las participantes se elaboró poder asegurar que el 100% de las encuestadas eran mujeres y así llevar a cabo la correcta consecución de los objetivos de la investigación;

(2) Preguntas relacionadas con la opinión de las encuestadas en cuanto al cine como elemento socializador y su relación con la mirada masculina (preguntas 1 a 19). Las cuestiones fueron expresadas en formato tipo Likert en las que había cinco alternativas de respuesta (1: Totalmente en desacuerdo; 2: en desacuerdo; 3: Ni acuerdo, ni en desacuerdo; 4: De acuerdo; 5: Totalmente de acuerdo).

(3) Preguntas sobre cual creen que es el lugar que ocupa la mujer y el hombre en las películas hechas desde una mirada masculina (preguntas 20 a 33). Las cuestiones fueron expresadas en formato tipo Likert en las que había cinco alternativas de respuesta (1: con mucha frecuencia; 2: con moderada frecuencia; 3: la imagen que se muestra se ofrece en ambas por igual o no se ofrece ninguna de las dos; 4: con moderada frecuencia, 5: con mucha frecuencia).

(4) Preguntas cualitativas escritas para saber ejemplos sobre películas y que emociones provocan las películas hechas desde la mirada masculina a las participantes (preguntas 12, 34 y 35).

### **Procedimiento**

Todas las participantes contestaron el cuestionario de manera voluntaria y estaban informadas de que sus respuestas serían totalmente anónimas y usadas solo para fines académicos.

Las respuestas necesarias para esta investigación fueron recopiladas mediante un cuestionario (Véase Anexo 1) creado desde la aplicación “Google Forms”. El cuestionario fue enviado mediante mensaje (WhatsApp) a familiares, amigas y compañeras de clase para que lo contestaran y reenviaran a sus conocidas. El tiempo para completar el cuestionario se encontraba entre los 5 y 6 minutos. El cuestionario se habilitó el día 17/03/2022 y permaneció abierto para poder ser contestado hasta el día 26/04/2022.

### **Análisis de datos**

Los datos obtenidos, se han analizado mediante los programas Excel y SPSS. En primer lugar, se realizó un análisis descriptivo del número y porcentaje de respuestas para cada una de las preguntas formuladas. A continuación, para aquellas preguntas de especial relevancia para los objetivos del trabajo (preguntas 13, 14, 17, 18 y 19) se realizó una comparación de medias por grupos de edad. En estos casos, en primer lugar, se realizó una prueba de Levene para determinar la homogeneidad de las varianzas. En aquellos casos en los que se comprobó dicha homogeneidad, se realizó un ANOVA para comparar las medias entre grupos, y una prueba post hoc de Tukey para identificar entre qué grupos en concreto se dan esas diferencias. En aquellos casos en los que se

comprobó la no homogeneidad, se realizó una prueba de Kruskal-Wallis para comparar las medias entre grupos.

Finalmente, se analizaron las respuestas correspondientes a las preguntas abiertas, categorizando previamente dichas respuestas.

## **Resultados**

### **Resultados generales**

Los resultados de este estudio muestran en primer lugar que las participantes están de acuerdo con las afirmaciones presentadas en las preguntas de la 1 a la 7 del cuestionario y relacionadas con el cine en general (Véase Tabla 1). En este sentido, las encuestadas parecen mostrarse de acuerdo con el hecho de que el cine es una industria que influye en diversas áreas de nuestra vida y juega un papel socializador muy importante.

En segundo lugar, en relación a las preguntas relacionadas con la mirada masculina en el cine (preguntas de la 8 a la 19) (Véase Tabla 1) las participantes están de acuerdo en que muestran una realidad sesgada. Las personas que forman la muestra parecen estar conforme con que dichas películas están concebidas para un público determinado, reproducen estereotipos de género y muestran una visión androcéntrica. Por otra parte, los resultados muestran que las participantes no se sienten identificadas con los papeles de las mujeres en dichas películas y no creen que hayan sido un referente para ellas a lo largo de su vida. También creen que la imagen que se muestra en las películas hechas desde una mirada masculina está sesgada y que las relaciones entre hombres y mujeres se encuentran tergiversadas en este tipo de cine. Por lo que hace referencia a la imagen de la mujer en estas películas, las encuestadas no creen que influyan en la idea que tienen sobre ellas mismas, ni en su manera de ser, aunque si creen que influyen en la idea que tienen sobre su cuerpo.

