

**La visualització del programa  
“Mujeres, Hombres y Viceversa”  
com a nou factor de risc en la  
reproducció i normalització  
d'estereotips i violència de gènere**

Mireia Salvat Baella

4rt del grau de Psicologia

Tutor: Jordi Vilardell Molas

Treball Final de Grau

Facultat d'Educació, Traducció i Ciències Humanes

Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya

Vic, 15 de maig de 2017

## **DIVISA**

*A l'atzar agraeixo tres dons: haver nascut dona,  
de classe baixa i nació oprimida.*

*I el tèrbol atzur de ser tres voltes rebel.*

Maria-Mercè Marçal

## Agraïments

Al Jordi Vilardell, tutor d'aquest Treball de Final de Grau, per guiar-me durant l'elaboració i haver cregut en aquest estudi des del primer moment, donant-me seguretat en mi mateixa.

A les meves companyes; Lúdia Muntané, Judit Lucas i Silvia Alonso, per totes les hores compartides d'anàlisi estadístic. Sense la seva paciència no hagués estat possible.

A la meva parella per ser suport, ànim i acompanyar-me en aquells moments d'angoixa.

Als professors, alumnes i caps d'estudis de l'Institut Escola Municipal del Treball de Granollers per la participació.

A totes aquelles dones que lluitem, dia a dia, per un món on no haguem de sentir-nos oprimides.

## Resum

La investigació realitzada té com objectiu l'establiment d'una relació entre la visualització del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" (MHYV) i la normalització i reproducció de violència de gènere en adolescents i joves d'entre 16 i 22 anys. Amb aquest propòsit, l'estudi analitza, en primer lloc, el programa com a mitjà de comunicació transmissor d'estereotips de gènere i models masculins autoritaris i dominants. En segon lloc, analitza els adolescents i joves en quant a la seva percepció i grau d'identificació amb el programa MHYV, tenint en compte l'efecte *tercera persona*. I, finalment, s'estudien els factors de risc de violència de gènere i la presència de diverses formes de violència de gènere en relació a l'edat, el nivell d'estudis i el grau de visualització del programa. Els resultats s'extreuen de l'administració d'un qüestionari i mostren una relació positiva entre el grau de visualització del programa i la presència d'estereotips i conductes de violència de gènere, de la mateixa manera que mostren una definició dels protagonistes del programa en termes de masculinitat hegemònica.

**Paraules clau:** estereotips de gènere, aprenentatge social, feminitat i masculinitat, factors de risc, violència de gènere, reality show, "Mujeres, Hombres y Viceversa".

## Abstract

The research aims to establish a relation between the display of the program "Mujeres y Hombres vice versa" (MHYV) and standardization and reproduction of gender violence in adolescents and young people aged between 16 and 22. For this purpose, firstly, the study analyzes the program as mass media which transmits gender stereotypes and authoritarian and dominant masculine models. Secondly, the study analyzes the degree of perception and identification of adolescents and youth with the program, based on the theory of the *third person effect*. Finally, we study the risk factors for gender violence and the presence of different forms of gender violence in relation to age, level of education and the frequency visualization of the program. The results are extracted from a questionnaire that shows a positive relation between the frequency of the visualization and the presence of stereotypes and behaviors of gender violence. In the same way, surveyed define the protagonists of the program in terms of hegemonic masculinity.

**Keywords:** gender stereotypes, social learning, femininity and masculinity, risk factors, gender violence, reality show, "Mujeres, Hombres y Viceversa".

# ÍNDEX

Introducció .....	7
Hipòtesis .....	8
<b>MARC TEÒRIC.....</b>	<b>9</b>
1. Els mitjans de comunicació com a model de reproducció d'estereotips de gènere.9	
1.1 El programa “Mujeres y hombres y viceversa” .....	9
1.2 Construcció i reproducció dels estereotips de gènere a través de l'Aprenentatge Vicari de Bandura .....	11
1.3 Els mitjans de comunicació com a model d'imitació .....	12
1.4 Efecte tercera persona .....	14
2. Estratègies de categorització social: els estereotips de gènere.....	15
2.1 Estereotips de gènere .....	15
2.2 Feminitat i masculinitat .....	16
2.2.1 Masculinitat hegemònica.....	18
3. Violència de gènere en adolescents i joves.....	20
3.1 Gènere i violència en adolescents i joves .....	20
3.2 Formes de violència de gènere.....	21
3.2.1 Violència física .....	21
3.2.2 Violència psicològica.....	21
3.2.3 Violència sexual.....	22
3.2.4 Violència Simbòlica.....	22

3.3 Factors de risc de violència de gènere adolescent i juvenil.....	23
3.3.2 Factors de risc personals .....	23
3.3.3 Factors de risc estructurals .....	24
<b>INVESTIGACIÓ EMPÍRICA.....</b>	<b>25</b>
4. Justificació .....	25
5. Objectius i pregunta d'investigació.....	26
6. Metodologia de la recerca.....	28
6.1 Tipus d'estudi i disseny .....	28
6.2 Descripció de la mostra .....	29
6.3 Criteris d'exclusió .....	32
6.4 Instruments i procediments de recollida de dades .....	32
6.5 Aspectes ètics .....	34
7. Anàlisi de dades.....	35
8. Discussió de resultats .....	43
9. Limitacions.....	48
10. Replicabilitat .....	48
11. Conclusions .....	49
12. Bibliografia.....	51

## Introducció

Avui en dia una gran part dels adolescents i joves de la nostra societat s'exposen a altes dosis de consum televisiu de forma diària. Així mateix, la televisió esdevé un instrument que informa, distreu, satisfà necessitats i suscita noves preguntes i interessos. Alhora, també podem identificar-la com un poderós mitjà educatiu i socialitzador que fascina i inquieta als seus espectadors.

No obstant, a la societat actual no hi ha creada una consciència real entorn a la necessitat d'abordar la formació crítica dels teleespectadors. Des d'aquesta perspectiva, la investigació present pretén no tan sols demostrar la importància de renovar els factors de risc de violència de gènere sinó que, en major mesura, té la voluntat de convidar als seus lectors a la reflexió de certes preguntes; Cal educar a veure la televisió? Cal exigir com a espectadors una regulació ètica dels programes que es televisen? Són certs programes televisius promotors de moltes de les conductes de violència de gènere que joves i adolescents realitzen?(...)

Per tal d'intentar resoldre alguna de les preguntes esmentades, l'estudi present va realitzar una recerca teòrica al voltant dels mitjans de comunicació com a model de reproducció d'estereotips de gènere, les estratègies de categorització social, les conductes de violència de gènere i els factors de risc de joves i adolescents. Posteriorment, l'estudi va traslladar-se a la investigació empírica amb la pretensió de demostrar que la visualització habitual del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa", per part d'adolescents i joves és un factor de risc en el desenvolupament de conductes identificables com a violència de gènere.

## Hipòtesis

- Hipòtesis 1:

Els espectadors habituals del programa “Mujeres, Hombres y Viceversa” es senten identificats amb els protagonistes que hi apareixen.

- Hipòtesis 2:

L'audiència del programa “Mujeres, Hombres y Viceversa” defineix als homes *tronistes /pretendents* en termes de masculinitat hegemònica.

- Hipòtesis 3:

L'audiència del programa “Mujeres, Hombres y Viceversa” defineix als homes i dones *tronistes /pretendents* en termes oposats depenent del sexe, considerant el gènere com una única dimensió bipolar, on el concepte de masculinitat és considerat el pol oposat del de la feminitat.

- Hipòtesis 4:

L'audiència del programa “Mujeres, Hombres y Viceversa” externalitza l'efecte persuasiu del programa en els altres, negant alhora, l'influència d'aquest en primera persona.

- Hipòtesis 5:

L'audiència del programa té una alta presència d'estereotips de gènere.

- Hipòtesis 6:

Existeix una relació positiva entre el nivell de visualització del programa i la presència de conductes de violència de gènere.



# MARC TEÒRIC

## 1. Els mitjans de comunicació com a model de reproducció d'estereotips de gènere

### 1.1 El programa “Mujeres y hombres y viceversa”

*Mujeres, hombres y viceversa* és un programa de cites que s'emet per televisió diàriament, amb excepció del cap de setmana. Aquest programa pot identificar-se com un *Reality Show* o *Dating Show* de Telecinco i és una adaptació espanyola del programa italià *Uomini e Donne*. En la mateixa línia, Baldomero Toscano, director de Producció dels Programes de Telecinco, en diverses entrevistes afirma que l'alta audiència del programa és deguda a «una barreja molt atractiva i equilibrada de *talk show*, *reality* i *dating*».

El programa es dirigeix a persones heterosexuales sense parella, amb l'objectiu de "trobar l'amor". Així doncs, el format del programa gira al voltant de 5 rols de participació:

#### **La presentadora**

El rol de presentadora és exercit per la periodista Emma García Valdivieso des de l'inici del programa. La presentadora dinamitza el programa i s'encarrega de distribuir el torn de paraula entre els diferents participants.

#### **Els tronistes**

Els *tronistes*, habitualment dos homes i dues dones, són identificats com als protagonistes del programa als quals s'ha de "conquerir" o guanyar-se el seu amor. Atès que la finalitat del programa és trobar parella, els *tronistes* són els encarregats d'escollir quins/es pretendents/es accepten, expulsen o escullen com a finalistes. Ahora, cada *tronista* pot rebre candidats/es a *pretendent/a* als que decidirà si vol conèixer o no a través d'una breu presentació.

## **Els pretendents**

Els *pretendents/es* de cada *tronista*, un cop acceptats després de la seva candidatura, tenen l'oportunitat de donar-se a conèixer i conquerir al *tronista* a través de cites o reptes proposats per part del *tronista*, del públic, de la direcció del programa o d'algun *pretendent* rival.

Els *tronistes* i pretendents actuen sota una normativa imposada des de la direcció del programa, la qual prohibeix a ambdós participants a mantenir qualsevol contacte amorós exterior al programa. Per tant, es considera el contacte tronista-pretendent en hores fora de la gravació com a motiu d'expulsió. Alhora, la normativa també inclou la prohibició de possibles contactes amorosos o sexuals amb qualsevol persona externa al programa, així com el flirteig, conversacions de WhatsApp amb contingut sexual o contactes físics sexuals.

## **Els ganchos**

Els *ganchos* són col·laboradors del programa posicionats entre el públic, els quals donen la seva opinió sobre les cites i les dinàmiques de plató. A més, els *ganchos* són els encarregats de fer públiques les "confidències" que els arriben sobre els *tronistes* o els *pretendents/es*. S'identifiquen com a "confidències" aquelles informacions que comprometen alguna acció que impliqui una infracció de les normes del programa. Un exemple d'infracció de les normes podria ser el fet que un *pretendent* d'un determinat *tronista* del programa hagués flirtejat amb alguna altra persona externa al programa.

## **Els assessors de l'amor**

Els assessors de l'amor són dues persones, habitualment personatges famosos, als quals se'ls identifica com a "experts en l'amor". Els assessors s'encarreguen d'aconsellar als *tronistes* en vers als seus *pretendents*.

La dinàmica del programa s'articula en vers a les cites individuals entre *tronistes* i *pretendents*, les quals tenen l'objectiu d'apropar ambdós participants. Després de diverses

cites, el *tronista* pren la decisió d'escollir la parella amb la qual sortirà del programa, eliminant així a la resta de *pretendents*.

El programa es conforma entorn de diversos àmbits o escenes; la selecció o càsting dels protagonistes del programa, la retransmissió en directe de les cites entre *tronistes* i *pretendents/es* o dels reptes proposats als *pretendents/es* de cada *tronista*, l'evolució de les relacions al llarg de la seva permanència en el programa i les dinàmiques a plató entre *tronistes*, *pretendents/es*, assessors de l'amor, la presentadora i el mateix públic.