**Tabla 1:** Resultados de las preguntas generales sobre cine y sobre la mirada masculina en el cine (n=130).

<b>Pregunta</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
1.El cine es un instrumento divulgador de valores que influye en la educación y socialización del mundo real.	0,8% n=1	2,3% n=3	10% n=13	34,6% n=45	52,3% n=68
2.El cine refleja las actitudes y valores que se viven en el mundo real.	1,5% n=2	7,7% n=10	33,8% n=44	36,9% n=48	20% n=26
3.El cine sirve para evadirnos de la realidad.	0% n=0	4,6% n=6	20,8% n=27	38,5% n=50	36,2% n=47
4.El cine es un tipo de entretenimiento.	0% n=0	0,8% n=1	3,1% n=4	14,6% n=19	81,5% n=106
5.El cine muestra fundamentalmente lo que interesa a los cineastas y productores.	1,5% n=2	10,8% n=14	29,2% n=38	29,2% n=38	29,2% n=38
6.El cine manipula nuestras percepciones.	3,8% n=5	6,2% n=8	23,8% n=31	48,5% n=63	17,7% n=23
7.Las películas hechas desde una mirada masculina están presentes en la sociedad actual.	0,8% n=1	1,5% n=2	7,7% n=10	25,4% n=33	64,6% n=84
8.Las películas hechas desde una mirada masculina muestran una realidad sesgada.	2,3% n=3	2,3% n=3	15,4% n=20	33,8% n=44	46,2% n=60
9.Las películas hechas desde una mirada masculina reproducen estereotipos de género.	2,3% n=3	0% n=0	9,2% n=12	33,1% n=43	55,4% n=72
10.Las películas hechas desde una mirada masculina muestran una visión androcéntrica (visión del mundo que sitúa al hombre como centro de todo).	3,1% n=4	3,1% n=4	12,3% n=16	40,8% n=53	40,8% n=53
11.Las películas hechas desde una mirada masculina están concebidas para un público determinado.	13,8% n=18	16,9% n=22	32,3% n=42	26,2% n=34	10,8% n=14
13.Me siento identificada con los papeles de mujeres representados en las películas hechas desde una mirada masculina.	30% n=39	37,7% n=49	26,9% n=35	4,6% n=6	0,8% n=1
14.Las mujeres que se muestran en películas hechas desde una mirada masculina han sido un referente en algún momento de mi vida.	18,5% n=24	23,8% n=31	26,2% n=34	23,1% n=30	8,5% n=11

15.La imagen de la mujer en las películas hechas desde una mirada masculina está sesgada.	3,1% n=4	4,6% n=6	19,2% n=25	30% n=39	43,1% n=56
16.Las películas hechas desde una mirada masculina muestran una visión tergiversada de las relaciones entre hombres y mujeres.	6,2% n=8	3,1% n=4	17,7% n=23	33,8% n=44	39,2% n=51
17.Las imágenes de mujeres mostradas en las películas hechas desde una mirada masculina influyen en la idea que tengo sobre mí misma.	20,8% n=27	19,2% n=25	26,2% n=34	22,3% n=29	11,5% n=15
18.Las imágenes de mujeres mostradas en las películas hechas desde una mirada masculina influyen en la idea que tengo sobre mi cuerpo.	13,8% n=18	14,6% n=19	20,8% n=27	30,8% n=40	20% n=26
19.Las imágenes de mujeres mostradas en las películas hechas desde una mirada masculina influyen en la idea que tengo sobre mi manera de ser.	24,6% n=32	23,8% n=31	26,2% n=34	16,2% n=21	9,2% n=12

### Comparación de medias por grupos de edad

A continuación, se presentan los resultados relativos a la comparación de medias por grupo de edad en las preguntas 13, 14, 17, 18 y 19. Se han realizado dichas comparaciones al ser de especial relevancia para los objetivos de este trabajo y resulta de gran interés saber cómo se comportan los diferentes grupos de edad respecto a estas preguntas.

En primer lugar, y por lo que se refiere a la identificación de las participantes con los papeles representados en las películas hechas desde la mirada masculina (Tabla 2), dado que la prueba de Levene muestra homogeneidad de variancias ( $p > 0,05$ ) en las medias obtenidas se realizó un ANOVA que muestra la existencia de diferencias significativas entre grupos de edad ( $F(3,126) = 3,732$ ) ( $p = 0,013$ ).

**Tabla 2:** Estadísticos descriptivos para la identificación con los papeles de las mujeres en las películas hechas desde una mirada masculina por grupos de edad.

	N	Media	Desviación estándar	95% de intervalo de confianza para la media	
				Límite inferior	Límite superior
18-24	55	2,22	,875	1,98	2,45
25-36	26	2,12	,766	1,81	2,42
37-48	29	1,62	,862	1,29	1,95
49-60	20	2,35	1,040	1,86	2,84
Total	130	2,08	,907	1,93	2,24

La prueba post hoc realizada (Tabla 3) permite identificar que existen diferencias estadísticamente significativas entre las medias obtenidas para esta variable entre las participantes de 18 a 24 años y las de 37 a 48 años, y entre las participantes de 37 a 48 años y las de 49 a 60 años ( $p < 0,05$ ). Concretamente, a la vista de los resultados obtenidos, puede afirmarse que las encuestadas de 37 a 48 años se identificaron significativamente menos con los papeles de las mujeres en las películas hechas desde una mirada masculina que las participantes de 18 a 24 años, y que las participantes de 49 a 60 años.

**Tabla 3:** Prueba de Tukey para la identificación con los papeles de las mujeres en las películas hechas desde una mirada masculina por grupos de edad.