Segons els índex d'audiència de Telecinco, l'estrena del programa va obtenir un 18,4% d'audiència i després de gairebé 7 anys en antena obté una mitjana diària d'un 13,7% de *share* (vídeos compartits des de la web del programa). Alhora, el programa compta amb 975.000 espectadors segons les dades recollides l'any 2015.

Entre les crítiques al programa s'han generat polèmiques al considerar que el programa utilitza recurrentment un llenguatge groller que vulnera la Llei de Regulació Televisiva en horari infantil i, tot i ser un programa recomanat per a majors de 12 anys, l'horari d'emissió és matinal (de 12:45 a 14:15 h), fet que provoca que sigui un dels programes amb més espectadors joves d'entre 13 i 24 anys.

## **1.2 Construcció i reproducció dels estereotips de gènere a través de l'Aprenentatge Vicari de Bandura**

La influència dels mitjans de comunicació en la construcció de la identitat de gènere es produeix a partir de models d'aprenentatge social, concretament a través de l'aprenentatge vicari descrit per Bandura Walters (1963).

Durant el procés de construcció dels estereotips, els elements racionals no hi són gaire presents atès que no s'adquireixen a través de l'experiència ni de la raó (Huici i Moya, 1997), sinó que s'aprenen inconscientment a través del procés de socialització, és per això que, el caràcter inconscient dels estereotips permet que aquests s'assumeixin com a veritats absolutes, oblidant així el seu caràcter de construcció social.

El procés de construcció i reproducció d'estereotips de gènere es pot analitzar a través del Model d'Aprenentatge Vicari o Aprenentatge Social de Bandura, el qual fa referència a l'adquisició de noves conductes a través de l'observació. Quan la informació es rep de tercers, siguin terceres persones o mitjans de comunicació, aquests actuen com a generadors d'un contacte vicari, el qual possibilita l'aprenentatge d'acord amb certs estereotips, emocions i prejudicis referents a altres grups, que no han pogut ser contrastats per la mateixa experiència (Busselle i Crandall, 2002). Per aquest motiu, podem considerar que els mitjans de comunicació poden contribuir a la transmissió d'estereotips, fent ús de l'aprenentatge vicari. Així doncs, el contacte indirecte entre espectadors i certs programes televisius pot generar un gran impacte reforçant actituds més o menys prejudicades envers certs col·lectius.

L'any 2002, un estudi sobre la construcció de les identitats de gènere a través del programa televisiu "Mujeres, Hombres y Viceversa" realitzat a joves universitaris, confirma la influència del programa en la construcció de la identitat de gènere en les audiències, mitjançant el desenvolupament de processos d'aprenentatge vicari, a través dels quals es modifiquen els esquemes de representació de la informació.

*Els aprenentatges vicaris es vinculen a la conducta la qual observen, donant com a resultat una audiència que aprèn estratègies de categorització social a través de les quals desenvolupen inferències atributives que culminen amb la construcció d'estereotips de gènere. (Cuesta Cambra, U.; Gaspar Herrero, S. y Menéndez Hevia, T. 2012. Estudio de la construcción de la identidad de género a través del programa televisivo "Mujeres y Hombres y Viceversa". Pags. 289-290).*

### **1.3 Els mitjans de comunicació com a model d'imitació**

En la societat actual, els mitjans de comunicació de masses constitueixen una estructura condicionant i transmissora del paper femení en la societat. En moltes ocasions els mitjans de comunicació es converteixen en un reflex de la societat i, alhora, suposen un model de transmissió d'estereotips socials que poden resultar discriminants.

Els mitjans de comunicació de masses assumeixen la funció d'establir i integrar rols, valors, normes i símbols, alhora que mostren i transmeten pautes de comportament socialment admeses que en moltes ocasions acaben exercint la funció de model de referència de molts espectadors. Així mateix, molts dels programes televisats creen una "realitat" que afecta tant a la visió que és té del món, com a la comprensió i interpretació d'aquest.

Segons les dades recollides en l'estudi de Batch l'any 2000, podem observar que l'aparició de la dona en els mitjans de comunicació s'identifica amb un rol de "complement" o víctima i sol associar-se a entorns socials o culturals lligats amb el món de l'entreteniment o a programes de premsa rosa. Per tant, podem deduir l'existència d'un tracte desigual respecte a la imatge transmesa del gènere femení. Aquest fet pot identificar-se amb una repetició d'estereotips discriminants del passat.

D'altra banda, si analitzem la representació de la dona a través de les imatges emeses per televisió, també podem observar la infrarepresentació i l'aparició estereotipada d'aquesta.

Un dels esquemes que més es repeteix en televisió és el de les dones associades al cos (Serrano, 1995).

En el programa *Mujeres, Homes y Viceversa* podem observar que apareix una gran estereotipació del gènere, entenent l'acció d'estereotipar com l'acte de fixar de manera permanent i identificar els elements estereotipats com a un model preestablert, conegut i formalitzat que s'adopta d'una manera fixa (Bach, 2000, pàg. 44).

Ortega (1998) proposa una estructura, a partir de la qual identificar els estereotips de gènere, que es basa en l'anàlisi de quatre continguts d'identitat que formen part de l'imaginari col·lectiu. El primer referent sobre el qual articulem les qualitats diferencials atorgades al gènere masculí o femení és el cos. Les persones interioritzem les denotacions corporals a través dels mitjans de comunicació, entre altres estímuls que rebem, i conformem així una imatge del cos masculí al voltant de la força i el vigor, i la imatge del cos femení al voltant de la delicadesa i la debilitat. En conseqüència, es poden desenvolupar relacions asimètriques o de jerarquitització en les relacions de parella heterosexuales, donant

com a resultat un rol de poder de l'home en vers la dona. Així doncs, els estereotips poden distorsionar la realitat i utilitzar-se per a justificar i legitimar situacions de desigualtat o dependència. En segon lloc, les capacitats intel·lectuals també es consideren com a tòpics de gènere, atribuint al gènere masculí un millor rendiment en el desenvolupament de tasques tècniques, mecàniques i manuals i, al gènere femení, unes millors habilitats cooperatives i organitzatives. En tercer lloc, es tracta la dimensió afectiva i emocional, la qual atribueix una major afectivitat i emotivitat al gènere femení, mentre que s'atorga una major capacitat de control emocional al gènere masculí. En quart i últim lloc, s'inclou la dimensió relacional i d'interacció social, entesa com a capacitat de comunicació interpersonal. En aquest àmbit, s'atribueix una major competència comunicativa al gènere femení, i una major introspecció i racionalitat, amb una evitació de manifestacions personals i vitals, al masculí. En conseqüència, les repercussions socials i educatives que es deriven de les creences estereotipades del gènere són transmiseses i assumides pels adolescents.

## **1.4 Efecte tercera persona**

L'efecte tercera persona –*third person effect*– neix de la psicologia social i, actualment, se sustenta en l'afirmació de Perloff, la qual exposa la tendència de les persones al comparar-se per sobre del promig dels altres per tal de preservar la mateixa autoestima (Perloff, 1999).

L'any 1983, Phillip Davison, sociòleg especialista en comunicació, va ser el primer a utilitzar el terme per a definir el fenomen (Davison, 1983, p.1-15). L'autor explica l'efecte descrit com a la tendència de les persones a creure que un missatge persuasiu té un efecte major en terceres persones. Així doncs, cada persona raonarà aquest fenomen de forma individual, exposant que, encara que ell no se senti o percebi influït per la comunicació persuasiva "els altres" (en tercera persona) sí que poden ser persuadits. En relació al programa "Mujeres, Hombres y Viceversa", partint de la teoria de l'efecte de la tercera persona, podem suggerir com a hipòtesis que l'audiència verbalitzarà l'efecte persuasiu del programa en els altres negant, alhora, l'impacte d'aquest en la mateixa persona.

## **2. Estratègies de categorització social: els estereotips de gènere**

### **2.1 Estereotips de gènere**

Segons Del Valle (2002), les representacions culturals, entre elles les de gènere, són un conjunt d'idees, creences i significats emprats per la societat per tal d'estructurar i organitzar la realitat existent, les quals es transmeten a tots els seus membres a través de mecanismes socioculturals. Així doncs, podem considerar el gènere com una representació cultural que conté idees, prejudicis, valors, interpretacions, normes, deures i prohibicions sobre les vides de les persones.

Des de la perspectiva sociocognitiva, els estereotips són considerats esquemes cognitius que tenen el seu origen en el procés general de categorització de la informació. S'entén per esquema una estructura de representació simplificada, la qual intervé activament en les funcions de processament de la informació, possibilitant una major eficàcia en la selecció i tractament d'aquesta. Per tant, la construcció i utilització d'estereotips permet posar cert ordre davant de la gran quantitat d'informació que rebem contínuament (Hilton i von Hippel, 1996).

Segons Hilton i von Hippel (1996) els estereotips es corresponen amb representacions de les diferències reals entre grups, les quals són construccions adequades encara que parcials. El caràcter selectiu dels estereotips implica la pèrdua de característiques individuals i diferències personals. En conseqüència, el sol fet de que les persones pertanyin a un grup particular comporta que se'ls suposin molts dels trets atribuïbles a aquests grups, essent així jutjats i avaluats com a membres d'aquests. D'aquesta manera, els estereotips es caracteritzen per admetre una escassa variabilitat individual, el que els converteix en un element discriminatori. El perill deriva en què tals estereotips afecten a les percepcions dels que comparteixen aquest sistema de creences i poden arribar a influir sobre els comportaments i actituds de les persones a manera de "Profecia autocomplerta" (Barberà, 1998).

Respecte als estereotips de gènere, l'esquema cognitiu pren dos valors diferenciats; la masculinitat i la feminitat. A cada valor, se li atribueixen una ampla gama de característiques i atributs: característiques físiques, comportaments, trets de personalitat i conductes de rol (Barberá, 1998). Alhora, també s'hi sumen les associacions culturals estereotipades en relació a la interpretació del que és considerat com a correcte o incorrecte per a cada gènere. En conseqüència, la presència física d'un home o una dona és suficient per a desencadenar tota l'estructura esquemàtica corresponent a l'estereotip de gènere al qual correspon.

## **2.2 Feminitat i masculinitat**

Tal com s'ha definit en l'apartat anterior, els estereotips de gènere es formen i es reproduïen dins la societat, marcant i controlant les pautes de comportament que s'esperen d'homes i dones, preservant els models de feminitat i masculinitat tradicionals i sancionant a aquelles conductes que no corresponguin amb els patrons admesos per la mateixa societat. Així doncs, els conceptes de masculinitat i feminitat determinen el comportament, les funcions, les oportunitats, la valoració i les relacions que s'estableixen entre ambdós gèneres.

La dimensió de feminitat i masculinitat fa referència a una dimensió cultural que conté una multiplicitat de components entre els quals trobem trets de personalitat, rols o característiques físiques, entre d'altres.

Freixas (2000) estableix una aproximació a les característiques que imposa la cultura patriarcal a la subjectivitat femenina, com ara l'imperatiu de bellesa, la predisposició natural a l'amor i la consideració de la identitat de la dona subjecta a la maternitat i la cura del benestar dels altres. D'altra banda, la masculinitat valora als homes en termes de força, coneixement, poder, envaniment i habilitat, rebutjant així l'expressió de sentiments, els quals són coberts per una màscara d'insensibilitat. Així doncs, podem assenyalar que el model de masculinitat hegemònica implica que el gènere masculí es constitueixi com una manca de totes aquelles característiques que la cultura atribueix a les dones i, alhora, es construeixi



sobre valors com el poder i la potència, mesurats per l'èxit, la competitivitat, l'estatus, la capacitat de ser proveïdor, la propietat de la raó i l'admiració que s'aconsegueix dels altres. La masculinitat es tradueix en autoconfiança, resistència, autosuficiència i força (Bonino, 2000). En conseqüència, les persones interioritzem una percepció del gènere que ens orienta i guia pel que fa a la representació de la realitat, les accions, els pensaments i els comportaments propis, alhora que crea unes expectatives determinades al voltant del gènere (Jiménez, 2005).

Les representacions de masculinitat i feminitat pertanyen a l'imaginari col·lectiu, constituint així els estereotips com a eines socioculturals sobre les quals basem les normes de funcionament social i pautes de comportament que s'esperen de cada gènere. D'altra banda, aquestes mateixes pautes ens permeten sancionar les conductes que s'allunyen dels patrons de gènere "admesos". En conclusió, els estereotips o esquemes de gènere no limiten la seva funció a la descripció del que observem ni a l'estructuració representativa de coneixement (funció explicativa) sinó que també assumeixen una funció prescriptiva que refereix al que s'espera que "sigui" o "faci" cada persona en funció del gènere que li correspongui.

Respecte a les relacions de dependència o independència entre els conceptes de masculinitat i feminitat, des de la Psicologia es proposen dos models o principis de representació; el model de congruència, també denominat model unidimensional o bipolar, i el model androgin o bidimensional (Barberá, 2004; Martínez, 2004).

Des del model de congruència, el gènere es concep com una única dimensió bipolar, on el concepte de masculinitat és considerat el pol oposat del de la feminitat. Així doncs, la conceptualització de la bipolaritat del gènere provoca que, per exemple, l'alta activitat o el poder es considerin trets de masculinitat i que aquest equivalgui a la passivitat com a tret de feminitat, esdevenint així una dimensió que defineix a cada gènere a través d'antònims. A partir d'aquest model es presenta com a ideal que els homes desenvolupin característiques estereotipades com a masculines i les dones, femenines.

Altrament, des del model androgin o bidimensional, s'assumeix una perspectiva d'interdependència entre les dimensions de masculinitat i feminitat, de manera que una

qualitat o un tret tradicionalment entès com a masculí no comporta que aquest sigui excloent de ser una qualitat pròpia de feminitat. Es considera que l'androgínia és positiva en la mesura que possibilita que la persona senti com a desitjable el desenvolupament simultani de característiques estereotipades com a masculines i femenines.

### **2.2.1 Masculinitat hegemònica**

Per tal de definir el concepte de masculinitat hegemònica convé tenir en compte el significat d'hegemonia, el qual s'origina en la teoria d'Antonio Gramsci, que defineix aquesta com el control social d'una classe dominant amb capacitat suficient per a introduir les seves pròpies definicions de manera que es converteixin en idees socialment predominants. A més, Gramsci proposa que aquest procés de domini compta amb el consentiment de la classe subordinada. En conseqüència, la masculinitat hegemònica fa referència a contextos històrics on determinades estructures, pràctiques i formes de masculinitat adquireixen i retenen el poder (Hearn, 2004).

El concepte de masculinitat hegemònica és formulat per primera vegada durant la dècada dels vuitanta a partir de l'estudi de la posició social de dominació dels homes portat a terme per la sociòloga R. W. Connell. La masculinitat s'identifica com un conjunt de pràctiques que s'inscriuen en un sistema sexe/gènere culturalment específic per a la regulació de les relacions de poder, els rols socials i els cossos de les persones (Connell i Messerschmidt, 2005).

Demetriou (2001) proposa dues formes i funcions de masculinitat hegemònica; l'hegemonia externa, definida com la institucionalització de la dominació masculina, i l'hegemonia interna, definida com una ascendència social d'un tipus de masculinitat o característiques masculines sobre la resta d'homes. Així mateix, diversos autors (Bourdieu, 2000; Seidler, 2006; Connell, 2003) assenyalen que la masculinitat i l'exercici del poder estan estretament lligades, tant des de la perspectiva de dominació de les dones com de la de dominació de tots aquells homes feminitzats.

Altrament, la noció de masculinitat hegemònica es regeix per una sèrie de mecanismes socioculturals utilitzats per a demostrar el que es denominava "ser un home de veritat" (Barragán, 2004). En aquesta línia, l'heterosexualitat, el poder i la repressió de les emocions són qualitats lligades a l'expectativa de masculinitat ( Seidler, 2000).

Segons Seidler (2000), l'heterosexualitat s'entén com a una orientació sexual legítima, descartant la validesa d'altres orientacions i s'identifica l'erecció com a una afirmació de poder. Alhora, s'hi afegeix el prejudici que els homes són dolents i pocavergonyes i, en conseqüència, s'exigeix l'autocontrol de les emocions.

Respecte a la violència, diversos autors (Ramírez, 2005 i Seidler, 2006) afirmen que aquesta (en les seves diverses expressions) és una qualitat legitimada o molt relacionada amb la masculinitat. Ramírez (2005) afegeix que els homes han incorporat la violència com un element propi del model de masculinitat fent ús d'aquesta per tal de mantenir l'autoritat i el sistema de privilegis masculins. Així doncs, la masculinitat, comprèn diferents models o possibilitats de "ser un home", entre els quals trobem el model hegemònic de masculinitat que es caracteritza per l'ús permès de la força física, la violència i l'heterosexualitat.

Bourdieu (2000), manifesta que la dominació masculina exerceix una violència simbòlica, moltes vegades invisible per a les mateixes víctimes, que provoca la submissió de les dones. La invisibilitat d'aquesta violència s'emmarca en el context d'una societat patriarcal en la qual es normalitzen estàndards d'iniquitat estructural entre els gèneres. Així mateix, l'estudi de la societat patriarcal des de la perspectiva de gènere esdevé una anàlisi de les desigualtats socials i les seves pràctiques que reproduïxen el model de dominació masculina.

Durant les últimes dècades, les concepcions de feminitat i masculinitat han anat transformant els seus significats i en conseqüència, els models d'identitat masculina i femenina també. Podem identificar l'aparició dels anticonceptius femenins com un pas de transició fonamental el qual van permetre que la dona és desemmarques del procés reproductiu i dels rols de maternitat (Burin i Meler, 2000).

Convé ressaltar que la noció de masculinitat hegemònica no es fixa en un rol tradicional masculí, sinó que es considera un concepte dinàmic que intenta defugir d'essencialismes biològics, transhistòrics o transculturals (Demetriou, 2001).

### **3. Violència de gènere en adolescents i joves**

#### **3.1 Gènere i violència en adolescents i joves**

En primer lloc, cal assenyalar que la població sobre la qual es realitza l'estudi fa referència a la població en edat adolescent i jove. Segons l'Organització de les Nacions Unides (ONU) la joventut és una etapa que comprèn des dels 10 fins als 24 anys i s'identifica amb el pas de la infància a l'edat adulta.

Actualment, l'Informe Anual de la Fundació Anar senyala que des del 2009 s'han multiplicat per 10 el nombre de trucades realitzades per violència de gènere. En concret, l'any 2015 es van registrar un augment de 34,9% més quant a les trucades realitzades. El mateix any, van ser 318 els casos de menors adolescents que van trucar per casos de maltractament per part de la seva parella o exparella, de les quals un 85% eren de nacionalitat espanyola i, en la meitat dels casos registrats, l'agressor tenia més de 18 anys. Aquestes dades en fan reflexionar sobre l'alta prevalença de casos de violència de gènere en edats cada vegada més primerenques.

D'altra banda, cal tenir en compte que els mètodes a partir dels quals s'exerceixen diferents els tipus de violència són diversos i que, en les últimes dècades, amb l'aparició de les xarxes socials i aplicacions de missatgeria instantània han evolucionat en conductes de control a través del mòbil o de les xarxes socials.

Alhora, la reproducció cultural de la dominació masculina forma part de l'imaginari social sobre l'amor i les relacions afectives i, en conseqüència, en certes ocasions, la cultura i el context quotidià en el qual vivim ens transmet una idea de l'amor lligada al patiment i propicia l'aparició de violències de gènere.

## **3.2 Formes de violència de gènere**

La següent classificació de la violència de parella en adolescents i joves s'extreu de la *Guia d'orientació per a la família* <sup>1</sup> en termes de violència de gènere en població adolescent.

### **3.2.1 Violència física**

La violència física és tota aquella acció realitzada voluntàriament que provoqui o pugui provocar algun dany o lesions físiques que afectin la integritat de la persona agredida. Les manifestacions poden identificar-se amb una empenta, una bufetada, llançar objectes o fins a l'extrem de l'assassinat.

### **3.2.2 Violència psicològica.**

La violència psicològica és aquella que causa un dany emocional i disminueix l'autoestima provocant així un dany psicològic a la persona. Habitualment és de caràcter verbal i pot identificar-se amb insults, crits, burles, sobrenoms no desitjats, gelosia patològica, minimització i menyspreus, conductes d'humiliació, deshonra, amenaces, assetjament o manipulació.

D'altra banda, les manifestacions de violència psicològica també inclouen les conductes dominants o de control, les quals poden identificar-se amb els següents comportaments:

---

<sup>1</sup> Diputación de Alicante. Unidad de Igualdad. (2016). *Violencia de género en población adolescente. Guía de orientación para la familia..*

- Aïllar. No permetre a la parella sortir amb altres.
- Envair la privacitat. Revisió i control de les xarxes socials i dels missatges, trucades o imatges enviades des del mòbil de la parella.
- Control constant d'on està, amb qui i què fa.
- Dir a la parella com ha de vestir-se o maquillar-se.
- Imposar ordres i contrastar el seu compliment.

### **3.2.3 Violència sexual.**

La violència sexual és tota aquella activitat sexual no voluntària i forçada mitjançant la violència física, la coacció, l'agressió o l'abús. També es denomina violència sexual a qualsevol acció que impliqui la vulneració del dret de la dona de decidir voluntàriament la seva vida sexual o reproductiva. Les manifestacions poden identificar-se amb qualsevol contacte sexual no desitjat i van des de l'assetjament sexual o l'abús, fins a la violació.

### **3.2.4 Violència Simbòlica.**

Per tal de completar la classificació anterior podem afegir-hi una tipologia més respecte a la violència de gènere: la violència simbòlica.

La violència simbòlica és aquella activitat exercida a través de patrons estereotipats que comprèn: actituds, patrons de conducta, creences, missatges, valors, icones o signes que transmetin i reproduïxin dominació, desigualtat i discriminació, presentant així al gènere femení com a subordinat. Aquest tipus de violència és la més difícil de distingir o percebre. Les manifestacions poden identificar-se amb pressions estètiques al cos femení, llenguatges masculistes o invisibilitzant a les figures femenines durant la història.

### **3.3 Factors de risc en la violència de gènere adolescent i juvenil**

Els factors que incrementen el risc de patir o exercir violència de gènere en parelles joves o adolescents són diversos, però sempre resulten de la combinació de factors socioculturals, individuals i contextuals que són acompanyats de la tradició cultural patriarcal i d'educació sexista en la qual es posiciona el gènere masculí en una situació de superioritat en vers al gènere femení (Herranz, 2013).

El psicòleg Herranz (2013), diferencia dos grans grups de factors de risc: els factors de risc personals i els factors de risc estructurals. Dins d'aquesta divisió també trobem subgrups en els quals podem classificar la relació dels factors amb la seva causalitat i la procedència dels mateixos factors depenent de si són d'origen pròxim o de l'ecosistema, o per contra, són d'origen llunyà o del macrosistema. A continuació s'exposen exemples de cada factor:

#### **3.3.2 Factors de risc personals (immediats)**

Podem distingir dos tipologies de factors de risc personals o immediats: els factors de risc causals i els no causals.

En primer lloc, els factors de risc causals són factors relacionats amb la perpetuació de la violència rebuda i poden identificar-se amb les següents situacions:

- Models familiars a favor del domini o la submissió.
- Admetre la violència com a forma de resolució de conflictes interpersonals.
- Irascibilitat, baixa empatia i reduïda autoestima.
- Actituds familiars sexistes o idees patriarcals sobre la inferioritat de les dones.

En segon lloc, podem observar els factors no causals, els quals són factors no relacionals amb el fet d'haver sigut víctima de violència. Podem identificar com a factors no causals les següents condicions:

- Consum de drogues.
- Sentiments de desesperança o baixa autoestima.