Comparaciones múltiples							
	(I) Edad	(J) Edad	Diferencia de medias (I-J)	Error estándar	Sig	Límite inferior	Límite superior
HSD Tukey	18-24	25-36	,103	,209	,961	-,44	,65
		37-48	<b>,597*</b>	,202	<b>,019</b>	,07	1,12
		49-60	-,132	,230	,940	-,73	,47
	25-36	18-24	-,103	,209	,961	-,65	,44
		37-48	,495	,237	,164	-,12	1,11
		49-60	-,235	,262	,806	-,92	,45
	37-48	18-24	<b>-,597*</b>	,202	<b>,019</b>	-1,12	-,07
		25-36	-,495	,237	,164	-1,11	,12
		49-60	<b>-,729*</b>	,256	<b>,026</b>	-1,39	-,06
	49-60	18-24	,132	,230	,940	-,47	,73
		25-36	,235	,262	,806	-,45	,92
		37-48	<b>,729*</b>	,256	<b>,026</b>	,06	1,39

En segundo lugar, en cuanto a las mujeres mostradas en el cine hecho desde una mirada masculina como referentes en algún momento de su vida, al no cumplirse el supuesto de homogeneidad de las varianzas ( $p < 0,05$ ), se aplicó la prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis y no muestra diferencias significativas entre grupos de edad  $X^2 (3,57,958)$ , ( $p > 0,05$ ).

**Tabla 4:** Estadísticos descriptivos relativos a las mujeres que se muestran en las películas hechas desde una mirada masculina como referentes de las participantes por grupos de edad.

	Descriptivos				
	N	Media	Desviación estándar	95% de intervalo de confianza para la media	
				Límite inferior	Límite superior
18-24	55	2,76	1,261	2,42	3,10
25-36	26	2,69	1,192	2,21	3,17
37-48	29	2,76	1,431	2,21	3,30
49-60	20	3,05	,887	2,63	3,47
Total	130	2,79	1,231	2,58	3,01

En las preguntas relacionadas con la influencia que tienen las películas hechas desde la mirada masculina en distintos aspectos del autoconcepto (preguntas 17,18 y 19), se han obtenido los resultados que se describen a continuación.

**Tabla 5:** Estadísticos descriptivos relativos a la influencia de las películas hechas desde una mirada masculina sobre el autoconcepto por grupos de edad.

Las imágenes de mujeres mostradas en las películas hechas desde una mirada masculina influyen en	Descriptivos							Mínimo	Máximo
	N	Media	Desviación estándar	Error estándar	95% de intervalo de confianza para la media				
					Límite inferior	Límite superior			
17. ... la idea que tengo sobre mí misma.	18-24	55	3,09	1,337	,180	2,73	3,45	1	5
	25-36	26	3,19	1,167	,229	2,72	3,66	1	5
	37-48	29	2,45	1,298	,241	1,95	2,94	1	5
	49-60	20	2,30	1,129	,252	1,77	2,83	1	4
	Total	130	2,85	1,303	,114	2,62	3,07	1	5
18. ...en la idea que tengo sobre mi cuerpo.	18-24	55	3,45	1,425	,192	3,07	3,84	1	5
	25-36	26	3,46	1,140	,223	3,00	3,92	1	5
	37-48	29	3,00	1,336	,248	2,49	3,51	1	5
	49-60	20	3,00	1,170	,262	2,45	3,55	1	5
	Total	130	3,28	1,319	,116	3,06	3,51	1	5
19. ...en la idea que tengo sobre	18-24	55	2,78	1,315	,177	2,43	3,14	1	5
	25-36	26	2,96	1,311	,257	2,43	3,49	1	5
	37-48	29	2,24	1,244	,231	1,77	2,71	1	5



mi manera de ser.	49-60	20	2,25	,967	,216	1,80	2,70	1	4
	Total	130	2,62	1,272	,112	2,39	2,84	1	5

Si nos referimos a la influencia que tienen las películas hechas desde una mirada masculina sobre la idea que tienen sobre ellas mismas, la prueba de Levene muestra homogeneidad de variancias ( $p > 0,05$ ), por lo que se realizó una ANOVA que muestra diferencias significativas en los grupos de edad ( $F(3,126) = 3,529$ ) ( $p = 0,017$ ).

Sin embargo, y a pesar de la diferencia observada globalmente, la prueba post hoc (Tabla 6) muestra que no hay diferencias estadísticamente significativas entre los diferentes grupos de edad analizados al compararlos dos a dos.

**Tabla 6:** Prueba de Tukey relativa a la influencia de las imágenes de las mujeres en las películas hechas desde una mirada masculina sobre la idea que tienen las participantes sobre ellas mismas.

Comparaciones múltiples								
Variable dependiente	(I) Edad	(J) Edad	Diferencia de medias (I-J)	Error estándar	Sig.	Intervalo de confianza al 95% Límite inferior	Límite superior	
17. Las imágenes de mujeres mostradas en las películas hechas desde una mirada masculina influyen en la idea que tengo sobre mí misma.	HSD Tukey	25-36	-,101	,301	,987	-,89	,68	
		18-24	37-48	,643	,291	,126	-,11	1,40
		49-60	,791	,331	,084	-,07	1,65	
		18-24	,101	,301	,987	-,68	,89	
		25-36	37-48	,744	,342	,136	-,15	1,63
		49-60	,892	,377	,088	-,09	1,87	
	18-24	25-36	-,744	,342	,136	-1,63	,15	
	37-48	49-60	,148	,368	,978	-,81	1,11	
	18-24	-,791	,331	,084	-1,65	,07		
	49-60	25-36	-,892	,377	,088	-1,87	,09	
	37-48	-,148	,368	,978	-1,11	,81		
	37-48	-,148	,349	,974	-1,08	,78		

Al referirnos a la influencia que ejerce la imagen de las mujeres en películas hechas desde una mirada masculina a la idea que tienen las participantes sobre su cuerpo, después de haber realizado la prueba de Levene, muestra homogeneidad de variancias ( $p > 0,05$ ). Se realizó una prueba

ANOVA que no muestra diferencias significativas entre los grupos de edad ( $F(3,126) = 1,227$ ), ( $p=0,303$ )).

Para analizar la pregunta 19 se ha estudiado la relación entre la influencia que tienen las imágenes de las mujeres mostradas en el cine hecho desde una mirada masculina en la idea que tienen sobre la manera de ser de las participantes y los diferentes grupos de edad. Al comprobar la homogeneidad de variancias se procede a realizar la prueba ANOVA. Los resultados indican que no hay diferencias significativas entre los grupos de edad ( $F(3,126) = 2,418$ , ( $p=0,069$ ), por lo que se confirma la hipótesis nula y las medias de dichos grupos son iguales.

### Imagen que ofrece el cine hecho desde una mirada masculina

A continuación, se analizó la opinión de las participantes sobre el lugar que ocupan hombres y mujeres y las relaciones entre ellos en las películas hechas desde una mirada masculina (Tabla 7).

**Tabla 7:** Porcentajes de las respuestas de la muestra sobre el lugar que ocupa la mujer y el hombre en películas hechas desde una mirada masculina ( $n=130$ ).

	Con mucha frecuencia	Con moderada frecuencia	Por igual o ninguna	Con moderada frecuencia	Con mucha frecuencia	
<b>Mujer sumisa</b>	33,8% n=44	39,2% n=51	22,3% n=29	2,3% n=3	2,3% n=3	Mujer dominante
Hombre sumiso	2,3% n=3	1,5% n=2	6,9% n=9	20% n=26	69,2% n=90	<b>Hombre dominante</b>
<b>Mujer manipuladora</b>	18,5% n=24	23,8% n=31	33,1% n=43	13,1% n=17	11,5% n=15	Mujer manipulada
<b>Hombre manipulador</b>	21,5% n=28	21,5% n=28	21,5% n=28	14,6% n=19	20,8% n=27	Hombre manipulado
<b>Mujer dependiente del hombre</b>	45,4% n=59	30,8% n=40	15,4% n=20	6,2% n=8	2,3% n=3	Mujer independiente del hombre
Hombre dependiente de la mujer	3,8% n=5	3,1% n=4	15,4% n=20	17,7% n=23	60% n=78	<b>Hombre independiente de la mujer</b>
Mujer que trata mal a los hombres	7,7% n=10	16,2% n=21	35,4% n=46	18,5% n=24	22,3% n=29	<b>Mujer respetuosa con los hombres</b>
<b>Hombre que trata mal a las mujeres</b>	26,2% n=34	30,8% n=40	26,9% n=35	8,5% n=11	7,7% n=10	Hombre respetuoso con las mujeres
<b>Relación de pasión sin compromiso</b>	23,8% n=31	31,5% n=41	25,4% n=33	6,9% n=9	12,3% n=16	Relación de pasión con compromiso

						emocional
<b>Relaciones puramente sexuales</b>	24,6% n=32	35,4% n=46	28,5% n=37	7,7% n=10	3,8% n=5	Relaciones con afecto e intimidad
<b>Relaciones de amor-sufrimiento</b>	42,3% n=55	39,2% n=51	16,2% n=21	0,8% n=1	1,5% n=2	Relaciones de amor-bienestar
<b>Relaciones en las que se trata mal al otro</b>	25,4% n=33	42,3% n=55	28,5% n=37	3,1% n=4	0,8% n=1	Relaciones respetuosas
Atracción de la violencia por parte de las mujeres	13,8% n=18	17,7% n=23	25,4% n=33	23,8% n=31	19,2% n=25	<b>Rechazo de la violencia por parte de las mujeres</b>
<b>Atracción de la violencia por parte de los hombres</b>	34,6% n=45	36,2% n=47	23,1% n=30	3,1% n=4	3,1% n=4	Rechazo de la violencia por parte de los hombres.

**Nota:** los títulos en negrita conforman la opción más elegida por la muestra.

Las personas que conforman la muestra perciben que la mujer suele tener una imagen sumisa en la mirada masculina en el cine y los hombres son los dominantes. También parecen estar de acuerdo que tanto los hombres y las mujeres son manipuladores en estas películas. Por una parte, las participantes están de acuerdo que la mujer dependiente del hombre suele aparecer con mucha frecuencia en este tipo de cine, así como los hombres que son independientes de la mujer. Por otra parte, la mujer respetuosa con los hombres suele ser la imagen que se suele ver en las películas con una mirada masculina, en cambio, las respuestas revelan que ser irrespetuoso con las mujeres es la imagen que suele ser vista por parte de los hombres.

En cuanto a las relaciones vistas con más frecuencia en el cine hecho desde una mirada masculina, suelen ser las que están basadas en la pasión sin compromiso según la opinión de las encuestadas. En este sentido, las respuestas indican que también se muestran relaciones sexuales con mayor frecuencia en dichas películas. Por otra parte, las participantes están de acuerdo que los vínculos basados en el amor y el sufrimiento suelen verse con una mayor repetición en este tipo de cine. También se muestran relaciones en las que se suele tratar mal a la otra persona como han indicado las personas que han formado esta muestra.

En referencia al rechazo de la violencia por parte de las mujeres, es la imagen que más se acostumbra a ver en el cine hecho desde la mirada masculina y en cuanto a los hombres, según las encuestadas, se acostumbra a ver que sienten atracción por la violencia.