- Fracàs escolar i/o baixa formació acadèmica.
- Inici primerenc en les relacions sexuals.
- Mantenir relacions sexuals de risc.
- Embaràs adolescent.

### **3.3.3 Factors de risc estructurals**

Podem distingir dos tipologies de factors de risc estructurals: els factors de risc pròxims i els llunyans. En primer lloc, els factors de risc estructurals pròxims o procedents de l'ecosistema fan referència a la influència de l'estructura social, formal i informal, en la qual vivim, i a les diferents institucions amb les quals ens relacionem.

Els factors de risc pròxims poden identificar-se amb les següents condicions:

- Legitimar de la violència per part de la institució educativa, religiosa o política.
- Transmetre estereotips de gènere i models autoritaris o violents a partir dels mitjans de comunicació.
- Impugnar als agressors de violència o no reconèixer a les víctimes d'aquesta des de les institucions jurídiques.
- Imposició del model heteropatriarcal per part de la institució religiosa.

En segon lloc, els factors de risc estructurals llunyans o procedents del macrosistema fan referència a les condicions socials i als valors i creences culturals als quals ens desenvolupem. Els factors de risc estructurals llunyans poden identificar-se amb:

- L'ideal i mites de l'amor romàntic.
- La construcció social de l'ideal d'home com a persona dominant, insensible, competitiu, forta, independent i agressiu.
- La construcció social de l'ideal de dona com a persona dependent, emocional, dèbil, sexualment submissa i complaent.



# INVESTIGACIÓ EMPÍRICA

## 4. Justificació

Actualment, les situacions de violència de gènere en joves i adolescents són un àmbit de preocupació social cada vegada més visible.

Segons les dades estadístiques anuals publicades per l'Institut Català de les Dones, durant el passat 2016, hi ha hagut un total de 10.016 trucades identificades com a situacions de violència masclista. El 17,48 % de les trucades rebudes provenien de víctimes d'entre 18 i 31 anys, les quals sumen un total de 1.740 trucades. Tanmateix, les trucades referents a víctimes menors de 18 anys s'eleva a 147, acumulant un 1,48 % del total de les trucades rebudes des del *Servei d'Atenció Contra la Violència Masclista*<sup>2</sup>. D'altra banda, el mateix recull estadístic sobre violència masclista a Catalunya mostra un clar augment de les trucades en edats cada vegada més primerenques en els últims 8 anys.

En conseqüència, moltes institucions públiques s'han vist obligades a crear programes preventius de treball amb joves i adolescents per tal de dotar-los de les competències necessàries per a prevenir situacions d'abús en relacions afectives. Sovint, la prevenció es realitza a través de la promoció de la reflexió al voltant dels rols i estereotips de gènere amb l'objectiu de fomentar relacions més igualitàries i sanes.

Per tal de treballar la prevenció de les situacions de violència que afecten les relacions afectives i de parella de joves i adolescents, és necessari estudiar i conèixer els diversos factors de risc a propòsit de minimitzar-los, potenciant-ne, alhora, els factors de protecció existents. Des d'aquesta perspectiva, és necessari analitzar també els factors provinents de l'entorn com a factors de risc o protectors. Així doncs, cal reflexionar sobre la necessitat de treballar la informació que els joves i adolescents reben de tercers o mitjans de comunicació, ja que aquests actuen com a generadors d'un contacte vicari, el qual pot

---

<sup>2</sup> Annex 2. Dades estadístiques sobre violència masclista a Catalunya durant l'any 2016. Dades extretes de l'Institut Català de les Dones. (2017).

possibilitat un aprenentatge que, en cas d'edats primerenques, no pugui ser contrastat per la mateixa experiència (Busselle i Crandall, 2002).

Respecte a la realitat actual de molts joves i adolescents, podem observar que s'han convertit en uns grans consumidors de certs programes de televisió i xarxes socials a les quals dediquen una gran part del seu temps, esdevenint així una important influència on cal educar. És per aquest motiu que convé redefinir els tradicionals factors de risc i incloure tots aquells emergents per tal de tractar-los durant la prevenció.

La investigació duta a terme pretén generar un debat al voltant dels models de feminitat i masculinitat televisats en un dels programes amb més audiència adolescent, el programa "Mujeres, Hombres y Viceversa", el qual pot ésser considerat un mitjà de comunicació potencialment persuasiu en joves i adolescents.

## **5. Objectius i pregunta d'investigació**

L'objectiu de la investigació realitzada es centra en l'establiment d'una relació entre la visualització del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" i la normalització i reproducció d'estereotips i violència de gènere en adolescents i joves d'entre 16 i 22 anys. Per tal de focalitzar l'objectiu esmentat s'ha plantejat la següent pregunta d'investigació:

- La visualització habitual del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa", per part d'adolescents i joves, és un factor de risc de desenvolupament de conductes identificables com a violència de gènere?

La pregunta principal d'investigació comporta, alhora, l'anàlisi de diverses hipòtesis:

- Hipòtesis 1:

Els espectadors habituals del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" se senten identificats amb els protagonistes que hi apareixen.

- Hipòtesis 2:

L'audiència del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" defineix als homes *tronistes /pretendents* en termes de masculinitat hegemònica.

- Hipòtesis 3:

L'audiència del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" defineix als homes i dones *tronistes /pretendents* en termes oposats depenent del sexe, considerant el gènere com una única dimensió bipolar, on el concepte de masculinitat és considerat el pol oposat del de la feminitat.

- Hipòtesis 4:

L'audiència del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" externalitza l'efecte persuasiu del programa en els altres, negant alhora, l'influència d'aquest en primera persona.

- Hipòtesis 5:

L'audiència del programa té una alta presència d'estereotips de gènere.

- Hipòtesis 6:

Existeix una relació positiva entre el nivell de visualització del programa i presència de conductes de violència de gènere.

## 6. Metodologia de la recerca

### 6.1 Tipus d'estudi i disseny

El disseny utilitzat per a la investigació empírica és no experimental per enquesta. La tècnica utilitzada per a la recollida de dades és el qüestionari autoadministrat sota la meua supervisió. Alhora, el disseny és transversal, ja que pretén descriure a la població en un moment determinat.

En primer lloc, el mètode aplicat és l'hipotèticodeductiu a partir del qual s'ha realitzat un procediment que, primerament, contempla l'observació d'una realitat existent per a la posterior formulació de diverses hipòtesis que l'expliquin. Seguidament, s'ha iniciat un procés de contrastació de les hipòtesis a través d'una investigació empírica per tal de poder extreure'n una anàlisi de dades que ens permetés arribar a determinades conclusions.

Les hipòtesis presentades són verificacionistes, ja que consisteixen a buscar dades que les verifiquin.

En segon lloc, els participants als quals es va administrar el qüestionari compleixen els principis d'idoneïtat i accessibilitat. D'altra banda, el principi de representativitat també es compleix, ja que els participants escollits formen part de la població diana objecte d'estudi. Tot i així, la mostra no és totalment representativa donada a la desigualtat de participants masculins i femenins i la desigualtat de percentatges entre els estudiants de batxillerat i els d'estudis universitaris.

En tercer lloc, el mostreig utilitzat va ser no probabilístic a propòsit donat que l'administració del qüestionari es va realitzar en dues institucions concretes i prèviament escollides; l'Institut Escola Municipal del Treball i la Universitat de Vic. Les institucions triades es van escollir segons el criteri de representativitat, ja que es va considerar que eren una mostra representativa del que volíem estudiar.

## 6.2 Descripció de la mostra

La mostra està composta per 52 persones;

- I. 24 persones de 1r de Batxillerat de l'Institut Escola Municipal del Treball de Granollers.
- II. 20 persones de 2n de Batxillerat de l'Institut Escola Municipal del Treball de Granollers.
- III. 8 persones de 4rt del Grau de Psicologia de la Universitat de Vic.

Respecte al context del qual s'extreu la mostra dels primers dos grups, fa referència a l'Institut Escola Municipal del Treball de Granollers. La ciutat de Granollers està ubicada al Vallès Oriental, dins de la província de Barcelona. Granollers té 60.174 habitants<sup>3</sup> i compta amb una gran part de població immigrant, on un 29% dels naixements no tenen la nacionalitat espanyola, per tant, els habitants de nacionalitat no espanyola constitueixen aproximadament, des del 2011, un 17'19% de la població. Aquesta població prové majoritàriament de països com Amèrica Llatina, Nord d'Àfrica, Marroc, Bolívia, Senegal i Equador.

En segon lloc, el context del qual s'extreu la mostra referent al Grau de Psicologia, s'ubica a la Universitat de Vic – Universitat Central de Catalunya (UVic- UCC). Així mateix, la UVic-UCC és una universitat privada situada a la ciutat de Vic, Manresa i Granollers. Actualment, la ciutat de Vic té 43.287 habitants<sup>4</sup> dels quals 10.389 són d'origen estranger i 7.669 alumnes de la UVic residents.

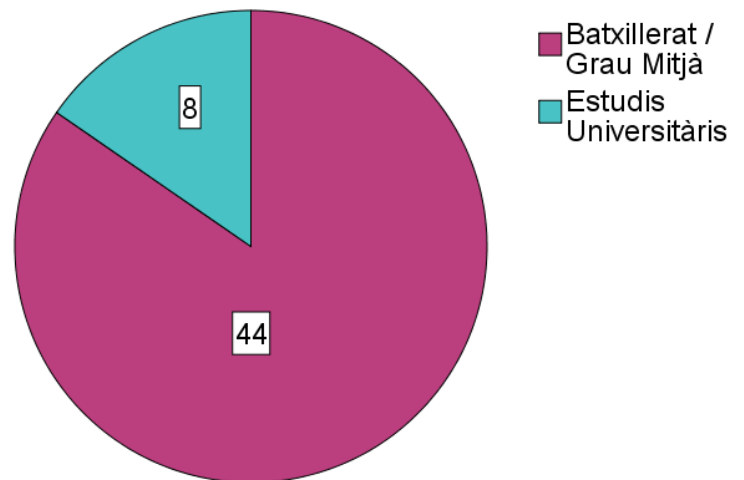
---

<sup>3</sup> Idescat.cat. (2017). *Idescat. Territori. El municipi en xifres. Granollers.*

<sup>4</sup> Idescat.cat. (2017). *Idescat. Territori. El municipi en xifres. Vic.*

Respecte al nivell d'estudis de la mostra, podem observar que tan sols un 15,4% està cursant estudis universitaris, mentre el 84,6% restant està cursant estudis de Batxillerat.

### Nivell d'estudis (cursant)

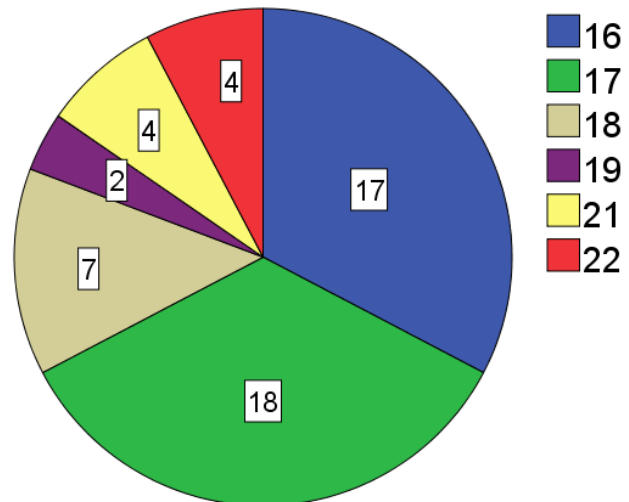


Gràfic circular 1. Freqüències de la variable sociodemogràfica nivell d'estudis.