### Análisis de los resultados cualitativos

Para la pregunta 12 (¿A qué tipo de público van dirigidas las películas hechas desde una mirada masculina?) se estableció la clasificación que se observa en la Tabla 8. Los resultados indican que, de las 130 participantes de la muestra, 45 de estas aportaron su respuesta escrita.

**Tabla 8:** Público al que se considera que van dirigidas las películas hechas desde un punto de vista masculino.

<b>Categorías</b>	<b>n</b>	<b>Porcentaje</b>
Hombres	28	62,2%
Hombres y mujeres	1	2,2%
Machista y patriarcal	3	6,7%
General	6	13,3%
Conservador/tradicional	1	2,2%
Jóvenes	2	4,4%
No crítico/conformista/superficial	4	8,9%
Total	45	100%

Más de la mitad de las encuestadas (28 personas) consideran mayoritariamente que este tipo de cine está hecho para hombres. En cambio, el resto de la muestra (17 personas) presentas opiniones variadas, siendo la categoría “General” la segunda opción más repetida.

Al preguntar a las encuestadas algún ejemplo sobre una película que pueda estar hecha desde una mirada masculina, 84 personas aportaron su respuesta (Véase tabla 9).

**Tabla 9:** Respuestas a la pregunta: ¿Sabes de alguna película, además de las mencionadas al inicio, que pueda estar hecha desde una mirada masculina? Si la respuesta es sí, ¿cuál?

<b>Categorías</b>	<b>n</b>	<b>Porcentaje</b>
Drama	11	13,1%
Romance	38	45,2%
Acción	13	15,5%
Ciencia ficción	9	10,7%
Animación	5	6,0%
Comedia	4	4,8%

Musical	4	4,8%
Total	84	100%

El género más nombrado es “Romance”, seguido de “Acción”, “Drama”, “Ciencia ficción”, “Animación”, “Comedia” y “Musical” en último lugar. Algunas de las películas con más menciones han sido “Cincuenta sombras de Grey”, “Pretty woman”, “A tres metros sobre el cielo”, “James Bond” y la saga de películas Marvel.

Un total de 123 participantes aportaron su respuesta para la pregunta cualitativa 35 (Véase Tabla 10).

**Tabla 10:** Respuestas a la pregunta: Ver este tipo de contenido cinematográfico, ¿qué emociones te produce? (Por ejemplo: rabia, frustración, felicidad, bienestar, etc.).

<b>Categorías</b>	<b>n</b>	<b>Porcentaje</b>
Emociones primarias	11	8,9%
Estados/sentimientos derivados de emociones	112	91,1%
Total	123	100%

Al preguntar qué tipo de emociones produce ver este tipo de contenido, las mujeres que forman la muestra contestaron que les provocan emociones primarias (asco, enfado, sorpresa, tristeza y felicidad fueron las preguntas obtenidas). Por otra parte, el resto de las encuestadas aportaron que les ocasiona estados o sentimientos derivados de emociones, en este sentido la rabia, frustración, rechazo, indignación e impotencia son de los más nombrados.

### **Discusión**

El retrato de las mujeres como objetos sexuales complacientes para los hombres en el arte y la literatura es conocido como “mirada masculina” (Rubio,2019). Así a partir de los resultados de este trabajo se ha podido observar el peso de esta realidad en una muestra de mujeres con el objetivo de conocer si las películas creadas desde la mirada masculina influyen sobre su autoconcepto.

En primer lugar, las mujeres que han formado parte de la muestra afirman que las imágenes mostradas en el cine hecho desde una mirada masculina no tienen influencia en su forma de ser ni en la idea que tienen sobre ellas mismas. Estos resultados podrían deberse a que las participantes no son conscientes del dominio que pueden producir estos medios de comunicación sobre nosotros. De hecho, de acuerdo con Cruzado (2007), el cine, al ser considerado un tipo de entretenimiento, se cuela en nuestros gustos y preferencias sin que nos demos cuenta, pudiendo implantar ideas patriarcales que dañan a la mujer.

A demás, es remarcable el hecho de que las respuestas de las mujeres que forman parte de la muestra se concentran en la imagen de la mujer como un ser manipulador. Estos resultados contrastan con el género de películas elegidas por la misma muestra, siendo el género “Romance” el más elegido (45,2%). En este tipo de género cinematográfico, las mujeres van a ir de la mano del personaje masculino, un elemento considerado como esencial para hacer avanzar la acción de la película (Souza y Fernández, 2013), en la que continuamente se refuerza la masculinidad del protagonista (Vinacua, 2019). Un claro ejemplo, es la película “50 sombras de Grey”, la película más nombrada entre las encuestadas, en esta se ven múltiples escenas en la que la mujer es sexualizada y sumisa. Así, los resultados son singulares, ya que en estas películas, el personaje femenino es visto como algo dócil y pasivo (Pennell y Behm-Morawitz, 2015).

Por otra parte, al realizar las comparaciones por edad, se ha podido observar que las mujeres que formaban parte de los grupos de edad más mayores (37-48 y 49-60 años) no se sentían tan influenciadas por estos contenidos cinematográficos en comparación con las participantes más jóvenes (18-24 y 25-36 años). Como mencionaban Amezcua y Pichardo (2000) en su investigación, durante la adolescencia el autoconcepto y en particular el de las mujeres se ve afectado negativamente. El grupo de edad comprendido entre los 18 y los 24 años son los que han tenido más participación en este trabajo, y la adolescencia acabó para estas mujeres hace poco tiempo si lo comparamos con las demás. En este sentido, los medios de comunicación que aportan contenido

centrado en la mirada masculina, como lo hace el cine, tiene un gran peso en el autoconcepto de las mujeres, más si tenemos en cuenta que aún pueden ser más susceptibles a estas representaciones cinematográficas.

Otra de las influencias claras que la mirada masculina ejerce sobre el cine es la sexualización del cuerpo de la mujer. Las participantes afirman que se sienten influenciadas por este tipo de cine en cuanto a la percepción que tienen sobre su cuerpo, siendo estos resultados de gran importancia, ya que la imagen corporal forma parte del autoconcepto. En una investigación en la que se estudiaba la relación entre la imagen corporal y el autoconcepto físico en mujeres adolescentes se concluyó que las mujeres con una mayor insatisfacción corporal (discrepancia entre el cuerpo deseado y el percibido) tenían un autoconcepto físico más devaluado (González-martí et al., 2015). Así pues, los papeles que se interpretan en el cine hecho desde una mirada masculina ponen mucha importancia en el cuerpo de la mujer, sexualizándolo, siendo este prácticamente inalcanzable y tratándolo como un espectáculo. Por lo tanto, las mujeres al ver estas películas se sienten condicionadas e influenciadas por estos cuerpos (González-martí et al., 2015).

Cabe destacar que este estudio presenta claras limitaciones, las cuales deben tenerse en cuenta. En primer lugar, no se ha podido conseguir una muestra representativa de la población. Además, ha habido un mayor número de respuestas en los grupos de edad más jóvenes debido a su facilidad en el manejo de las nuevas tecnologías, a diferencia de los grupos de edades más longevos. En segundo lugar, el término “mirada masculina”, aunque esté inconscientemente en muchas representaciones de la cultura, no es conocido como tal por la sociedad, ya que es un concepto del que se habla desde hace poco tiempo y ha sido muy poco investigado en psicología. Esta limitación puede haber llevado a la confusión para algunas de las encuestadas y haber influido así en sus respuestas.

Por todos estos motivos, y al obtener un tamaño de muestra relativamente pequeño no es recomendable extrapolar los resultados obtenidos a la población general y sacar conclusiones de estos. Aun así, para futuras investigaciones sería de gran interés tener en cuenta el nivel de

información que tienen las personas que conforman la muestra sobre el concepto de “mirada masculina”, así como tratar temas más específicos de las diferentes dimensiones del autoconcepto.

### **Conclusiones**

El análisis de la influencia ejercida por el cine en el autoconcepto de las mujeres ha puesto de manifiesto una realidad muchas veces olvidada en la sociedad actual. Los resultados han mostrado como el cuerpo de las mujeres está bajo el poder de unos ideales machistas. Aunque los datos del presente estudio muestren que el cine hecho desde una mirada masculina no influye sobre el autoconcepto en términos generales, sí se ha observado que la imagen corporal recibe esta influencia.

De esta forma, debido a la importancia que ejerce el cine en nuestra sociedad actual es necesario que se lleve a cabo un cambio de visión. Nos encontramos ante una sociedad patriarcal que influye en todos los ámbitos, obteniendo como resultado una industria del cine machista, que mediante la mirada masculina se degrada a la mujer. No existe aún suficiente lugar para que las mujeres directoras, productoras o guionistas puedan contar sus historias y crear personajes en el que la mujer tenga la importancia que se merece.

Por lo tanto, es necesario una transformación de la industria cinematográfica para así poder conseguir un cambio a nivel social en el que las historias que se cuenten todas las personas sean vistas por igual.



## Referencias

- Amezcu Membrilla, J. A., & Pichardo Martínez, M. del C. (2000). Diferencias de género en autoconcepto en sujetos adolescentes. *Anales de Psicología*, 16(2), 207–214.
- Ángeles Cruzado Rodríguez. (2007). *Mujeres y cine. Discurso patriarcal y discurso feminista, de los textos a las pantallas (tesis doctoral)*. Universidad de Sevilla, Sevilla. 606.
- Botella, L., Grañó, N., Gámiz, M., & Abey, M. (2008). La presencia ignorada del cuerpo. *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, XVII(2006), 245–263.
- Cagigas, A. D., & Socióloga, A. (1980). *El Patriarcado, Como Origen De La Violencia Doméstica*.
- Cazalla Luna, N., & Molero López-Barajas, D. (2013). Revisión teórica sobre el autoconcepto y su importancia en la adolescencia. *Revista Electrónica de Investigación y Docencia ( REID )*, 0(10), 43–64.
- Coral-Díaz, A. M. (2010). El cuerpo femenino sexualizado : entre las construcciones de género y la Ley de Justicia y Paz \* The Sexualized Body : between the Gender Constructions and. *International Law, Revista Colombiana de Derecho Internaiconal*, 381–409.
- Debold, E. (1995). Helping Girls Survive the Middle Grades. *Principal*, 74 (3), 22-24
- Doris, P., & Gonzales, L. (2019). *Autoconcepto , una. 1*.
- Estévez, M. A. Q., Álvarez, M. C. B., & Martín, S. (2004). *Auto Discrepancias 0*.
- Ferrete-Poza, F. (2018). Representación de la mujer en el cine de David Fincher. El Club de la Lucha y La Red Social. *AdMIRA-Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales*, 111–114.
- Fontenla, M. (2008). ¿Qué es el patriarcado? *Diccionario de Estudios de Género y Feminismos*. Mujeres en Red. El Periódico Feminista. <https://bit.ly/2H5tVX2>
- García, J. F., Musitu, G., & Veiga, F. (2006). Autoconcepto en adultos de España y Portugal. *Psicothema*, 18(3), 551–556.
- Gómez González, S. (2019). *De Ellen Ripley a Capitana Marvel: Análisis del papel de la mujer en el cine de ciencia ficción*.