D'altra banda, respecte a la variabilitat d'edats de la mostra, aquesta pretén fer visible una hipotètica diferència respecte a la forma de visualitzar el programa *MHYV*. La mostra està composta per:

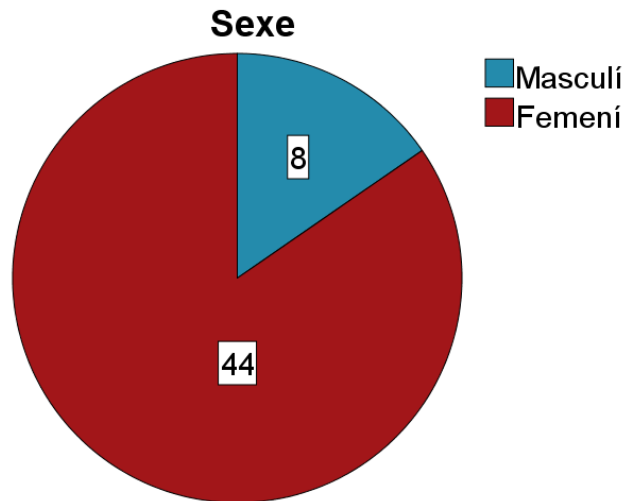
- 32,7% de estudiants de 16 anys.
- 34,6% d'estudiants de 17 anys.
- 13,5% d'estudiants de 18 anys.
- 3,8% d'estudiants de 19 anys.
- 7,7% d'estudiants de 21 anys.
- 7,7% d'estudiants de 21 anys

### Edat



Gràfic circular 2. Freqüències de la variable sociodemogràfica edat.

Respecte al gènere de la mostra, trobem una clara desproporció. Mentre el sexe femení ocupa un 84,6% de la mostra, el masculí representa tan sols un 15,4%.

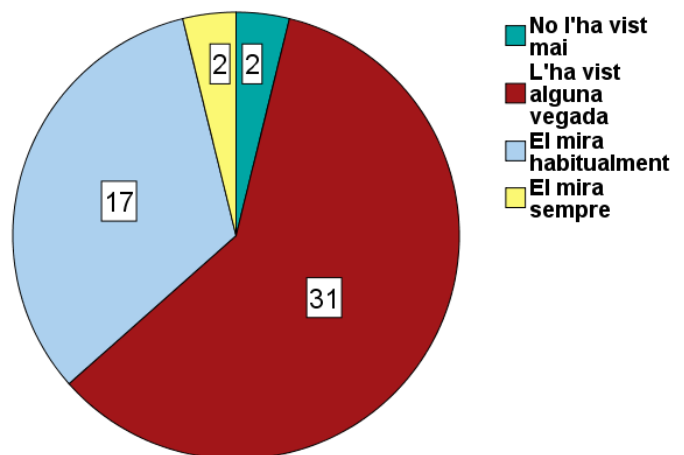


Gràfica circular 3. Freqüències de la variable sociodemogràfica sexe.

Respecte al nivell de visualització del programa *MHYV*, la mostra es compon per:

- 3,8% d'estudiants que no han vist mai el programa.
- 59,6% d'estudiants que l'han vist alguna vegada.
- 32,7% d'estudiants que miren el programa habitualment.
- 3,8% d'estudiants que miren el programa sempre.

**Nivell de visualització del programa MHYV**



Gràfica circular 4. Freqüències de la variable sociodemogràfica nivell de visualització del programa *MHYV*.

## 6.3 Criteris d'exclusió

S'han exclòs de l'estudi aquelles persones que compleixen alguns dels següents criteris:

- Persones que no han acceptat la conformitat de la participació.
- Menors de 16 anys i majors de 22.

## 6.4 Instruments i procediments de recollida de dades

### 6.3.1 Instrument de recollida de dades

L'instrument escollit per a la recollida de dades és el qüestionari.

Prèviament a la realització del qüestionari, vaig visualitzar el programa *MHYV* de forma diària durant aproximadament un mes per tal que les preguntes poguessin ser el màxim acurades a la realitat del programa.

La creació del qüestionari administrat [*Annex 3*] es basa en la comprovació de la teoria exposada en el marc teòric de l'estudi i consta de 4 apartats diferenciats segons les dades que pretenen recollir. En primer lloc, el qüestionari recull les variables sociodemogràfiques com l'edat, el sexe i el nivell d'estudis, dades necessàries per a classificar la mostra. En segon lloc, el qüestionari pretén mesurar aquelles dades relacionades amb el programa a estudiar:

- El nivell de consum del programa *MHYV*.
- La percepció dels espectadors envers als homes i dones que apareixen al programa *MHYV* a través de la selecció d'adjectius preestablerts.
- El nivell d'identificació dels espectadors amb els *tronistes* i *pretendents*.



- El nivell d'identificació dels espectadors amb les expectatives de parella, les actituds de flirteig, el tipus de relacions, les reaccions i actituds davant d'una infidelitat, l'aspecte físic i les professions que apareixen el programa *MHYV*.
- L'existència d'una externalització de l'efecte persuasiu del programa mitjançant la comprovació de la teoria de l'efecte de la tercera persona i la negació de la influència d'aquest en la mateixa persona.
- La presència i normalització de la concepció de la masculinitat i la feminitat en termes d'estereotips de gènere.

En tercer lloc, el qüestionari utilitza una escala no comparativa de Likert per tal de mesurar el grau d'acord en vers a diferents actituds i conductes identificables com a formes de violència de gènere. Mitjançant l'escala de Likert el qüestionari permet classificar, basant-se en 5 punts d'acord i desacord, un conjunt d'enunciats prèviament establerts que reflecteixen una actitud davant d'un fenomen concret.

Els enunciats utilitzats fan referència a la presència conductes identificables com a formes de violència física, psicològica, sexual o simbòlica, les quals s'extreuen de la *Guia d'orientació per a la família*<sup>5</sup> en termes de violència de gènere en població adolescent.

En quart i últim lloc, el qüestionari utilitza una escala no comparativa de Likert per tal de mesurar la presència i freqüència dels diferents factors de risc de patir o exercir violència de gènere. Els enunciats utilitzats s'extreuen de la classificació de factors de risc personals i estructurals de Herranz (2013).

---

<sup>5</sup> Diputación de Alicante. Unidad de Igualdad. (2016). *Violencia de género en población adolescente. Guía de orientación para la familia..*

### 6.3.2 Procediment

A finals de desembre del 2016 es va fer la primera trucada a l'Institut Escola Municipal del Treball de Granollers per tal d'explicar l'estudi que estava realitzant i proposar-los-hi la possibilitat de realitzar la part pràctica de la investigació als seus alumnes. La resposta de l'Institut Escola va ser afirmativa i se'm va facilitar el correu electrònic del cap d'estudis de secundària i Batxillerat. Posteriorment, a través del correu electrònic es van concretar les dates per a l'administració dels qüestionaris a dues classes de Batxillerat. Les dates d'administració dels qüestionaris van ser el 3 d'abril del 2017 a la classe de 1r de Batxillerat i el 5 d'abril del 2017 a la classe de 2n de Batxillerat. D'altre banda, l'administració dels qüestionaris a la mostra universitària es va realitzar el mateix 5 d'abril.

El qüestionari [Annex 3] va ser autoadministrat.

Durant els minuts previs a l'administració del qüestionari es va realitzar una presentació de l'estudi d'investigació, una lectura de les instruccions d'aquest i es va informar als participants de la voluntarietat, confidencialitat i durada del qüestionari. Seguidament, es va demanar la firma del consentiment informat [Annex 1]. Finalment, es va demanar la sinceritat dels participants argumentant la importància d'aquesta per a la recollida d'unes dades fiables.

L'administració del qüestionari va durar 20 minuts i la totalitat de la mostra seleccionada prèviament va mostrar la seva conformitat.

El posterior anàlisi estadístic de les dades obtingudes es va realitzar amb el programa informàtic *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

## 6.5 Aspectes ètics

Les dades recollides a través del qüestionari s'han utilitzat únicament per a la investigació en curs i segons la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de Protecció de Dades de Caràcter Personal, la informació es mantindrà confidencial. Així doncs, les dades seran

exclusivament tractades amb finalitat estadística, conservant l'anonimat i no seran facilitades a tercers.

Per tal de comunicar la confidencialitat i anonimat de les dades extretes, tots els participants van firmar el consentiment informat, el model del qual s'adjunta a l'Annex 1.

## **7. Anàlisi de dades**

### **Dades sociodemogràfiques i freqüència de visualització del programa *MHYV***

Les variables sociodemogràfiques analitzades mostren, en primer lloc, una mediana d'edat de 17 anys, ja que el 81% dels participants es troben en la franja d'edat d'entre 16 i 18 anys. El 19% restant de la mostra està composta per participants d'entre 19 i 22 anys. En segon lloc, si analitzem la mostra segons el sexe dels participants, podem observar que un 15,4% de la mostra està composta pel sexe masculí, mentre que el 84,6% restant fa referència al sexe femení. En tercer lloc, observem que el 84,6% de la mostra està estudiant Batxillerat, mentre que el 15,4% restant està cursant estudis universitaris. [*Annex 4.2*]

Respecte a la freqüència de visualització del programa *MHYV*, podem observar que tan sols el 3,8% dels participants no han vist mai el programa, mentre que un 59,6% afirma haver-lo vist alguna vegada. D'altra banda, els participants que afirmen mirar el programa habitualment o sempre acumulen un 36,5% del total de la mostra. [*Annex 4.3*]

### **Adjectius per a definir als homes i dones que apareixen al programa *MHYV***

L'anàlisi dels adjectius escollits per a definir als homes i dones que apareixen al programa *MHYV* [*Annex 4.4 i 4.5*] es realitza a través de les següents taules de freqüències.

<b>Adjectius per a definir a les dones</b>	<b>Freqüència</b>		<b>Percentatge</b>	
	<b>Escollit</b>	<b>No escollit</b>	<b>Escollit</b>	<b>No escollit</b>
Atractives	36	16	69,2	30,8
Actives i poderoses	6	46	11,5	88,5
Valentes i atrevides	9	43	17,3	82,7
Intel·ligents i cultes	0	52	0	100
Inconformistes i ambicioses	12	40	23,1	76,9
Impulsives	42	10	80,8	19,2
Agressives	30	22	57,7	42,3
Sensibles	24	28	46,2	53,8
Repulsives	34	18	65,4	34,6
Desagradables	33	19	63,5	36,5
Passives i submises	16	36	30,8	69,2
Tímides i indecises	3	49	5,8	94,2
Incultes	44	8	84,6	15,4
Conformistes	25	27	48,1	51,9
Prudents	1	51	1,9	98,1
Pacífiques i tolerants	0	52	0	100
Insensibles	9	43	17,3	82,7

*Taula 1. Freqüències dels adjectius escollits per a definir a les dones que apareixen al programa MHYV.*

A partir de la *Taula 1* podem observar que els adjectius més escollits per ordre de freqüència per a definir a les dones són: incultes, impulsives, atractives, repulsives, desagradables, agressives i conformistes. Mentre que els adjectius menys escollits són: intel·ligents, cultes, pacífiques, tolerants, prudents, tímides, indecises, actives, poderoses, valentes, atrevides, inconformistes, ambicioses i insensibles.

<b>Adjectius per a definir a les dones</b>	<b>Freqüència</b>		<b>Percentatge</b>	
	<b>Escollit</b>	<b>No escollit</b>	<b>Escollit</b>	<b>No escollit</b>
Atractius	37	15	71,2	28,8
Actius i poderosos	25	27	48,1	51,9
Valents i atrevits	23	29	44,2	55,8
Intel·ligents i cultes	0	52	0	100
Inconformistes i ambiciosos	34	18	65,4	34,6
Impulsius	46	6	88,5	11,5
Agressius	42	10	80,8	19,2
Sensibles	0	52	0	100
Repulsius i Desagradables	19	33	36,5	63,5
Passius i submisos	0	52	0	100
Tímids i indecisos	0	52	0	100
Incultes	45	7	86,5	13,5
Conformistes	6	46	11,5	88,5
Prudents	0	52	0	100
Pacífics i tolerants	1	51	1,9	98,1
Insensibles	40	12	76,9	23,1

*Taula 2. Freqüències dels adjectius escollits per a definir als homes que apareixen al programa MHYV.*

A partir de la *Taula 2* podem observar que els adjectius més escollits per ordre de freqüència per a definir als homes són: impulsius, incultes, agressius, insensibles, atractius, inconformistes i ambiciosos. Mentre que els menys escollits són: intel·ligents, cultes, sensibles, passius, submisos, tímids, indecisos, prudents, pacífics, tolerants i conformistes.