- Goñi Palacios, E., Fernández Zabala, A., & Infante Borinaga, G. (2012). El autoconcepto personal: diferencias asociadas a la edad y al sexo. *Aula Abierta, ISSN 0210-2773, Vol. 40, Nº 1, 2012, Págs. 39-50, 40(1), 39–50.*
- González-martí, I., Contreras, O., & Cuevas, R. (2015). Relación entre imagen corporal y autoconcepto físico en mujeres adolescentes. *Revista Latinoamericana de Psicología, 47(1), 25–33.*
- Hernández Gómez, H. (2007). *Autoconcepto de Mujeres Víctimas de Violencia.*
- Hernández, R., & Liranzo, P. (2013). *Las diosas sometidas: autoconcepto en mujeres de grupos vulnerables. encuentros afectivo-participativos y sus efectos en el. 38(4), 659–690.*
- Higgins, E. Tory; Klein, Ruth; Strauman, Timothy (1985). Self-Concept Discrepancy Theory: A Psychological Model for Distinguishing among Different Aspects of Depression and Anxiety. *Social Cognition, 3(1), 51–76.*
- López-Zafra, E., & López-Sáez, M. (2001). Por qué las mujeres se consideran más o menos femeninas y los hombres más o menos masculinos. Explicaciones sobre su autoconcepto de identidad de género. *Revista de Psicología Social, 16(2), 193–207.*
- Morales Romo, B. (2015). “ *Roles Y Estereotipo S De De La Última Década . 408.*
- Mulvey, L. (2013). Visual pleasure and narrative cinema. *Feminism and Film Theory, 57–68.*
- Ortiz de Zárate, B. (2015). La presión de la publicidad sobre el autoconcepto de la mujer. *Universidad Pontificia Comillas, 128.*
- Pennell, H., & Behm-Morawitz, E. (2015). The Empowering (Super) Heroine? The Effects of Sexualized Female Characters in Superhero Films on Women. *Sex Roles, 72(5–6), 211–220.*
- Pereira Domínguez, M. (2005). Cine y Educación social. *Revista de Educación, 338(338), 205–228.*
- Rubio, A. (2019, 6 marzo). *The dangers of the male gaze. The Underpass.* Recuperado de: <https://underpassmag.wordpress.com/2019/03/03/the-dangers-of-male-gaze-theory/>
- Shavelson, R. J., Hubner, J. J., & Stanton, G. C. (1976). Self-Concept: Validation of Construct

Interpretations. *Review of Educational Research*, 46(3), 407–441.

Souza, M. B., & Fernández, V. L. (2013). A representação da mulher de periferia no cinema brasileiro. *Comunicação & Informação*, 14(2), 195–213.

Sundt, M., & Cucurella, M. (2010). Inlujo de las imágenes femeninas presentadas por los medios de comunicación sobre el desarrollo adolescente. *Mercurio Peruano*, 523, 69–80.

Videra-García, A., & Reigal-Garrido, R. (2013). Autoconcepto físico, percepción de salud y satisfacción vital en una muestra de adolescentes. *Anales de Psicología*, 29(1), 141–147.

Vinacua, B. A. (2019). *C APÍTULO I FEMENINAS EN LA FICCIÓN AUDIOVISUAL*. 17–32.

## Anexo I: Cuestionario

### "Mirada masculina" y autoconcepto

Marca según tu opinión la casilla correspondiente de acuerdo con las siguientes categorías.

**1. Totalmente en desacuerdo**

**2. En desacuerdo**

**3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo**

**4. De acuerdo**

**5. Totalmente de acuerdo**

1. El cine es un instrumento divulgador de valores que influye en la educación y socialización del mundo real.
2. El cine refleja las actitudes y valores que se viven en el mundo real.
3. El cine sirve para evadirnos de la realidad.
4. El cine es un tipo de entretenimiento.
5. El cine muestra fundamentalmente lo que interesa a los cineastas y productores.
6. El cine manipula nuestras percepciones.
7. Las películas hechas desde una mirada masculina están presentes en la sociedad actual.
8. Las películas hechas desde una mirada masculina muestran una realidad sesgada.
9. Las películas hechas desde una mirada masculina reproducen estereotipos de género.
10. Las películas hechas desde una mirada masculina muestran una visión androcéntrica (visión del mundo que sitúa al hombre como centro de todo).
11. Las películas hechas desde una mirada masculina están concebidas para un público determinado.
12. Si has respondido que estás de acuerdo; ¿para qué tipo de público?:
13. Me siento identificada con los papeles de mujeres representados en las películas hechas desde una mirada masculina.
14. Las mujeres que se muestran en películas hechas desde una mirada masculina han sido un referente en algún momento de mi vida.
15. La imagen de la mujer en las películas hechas desde una mirada masculina esta sesgada.
16. Las películas hechas desde una mirada masculina muestran una visión tergiversada de las relaciones entre hombres y mujeres.
17. Las imágenes de mujeres mostradas en las películas hechas desde una mirada masculina influyen en la idea que tengo sobre mí misma.
18. Las imágenes de mujeres mostradas en las películas hechas desde una mirada masculina influyen en la idea que tengo sobre mi cuerpo.
19. Las imágenes de mujeres mostradas en las películas hechas desde una mirada masculina influyen en la idea que tengo sobre mi manera de ser.

**Marca en las siguientes preguntas el lugar que crees que ocupa la imagen que ofrecen las películas hechas desde una mirada masculina a cerca de las mujeres, hombres y sus relaciones.**

Marca 1 o 2 cuando creas que la visión que se ofrece es sobre todo la que se encuentra en la casilla izquierda (1: con mucha frecuencia, 2: con moderada frecuencia).

Marca 4 o 5 cuando creas que la visión que se ofrece es sobre todo la que se encuentra en la casilla derecha (4: con moderada frecuencia, 5: con mucha frecuencia,).

Marca el 3 cuando pienses que se ofrecen ambas por igual o que no se ofrece ninguna de las dos.

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	
<i>20. Mujer sumisa</i>						<i>Mujer dominante</i>
<i>21. Hombre sumiso</i>						<i>Hombre dominante</i>
<i>22. Mujer manipuladora</i>						<i>Mujer manipulada</i>
<i>23. Hombre manipulador</i>						<i>Hombre manipulado</i>
<i>24. Mujer dependiente del hombre</i>						<i>Mujer independiente del hombre</i>
<i>25. Hombre dependiente de la mujer</i>						<i>Hombre independiente de la mujer</i>
<i>26. Mujer que trata mal a los hombres</i>						<i>Mujer respetuosa con los hombres</i>
<i>27. Hombre que trata mal a las mujeres</i>						<i>Hombre respetuoso con las mujeres</i>
<i>28. Relación de pasión sin compromiso, transitorias</i>						<i>Relaciones de pasión con compromiso emocional</i>
<i>29. Relaciones puramente sexuales</i>						<i>Relaciones sexuales con afecto e intimidad</i>
<i>30. Relaciones de amor-sufrimiento</i>						<i>Relaciones de amor-bienestar</i>
<i>31. Relaciones en las que se trata mal al otro/a</i>						<i>Relaciones respetuosas</i>
<i>32. Atracción por la violencia por parte de las mujeres</i>						<i>Rechazo de la violencia por parte de las mujeres</i>

33. <i>Atracción de la violencia por parte de los hombres</i>						<i>Rechazo de la violencia por parte de los hombres.</i>
---	--	--	--	--	--	--

34. ¿Sabes de alguna película, además de las mencionadas al inicio, que pueda estar hecha desde una mirada masculina? Si la respuesta es sí, ¿cuál?

35. Ver este tipo de contenido cinematográfico, ¿qué emociones te produce? (Por ejemplo: rabia, frustración, felicidad, bienestar, etc.)

### Anexo II: Pruebas de Homogeneidad de Variancias

<b>Pruebas de homogeneidad de variancias</b>		Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
13. Me siento identificada con los papeles de mujeres representados en las películas hechas desde una mirada masculina.	Se basa en la media	,679	3	126	,566
	Se basa en la mediana	,257	3	126	,856
	Se basa en la mediana y con gl ajustado	,257	3	109,75 6	,856
	Se basa en la media recortada	,524	3	126	,666

<b>Pruebas de homogeneidad de variancias</b>		Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
14. Las mujeres que se muestran en películas hechas desde una mirada masculina han sido un referente en algún momento de mi vida.	Se basa en la media	3,930	3	126	,010
	Se basa en la mediana	3,107	3	126	,029
	Se basa en la mediana y con gl ajustado	3,107	3	119,5 21	,029
	Se basa en la media recortada	3,821	3	126	,012

<b>Pruebas de homogeneidad de variancias</b>		Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
17. Las imágenes de mujeres mostradas en las películas hechas desde una mirada masculina influyen en la idea que tengo sobre mi misma.	Se basa en la media	,462	3	126	,709
	Se basa en la mediana	,424	3	126	,736
	Se basa en la mediana y con gl ajustado	,424	3	122,16 7	,736
	Se basa en la media recortada	,443	3	126	,723
18. Las imágenes de mujeres mostradas en	Se basa en la media	,894	3	126	,446
	Se basa en la mediana	,278	3	126	,841

Análisis del papel que ejerce la mirada masculina en el cine y el autoconcepto de las mujeres

las películas hechas desde una mirada masculina influyen en la idea que tengo sobre mi cuerpo.	Se basa en la mediana y con gl ajustado	,278	3	107,67 5	,841
19. Las imágenes de mujeres mostradas en las películas hechas desde una mirada masculina influyen en la idea que tengo sobre mi manera de ser.	Se basa en la media recortada	,785	3	126	,505
	Se basa en la media	1,331	3	126	,267
	Se basa en la mediana	1,513	3	126	,214
	Se basa en la mediana y con gl ajustado	1,513	3	121,73 0	,214
	Se basa en la media recortada	1,419	3	126	,240