### **Grau d'identificació dels participants amb el programa**

Respecte al grau d'identificació dels participants amb el programa [*Annex 4.6*], els resultats mostren que el nivell d'identificació amb els/ les *tronistes* [*Annex 4.6.1*] és molt baix, ja que el 76,9% dels participants afirmen no sentir-se gens identificats i tan sols un 7,7% dels participants es sent identificat "a vegades" o "habitualment". D'altra banda, els resultats respecte al grau d'identificació amb els/ les *pretendents* [*Annex 4.6.2*] són similars a l'anterior. Les dades mostren un baix nivell d'identificació, ja que un 75% dels participants afirma no sentir-se gens identificat amb els/ les *pretendents*, mentre que tan sols un 9,6% dels participants se sent identificat "a vegades".

En segon lloc, els resultats respecte al grau d'identificació dels participants amb les expectatives de parella televisades al programa [*Annex 4.6.3*] mostren que el 67,3% dels participants no se sent gens identificat, el 19,2% dels participants no se senten identificats "gairebé mai" i el 13,5% dels participants s'hi sent identificat "a vegades".

En tercer lloc, els resultats respecte al grau d'identificació dels participants amb les actituds de flirteig televisades al programa [*Annex 4.6.4*] mostren que el 53,8% dels participants no se senten gens identificats, el 23,1% dels participants no se senten identificats "gairebé mai" i el 23,1% dels participants se senten identificats "a vegades" o "habitualment".

En quart lloc, els resultats respecte al grau d'identificació dels participants amb el tipus de relacions televisades al programa [*Annex 4.6.5*] mostren que el 69,2% dels participants no se senten gens identificats, el 17,3 dels participants no se senten "gairebé mai" identificats i el 13,5% dels participants se senten identificats "a vegades".

En cinquè lloc, els resultats respecte al grau d'identificació dels participants amb el tipus de reaccions davant d'una infidelitat que apareixen en el programa [*Annex 4.6.6*] mostren que el 38,5% dels participants no se senten gens identificats, el 19,2% dels participants no se

senten “gairebé mai” identificats, el 36,5% dels participants se senten identificats “a vegades” i el 5,8% dels participants se senten identificats “habitualment”.

En sisè lloc, els resultats respecte al grau d'identificació dels participants amb l'aspecte físic dels *tronistes* i *pretendents* [Annex 4.6.7] mostren que el 44,2% dels participants no se senten gens identificats, el 34,6% dels participants no se senten “gairebé mai” identificats, el 17,30% el dels participants se senten identificats “a vegades” i el 3,8% dels participants se senten identificats “habitualment”.

En setè lloc, els resultats respecte al grau d'identificació dels participants amb les professions dels *tronistes* i *pretendents* [Annex 4.6.8] mostren que el 82,7% dels participants no se senten gens identificats, el 11,5% dels participants no se senten “gairebé mai” identificats i el 5,8% el dels participants se senten identificats “a vegades”.

Cal esmentar que els resultats anteriors referents al grau d'identificació amb els diferents aspectes del programa no mostren diferències significants segons la diferència d'edat dels participants.

### **Percepció dels *tronistes* / *pretendents* en termes de masculinitat i feminitat**

Respecte a les dades recollides sobre la percepció de la masculinitat i feminitat [Annex 4.7], el 26,9% participants enquestats consideren que els homes *tronistes/ pretendents* no són “mai” o “gairebé mai” masculins. En canvi, el 26,9% dels participants consideren que els homes *tronistes/ pretendents* són masculins “a vegades”, i el 46,2% restant considera que són molt masculins “habitualment” o “sempre”.

D'altra banda, el 17,3% participants enquestats consideren que les dones *tronistes/ pretendents* no són “mai” o “gairebé mai” femenines. En canvi, el 26,9% dels participants consideren que les dones *tronistes/ pretendents* són femenines “a vegades”, i el 55,7% considera que són molt femines “habitualment” o “sempre”.

## **Percepció del programa *MHYV***

Respecte a les dades referents a la percepció que tenen els enquestats sobre el programa [Annex 4.8], els resultats mostren que el 69,2% dels participants consideren que el programa “mai” o “gairebé mai” és un reflex de la realitat. En canvi, el 25% dels participants consideren que el programa “a vegades” és un reflex de la realitat, mentre que el 5,7% considera que el programa “habitualment” o “sempre” és un reflex de la realitat [Annex 4.8.1].

Respecte a les dades referents a la percepció de l'efecte persuasiu o influència del programa en els altres [Annex 4.8.2], mostren la majoria dels participants enquestats (92,3%) consideren que el programa genera una influència negativa als altres “a vegades”, “habitualment” o “sempre”, mentre que tan sols el 7,6% considera que la influència negativa del programa en els altres no es produeix “mai” o “gairebé mai”.

D'altra banda, respecte a les dades referents a la percepció de l'efecte persuasiu o influència del programa en primera persona [Annex 4.8.3], mostren la majoria dels participants enquestats (67,3%) consideren que el programa els genera una influència negativa “a vegades”, “habitualment” o “sempre”, mentre que el 32,7% considera que la influència negativa no es produeix “mai” o “gairebé mai”.

## **Presència d'estereotips de gènere**

Les dades referents a la presència d'estereotips de gènere [Annex 4.9] s'obtenen a partir de diferents indicadors.

En primer lloc, el 26,9% dels participants enquestats consideren que “habitualment” o “sempre” l'atractiu masculí està en un cos fort, robust i vigorós, mentre que el 40,4% considera que aquest enunciat només es compleix “a vegades”. El 32,7% restant considera que l'atractiu masculí “mai” o “gairebé mai” està en un cos fort, robust i vigorós. En segon lloc, a l'enunciat “la majoria dels homes són dominants, insensibles, competitius, forts, independents i agressius”, el 40% dels participants enquestats consideraven que l'enunciat no es complia “mai” o “gairebé mai”, el 48,1% considerava que tan sols es complia “a

vegades” i l’11,5% restant considerava que es complia “habitualment” o “sempre”. En tercer lloc, a l’enunciat “la majoria de les dones són dependents, emocionals, dèbils, sexualment submises i complaents”, el 55,7% dels participants enquestats consideraven que l’enunciat no es complia “mai” o “gairebé mai”, el 40,4% considerava que tan sols es complia “a vegades” i el 3,8% restant considerava que es complia “habitualment” o “sempre”.

### **Presència d’actituds, conductes i formes de violència de gènere**

Les dades referents a la presència d’actituds, conductes i formes de violència de gènere [Annex 4.10] s’obtenen a partir de diferents indicadors.

En primer lloc, a l’enunciat “M’he sentit agredit/da físicament, per exemple, a partir d’una empenta, una bufetada o el llançament d’un objecte contra mi”, el 94,2% dels enquestats han contestat amb un “mai o gairebé mai”, mentre que el 5,8% restant ha contestat “a vegades”. A partir de l’anàlisi de dades podem observar que el 5,8% que s’ha sentit agredit físicament en certes ocasions correspon a participants que afirmen haver vist el programa *MHYV* de forma puntual o habitual i, alhora, corresponen a edats d’entre 16 i 18 anys [Annex 4.10.1].

En segon lloc, a l’enunciat “M’he sentit menyspreat/da o humiliat/da per la meua parella a través de sobrenoms no desitjats, burles o insults, entre d’altres” el 86,5% dels enquestats han contestat amb un “mai o gairebé mai”, mentre que el 7,7% ha contestat “a vegades” i el 5,8% restant ha contestat “habitualment” o “sempre”. A partir de l’anàlisi de dades podem observar que aquest últim percentatge es concentra en edats d’entre 17 i 18 anys [Annex 4.10.2].

En tercer lloc, s’han analitzat la presència de conductes de control a través de 3 enunciats. A l’enunciat (1) “la parella m’ha preguntat on estic, amb qui estic i que faig de forma recurrent” el 55,8% dels enquestats han respost amb un “mai o gairebé mai”, mentre que el 26,9% ha contestat “a vegades” i el 17,3% restant ha contestat “habitualment”. A partir de l’anàlisi de dades podem observar que aquest últim percentatge es concentra en edats d’entre 16 i 18 anys, els quals majoritàriament són espectadors puntuals o habituals del programa *MHYV* [Annex 4.10.2].



A l'enunciat (2) "la parella no m'ha permès quedar amb certs amics, i si hi he quedat després m'he sentit malament o m'ha castigat" el 86,5% dels enquestats han respost amb un "mai o gairebé mai", mentre que el 7,7% ha contestat "a vegades" i el 5,8% restant ha contestat "habitualment". A partir de l'anàlisi de dades podem observar que aquest últim percentatge es concentra en edats d'entre 16 i 18 anys, els quals són, en la seva totalitat, espectadors puntuals o habituals del programa *MHYV* [Annex 4.10.2].

A l'enunciat (3) "la parella m'ha revisat les fotografies del mòbil sense el meu permís" el 84,65% dels enquestats han respost amb un "mai o gairebé mai", mentre que el 7,7% ha contestat "a vegades" i el 7,7% restant ha contestat "habitualment". A partir de l'anàlisi de dades podem observar que aquest últim percentatge es concentra en edats d'entre 16 i 21 anys, els quals són, en la seva totalitat, espectadors puntuals o habituals del programa *MHYV* [Annex 4.10.2].

En quart lloc, s'ha analitzat la presència de conductes d'agressió sexual a partir del següent enunciat: "M'he sentit forçada a mantenir relacions sexuals". El 94,2% dels enquestats han respost amb un "mai o gairebé mai", mentre que el 5,8% restant ha contestat "a vegades". A partir de l'anàlisi de dades podem observar que aquest últim percentatge es concentra en edats d'entre 16 i 17 anys, els quals són, en la seva totalitat, espectadors puntuals o habituals del programa *MHYV* [Annex 4.10.3].

## **Factors de risc**

Finalment, s'ha analitzat la presència de 6 factors de risc; el consum de drogues, l'existència de sentiments de desesperança o baixa autoestima, l'inici primerenc en les relacions sexuals, la presència de relacions sexuals de risc, la presència de models de dominació cap a les dones dins la família i la creença de l'amor romàntic [Annex 4.11].

En primer lloc, quant a la freqüència de consum de drogues (alcohol, cànnabis, o tranquil·litzants, entre d'altres) podem observar que el 48% de la mostra no consumeix "mai o gairebé mai" drogues, el 46,2% en consumeix de forma esporàdica i el 5,7% restant ho fa de forma habitual o sempre. Les edats on es concentra una major freqüència del consum és en edats de 17 i 18 anys de sexe femení. [Annex 4.11.1]

En segon lloc, quant a la freqüència de sentiments de desesperança o baixa autoestima podem observar que el 59,6% de la mostra no es sent “mai o gairebé mai” desesperançant o amb baixa autoestima, mentre que el 26,9% de la mostra es sent així “a vegades”. El 13,4% restant es sent així de forma habitual o sempre. Les edats on es concentra una major freqüència del sentiment és entre els 16 i els 18 anys. Alhora, les freqüències més elevades pertanyen al sexe femení [Annex 4.11.2].

En tercer lloc, quant a la presència d'un inici primerenc en les relacions sexuals podem observar que el 75% no ha tingut un inici primerenc, mentre un 15,4% si. [Annex 4.11.3]

En quart lloc, quant a la freqüència en què els enquestats mantenen relacions sexuals de risc podem observar que el 88,4% de la mostra no practica “mai o gairebé mai” relacions sexuals de risc, mentre que un 5,8% de la mostra ho fa “a vegades”. El 5,7% restant si manté relacions sexuals de risc de forma habitual o sempre [Annex 4.11.4].

En cinquè lloc, quant a la presència de models de dominació cap a les dones dins la família podem observar que el 82,7% de la mostra no ha observat “mai o gairebé mai”, models de dominació cap a les dones dins la seva família, mentre que un 9,6% de la mostra n'ha presenciats “a vegades”. El 7,7% restant si manté relacions sexuals de risc de forma habitual o sempre [Annex 4.11.5].

I, finalment, en sisè i últim lloc, quant a la presència de mites de l'amor romàntic, podem observar que un 53,9% no percep en la seva vida “mai o gairebé mai” creences de l'amor romàntic, mentre que el 25% de la mostra afirma tenir certes creences romàntiques “a vegades” i el 21,2% restant afirma tenir-les de forma habitual o sempre [Annex 4.11.6].

## 8. Discussió de resultats

A continuació es realitza una interpretació dels resultats obtinguts a l'anàlisi de dades a partir de la comparació d'aquests amb el marc conceptual exposat a la teoria. La interpretació dels resultats es realitzarà en el mateix ordre de presentació de l'anàlisi de dades.

### **Adjectius per a definir als homes i dones que apareixen al programa *MHYV***

Referent als resultats de la *Taula 1* podem observar que els adjectius més escollits per ordre de freqüència per a definir a les dones són: incultes, impulsives, atractives, repulsives, desagradables, agressives i conformistes. Així doncs, detectem una certa ambivalència quant a l'ús d'adjectius oposats o antònims, alhora que, observem que els adjectius usats no corresponen a una estereotipació de la feminitat, a excepció de l'adjectiu "conformistes".

D'altra banda, quant als resultats de la *Taula 2* podem observar que els adjectius més escollits per ordre de freqüència per a definir als homes són: impulsius, incultes, agressius, insensibles, atractius, inconformistes i ambiciosos. Mentre que els menys escollits són: intel·ligents, cultes, sensibles, passius, submisos, tímids, indecisos, prudents, pacífics, tolerants i conformistes. Així doncs, els adjectius escollits mostren una definició dels homes en termes de dominància, agressivitat, insensibilitat, poder i independència, resultats que assenyalen un compliment del model de masculinitat hegemònica, el qual implica la constitució del gènere masculí com una manca de totes aquelles característiques que la cultura atribueix a les dones (Freixas, 2000). Aquesta contrarietat de concepcions s'identifica, alhora, com un compliment del model de congruència segons el qual el gènere es concep com una única dimensió bipolar, on el concepte de masculinitat és considerat el pol oposat del de la feminitat (Barberá, 2004; Martínez, 2004).

## **Grau d'identificació dels participants amb el programa**

Respecte al grau d'identificació dels participants enquestats amb el programa, els resultats mostren que el nivell d'identificació amb els/ les *tronistes* i els/ les *pretendents* és molt baix, ja que entre el 75% i 76,9% dels participants afirmen no sentir-se gens identificats. D'altra banda, els resultats respecte al grau d'identificació dels participants amb les expectatives de parella, l'aspecte físic o professions dels *tronistes* i *pretendents*, les actituds de flirteig i el tipus de relacions televisades al programa també mostren un baix grau d'identificació, ja que entre el 44,2% i el 82,7% dels participants no se sent gens identificats. Tanmateix, en major grau, els participants enquestats s'han sentit identificats de forma puntual o habitual amb el tipus de reaccions davant d'una infidelitat que apareixen en el programa.

Així doncs, descartem el grau d'identificació dels enquestats amb els protagonistes del programa com a possible causa de les altes audiències joves i adolescents del programa *MHYV*. Alhora, podem interpretar la presència d'una certa distància entre el que els joves i adolescents visualitzen i la forma en la que ells es perceben.

Altrament, si interpretem els resultats des de la Psicologia Evolutiva, segons la teoria del desenvolupament moral de Kohlberg, podem explicar el baix grau d'identificació com un alt grau de maduresa i judici moral dels adolescents i joves actuals. En aquesta línia, els espectadors se situarien en un estadi de moral postconvencional a partir del qual observarien les situacions que succeeixen al programa des d'una perspectiva de tercera persona, orientant la seva opinió del que succeeix de forma més llunyana a l'ètica del programa i més propera a una ètica universal (Kohlberg, 1992).

## **Percepció dels *tronistes* / *pretendents* en termes de masculinitat i feminitat**

Respecte a les dades recollides sobre la percepció de la masculinitat i feminitat, entre el 17,3% i el 26,9% participants enquestats consideren que els homes i dones *tronistes/ pretendents* no són "mai" o "gairebé mai" masculins o femenines. En canvi, el 26,9% dels participants consideren que els homes i dones *tronistes/ pretendents* són masculins o femenines "a vegades" i, entre el 17,3% i el 46,2%, consideren que ho són molt "habitualment" o "sempre". Tanmateix, si comparem les dades amb els adjectius, podem

observar una clara relació; mentre l'audiència defineix als protagonistes, homes i dones, del programa en termes de masculinitat hegemònica, els identifica majoritàriament com a "femenins" o "masculins" des de la perspectiva més tradicional. Alhora, observem una definida diferència quant a la valoració de les dones i la valoració dels homes. Les puntuacions en vers a la "masculinitat" dels homes protagonistes sempre són molt altes en comparació a dades les recollides en vers a la "feminitat" de les dones protagonistes. Aquesta diferència pot deure's a la presència d'una major estereotipació del gènere masculí a la societat, la qual manté la figura masculina com figura d'autoritat i sustenta la persistència del sistema de privilegis masculins (Ramírez, 2005 i Seidler, 2006).

### **Relació entre la presència d'actituds, conductes i formes de violència de gènere i el compliment de factors de risc**

Les dades referents a la presència d'actituds, conductes i formes de violència de gènere s'obtenen a partir de diferents indicadors que s'agrupen en 3 tipus de formes de violència; la física, la sexual i la psicològica. Alhora, convé ressaltar els significatius índexs d'actituds, conductes i formes de violència de gènere, els quals mantenen una forta relació de simultaneïtat amb el compliment de diversos factors de risc.

En primer lloc, respecte a les dades de violència física, observem que la gran majoria (94,2%) dels enquestats no han patit mai o gairebé mai cap tipus d'agressió. Tot i així, el 5,8% restant, format per noies d'entre 16 i 18 anys que afirmen veure el programa *MHYV* de forma puntual o habitual, exposen haver-se sentit agredies físicament en certes ocasions. Des d'aquesta perspectiva, podem assenyalar a la franja d'edat més jove com a col·lectiu amb major risc de vulnerabilitat. De la mateixa manera, les dades estadístiques confirmen l'existència de comportaments de violència de gènere en edats cada vegada menors en sintonia amb les estadístiques publicades per l'Institut Català de les Dones.

En segon lloc, respecte a les dades de violència psicològica, observem que un 13,5% dels enquestats ha patit de forma puntual o habitual sobrenoms no desitjats, burles o insults per part de la parella. A més, les dades confirmen, un cop més, l'existència de comportaments de violència de gènere en edats menors a 18 anys. D'altra banda, quant a l'anàlisi de la presència de conductes de control, observem que una mitjana de 24,4% dels enquestats

afirma haver patit algun de forma puntual o habitual. Aquest tipus de les conductes dominants o de control poden identificar-se com a manifestacions de violència psicològica segons la *Guia d'orientacions per a la família* <sup>6</sup> (2016).

En aquest punt, podem establir una relació entre l'existència de violència psicològica i el factor de risc "baixa autoestima" o "sentiments de desesperança". En aquest àmbit, el 40,3% dels enquestats han afirmat la presència d'aquests sentiments de forma habitual o puntual.

Així doncs, cal tenir en compte que l'autoconcepte, l'autoestima i la percepció d'autovalia són tres conceptes estretament relacionats que es veuen afectats durant l'adolescència. En aquesta línia, diversos estudis han exposat que a nivells baixos d'autoestima i autoconcepte en persones adolescents i joves hi ha una certa vulnerabilitat de patir violència relacional (Moreno, Estévez, Murgui i Musitu, 2009).

Paral·lelament, l'indicador "baixa autoestima" o "sentiments de desesperança" també pot correlacionar amb qualsevol altre àmbit de violència, ja que la dona maltractada sol presentar una baixa autoestima i autoconcepte. Una de les explicacions possibles al desenvolupament d'una baixa autoestima en la víctima de violència psicològica fa referència a tendència apresada de culpabilitzar-se dels fets succeïts, de manera que les víctimes poden perdre la capacitat d'autoconfiança (Dutton, 1994), alhora que, poden sumar-hi els menyspreus i descalificacions per part de l'agressor. Així mateix, la presència d'una situació d'aïllament de la víctima, acompanyada d'una privació de les relacions socials d'aquesta, augmenta les probabilitats de patir sentiments de desesperança (Lynch & Graham-Bermann, 2000).

Altrament, també podem establir una relació entre el factor de risc "consum de drogues" i la presència d'una baixa autoestima i una major vulnerabilitat a patir algun tipus de situació de violència de gènere. En aquest cas, el 51,9% de la mostra afirma realitzar un consum esporàdic o habitual de drogues (alcohol, cànnabis, o tranquil·litzants, entre d'altres). En aquesta línia, diversos estudis han exposat que a nivells baixos d'autoestima i autoconcepte

---

<sup>6</sup> Diputación de Alicante. Unidad de Igualdad. (2016). *Violencia de género en población adolescente. Guía de orientación para la familia..*

en persones adolescents i joves s'hi sol associar un increment del consum d'alcohol (Scheier, Botvin, Griffin i Díaz, 2000).

En tercer lloc, respecte a les dades de violència sexual, observem que un 5,8% dels enquestats ha partit de forma puntual algun tipus de situació de coacció per a mantenir relacions sexuals. En aquest àmbit, una de les conductes també associades a una baixa autoestima o sentiment de desesperança és la presència de relacions sexuals de risc, per exemple, a través de l'establiment de relacions sexuals sense l'ús d'anticonceptius. Així mateix, els adolescents amb sentiments de baixa autoestima tenen un menor grau de rebuig davant de la proposta de mantenir relacions sexuals de risc (Salazar, 2004). En aquest àmbit, la investigació realitzada mostra que un 11,5% dels enquestats mantenen relacions sexuals de risc de forma esporàdica o habitual.

Dins del mateix àmbit de la sexualitat humana, un altre factor de risc a contemplar és l'inici primerenc en les relacions sexuals. Segons la mostra analitzada, podem observar que el 75% no ha tingut un inici primerenc, mentre un 15,4% sí. En l'actualitat, la iniciació primerenca en les relacions sexuals està estretament relacionada amb els models socials de gènere, els quals exerceixen una influència poderosa (Taquette i Vilhena, 2008).

Paral·lelament, a l'hora d'analitzar el factor de risc "presència de models de dominació cap a les dones dins la família" podem observar que el 9,6% de la mostra n'ha presenciada de forma puntual. En aquest àmbit, s'ha considerat rellevant ressaltar el paper de la família en la transmissió dels models de dominació cap a les dones, donat que la família és l'entorn primari des d'on s'aprèn la socialització del gènere. Des d'aquesta perspectiva, Foo i Margolin (1995) afirmen que l'exposició a un context familiar violent és un factor predictor de violència de parella. Alhora, d'altres investigacions van afegir que la transmissió de les pautes violentes era més probable en homes que en dones.

Finalment, també cal considerar la rellevància del factor de risc "presència de mites de l'amor romàntic", ja que respecte a la mostra analitzada, observem que un 46,2% dels enquestats afirmen tenir creences romàntiques sobre l'amor. En aquesta línia, Estebañez (2010) assenyala que en el cas de les noies adolescents s'incrementen les dificultats per a percebre amb claredat una situació de violència de gènere perquè durant la mateixa

adolescència les primeres experiències afectives vénen marcades per una idealització romàntica de l'amor.

## **9. Limitacions**

Cal subratllar que la major limitació de la investigació consisteix en la falta d'equilibri entre la proporció de mostra de gènere femení i la proporció de mostra de gènere masculí, ja que ha impedit la realització d'una comparació significativa.

Altrament, també es contempla com a limitació la falta d'accessibilitat a mostres d'edats menors.

## **10. Replicabilitat**

Les propostes de replicabilitat de l'estudi són:

- Comparació de resultats utilitzant mostres d'Instituts Privats i Públics.
- Elaboració d'un estudi longitudinal per tal d'observar les diferències evolutives en quant a la presència d'estereotips, conductes de violència de gènere i factors de risc.
- Ús d'una mostra equilibrada entre homes i dones.
- Extensió de l'estudi a poblacions de menor edat.
- Contemplació de l'estrat social i cultural de cada mostra de la població.
- Vincular l'estudi a departament de Justícia o Educació.



## 11. Conclusions

En aquest punt s'exposaran les conclusions extretes a partir de la comprovació de les 6 hipòtesis preestablertes. Tal com s'ha argumentat anteriorment l'objectiu de la investigació realitzada se centra en l'establiment d'una relació entre la visualització del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" i la normalització i reproducció de violència de gènere en adolescents i joves d'entre 16 i 22 anys. Així doncs, la pregunta d'investigació fa referència a la visualització habitual del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" com a nou factor de risc. En conseqüència, es van elaborar les 6 hipòtesis que seran contrastades o refutades a continuació.

- Hipòtesis 1. *Els espectadors habituals del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" se senten identificats amb els protagonistes que hi apareixen.*

La hipòtesi 1 no es compleix, ja que entre el 75 i 76,9% dels participants enquestats afirmen no sentir-se gens identificats amb els/ les *tronistes* i els/ les *pretendents*.

- Hipòtesis 2: *L'audiència del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" defineix als homes tronistes /pretendents en termes de masculinitat hegemònica.*

La hipòtesi 2 es compleix, ja que els adjectius més escollits els adjectius escollits mostren una definició dels homes en termes de dominància, agressivitat, insensibilitat, poder i independència, alhora que s'allunyen de totes aquelles característiques que la cultura atribueix a les dones. Els resultats que assenyalen un compliment del model de masculinitat hegemònica.

- Hipòtesis 3: *L'audiència del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" defineix als homes i dones tronistes /pretendents en termes oposats dependent del sexe, considerant el gènere com una única dimensió bipolar, on el concepte de masculinitat és considerat el pol oposat del de la feminitat.*

La hipòtesi 3 es compleix, ja que els adjectius amb major i menor freqüència d'elecció pel gènere femení són adjectius oposats als triats per a definir als homes.

- Hipòtesi 4: *L'audiència del programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" externalitza l'efecte persuasiu del programa en els altres, negant alhora, l'influència d'aquest en primera persona.*

La hipòtesi 4 es compleix, ja que la majoria dels participants enquestats (92,3%) consideren que el programa genera una influència negativa als altres, mentre que el 32,7% de la mostra considera que la influència negativa no es produeix "mai" o "gairebé mai".

- Hipòtesi 5: *L'audiència del programa té una alta presència d'estereotips de gènere.*

La hipòtesi 4 es compleix, ja que el 26,9% dels participants enquestats consideren que "habitualment" o "sempre" l'atractiu masculí està en un cos fort, robust i vigorós, mentre que el 40,4% d'aquests considera que aquest enunciat només es compleix "a vegades". El 32,7% restant considera que l'atractiu masculí "mai" o "gairebé mai" està en un cos fort, robust i vigorós. En segon lloc, a l'enunciat "la majoria dels homes són dominants, insensibles, competitius, forts, independents i agressius", el 40% dels participants enquestats consideraven que l'enunciat no es complia "mai" o "gairebé mai", el 48,1% considerava que tan sols es complia "a vegades" i l'11,5% restant considerava que es complia "habitualment" o "sempre". En tercer lloc, a l'enunciat "la majoria de les dones són dependents, emocionals, dèbils, sexualment submises i complaents", el 55,7% dels participants enquestats consideraven que l'enunciat no es complia "mai" o "gairebé mai", el 40,4% considerava que tan sols es complia "a vegades" i el 3,8% restant considerava que es complia "habitualment" o "sempre".

- Hipòtesi 6: *Existeix una relació positiva entre el nivell de visualització del programa i presència de conductes de violència de gènere.*

La hipòtesi 4 es compleix, ja que les majors freqüències de presència de conductes de violència de gènere s'acumulen en espectadores puntuals o habituals del programa *MHYV*, edats d'entre 16 i 18 anys 5 de sexe femení.

## 12. Bibliografía

Bach, M., Altés, E., Gallego, J., Plujá, M., y Puig, M. (2000). *El sexo de la noticia*. Icaria Editorial, Barcelona.

Baca Lagos, V. y Serrano, M. (1995). *El análisis de las representaciones sociales de los géneros y los Estudios de la Mujer en España*, en Martín Serrano, et al., *Las mujeres y la publicidad*, Instituto de la Mujer, Madrid.

Bandura, A. y Walters, R. (1963). *Social Learning and Personality Development*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Barberá, E. (1998). Estereotipos de género: construcción de las imágenes de las mujeres y los varones. En J. Fernández (coord.). *Género y sociedad*. Madrid: Pirámide.

Barberá, E. (2011). *Psicología y género*. 1st ed. Pearson Educación de México S.A. de C.V.

Bonino, L. (2000): Los varones hacia la paridad en lo doméstico, discursos sociales y prácticas masculinas. En C. Sánchez-Palencia, y J.C. Hidalgo, (Eds.): *Masculino plural: Construcciones de la masculinidad*. Lleida: Edicions de la Universitat de Lleida.

Bonino, L. (2000): Varones, género y salud mental: Deconstruyendo la "normalidad" masculina. En M. Segarra y A. Carabí (Eds) (2000): *Nuevas Masculinidades*. Barcelona: Icaria. 41-64.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.

Busselle, R. y Crandall, H. (2002). Television viewing and perceptions about race differences in socioeconomic success. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 46, 265-282.

Carrigan, T., Connell, R. & Lee, J. (1985). Toward a new sociology of masculinity. *Theory and Society*, 14(5), 551-604.

Connell, R. W. (1987). *Gender and power: Society, the person and sexual politics*. Cambridge: Polity Press.

Connell, R. W. (1995). *Masculinities* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.

Connell, R.W.(2003) *Masculinidades*. Mèxic. Universidad Nacional Autónoma de México.

Connell, R.W. & Messerschmidt, J. W. (2005) Hegemonic masculinity. Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829-859.

Cuesta Cambra, U.; Gaspar Herrero, S. y Menéndez Hevia, T. (2012). Estudio de la construcción de la identidad de género a través del programa televisivo "Mujeres y Hombres y Viceversa". *Icono14* 10(3), 284-307, doi: 10.7195/ri14.v10i3.196

Davison, W.P. (1983). "The Third-person Effect in Communication". *Public Opinion Quarterly* N° 47, (1-15).

Demetriou, D. Z. (2001). Connell's concept of hegemonic masculinity: A critique. *Theory and Society*, 30(3), 337-361.

Del Valle, T. (2002). *Modelos emergentes en los sistemas y relaciones de género*. Madrid: Narcea.

Diputación de Alicante. Unidad de Igualdad. (2016). *Violencia de género en población adolescente. Guía de orientación para la familia*. [en línea] Disponible a: <http://www.diputacionalicante.es/es/LaDiputacion/GabineteDeComunicacion/Multimedia/Publicaciones/Documents/previs-guia-violencia-jovenes-CAS.pdf> [Consultat el 7 de Març de 2017].

Dutton, M. A.; Burghardt, K.; Perrin, S.; Chrestman, K. & Halle, P. (1994). *Battered women's cognitive schemata*. *Journal of Traumatic Stress*, 7 (2), 237-255.

Estébanez, I. (2010). "Te Quiero... (Sólo Para Mi)". *Relaciones Adolescentes de Control. Revista Pedagógica Tabanque*, Nº 23, pp. 45-46.

Foo, L. y Margolin, G. (1995). A multivariate investigation of dating aggression. *Journal of Family Violence*, 10, 351-377

Freixas, A. (2000): Entre el mandato y el deseo: el proceso de adquisición de la identidad sexual y de género. En C. Flecha y M. Núñez (Eds.) *La Educación de las Mujeres: Nuevas perspectivas*, Sevilla: Secretariado de publicaciones de la Universidad de Sevilla. 23-32.

Hearn, J. (2004). From Hegemonic Masculinity to the hegemony of men. *Feminist Theory*, 5(49), 49-72.

Hilton, J. L. y von Hippel, W. (1996). Stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 47, 237- 271.

Huici, C. y Moya, M. (1997). *Estereotipos*. En F. Morales et al. *Psicología social*. Mexico: Mc.Graw Hill, 1997; pp. 285-333

Idescat.cat. (2017). *Idescat. Territori. El municipi en xifres. Granollers*. [en línea] Disponible: <http://www.idescat.cat/> [Consultat el 6 Març de 2017].

Institut Català de les Dones. (2017). *Dades estadístiques sobre violència masclista*. [en línea] Disponible a: <http://dones.gencat.cat/> [Consultat el 6 de Març de 2017].

Jiménez, R. (2005): *El aprendizaje cultural de género desde la teoría sociocultural*. Tesis doctoral (inédita). Departamento de MIDE. Universidad de Sevilla

Kohlberg, L. (1992). *Psicología del desarrollo de la moral*. Desclee de Brouwer.

Lynch, S. & Graham-Bermann, S. (2000). Woman abuse and self-affirmation. Influences on women's self-esteem. *Violence against women*, 6 (2), 178-197.

Maria-Mercè Marçal (1998). Divisa. *Cau de llunes*, Barcelona: Proa, 2a ed., p.15

Mengual, E. (2016). Se multiplican por 10 los casos de menores que sufren violencia de genero. [en línea] ELMUNDO. Disponible a: <http://www.elmundo.es/sociedad/2016/06/07/5755b432ca4741cb088b45f1.html> [Consultat el 9 de febrer del 2017].

Moreno D, Estévez E, Murgui S y Musitu G. (2009). Reputación social y violencia relacional en adolescentes: el rol de la soledad, la autoestima y la satisfacción vital. *Psicothema*, 21, 537-542.

Ortega F. (1998). Imágenes y representaciones de género. *Asparkía*, vol. 9, 9-20.

Perloff, R. M. (1999). *The Third Person Effect: A Critical Review and Synthesis*, Media Psychology, vol. 1, n.º 4: 353-378.

Ramírez, R., J.C. (2005). *Madeiras entreveradas, Violencia, masculinidad y poder. Varones que ejercen violencia contra sus parejas*, México, Plaza y Valdés Universidad de Guadalajara.

Salazar L, DiClemente R, Wingood G, Crosby R, Harrington K, Davies S, Hook E y Oh M. (2004). Self-concept and adolescents' refusal of unprotected sex: A test of mediating mechanisms among African American girls. *Prevention Science*, 5, 137-149.

Scheier L, Botvin G, Griffin K y Díaz T (2000). Dynamic growth models of self-esteem and adolescent alcohol use. *Journal of Early Adolescence*, 20, 178-209.

Seidler, V.J. (2006). *Transforming masculinities. Men, cultures, bodies, power, sex and love*, Gran Bretaña, Routledge.

Seidler, V.J. (2000) .*La sinrazón masculina. Masculinidad y teoría social*, México, UNAM/ PUEG-CIESAS- Paidós.

Taquette, S.R. i Mello de Vilhena M. (2008). Una contribució a la comprensió de la iniciació sexual femenina en l'adolescència. *Psicologia en Estudio*; 13(1):105-114.

