

**PREFERENCIAS DE FORMATOS TELEVISIVOS Y SEXISMO
AMBIVALENTE EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Sánchez, Álvaro

Universidad de San Martín de Porres

asanchezc_2005@yahoo.com

Artículo inédito y original para su primera publicación en la Revista Académica
Hologramática

Fecha de recepción: 01-04-2024

Fecha de aceptación: 29-04-2024

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la diferencia de sexismo ambivalente, tanto hostil como benévolo, en estudiantes de una universidad particular de Lima Metropolitana, Perú, de acuerdo con sus preferencias de formatos televisivos. Es de enfoque cuantitativo, correlacional, ya que buscó determinar la correlación existente entre la variable formatos televisivos y sexismo ambivalente. Abordó una muestra representativa de 214 alumnos a través del instrumento denominado La encuesta de preferencias televisivas, de elaboración propia. Aplicado el instrumento se halló un mayor puntaje del formato deportes que privilegia el sexismo hostil, en detrimento de otros formatos tales como los magazines, telenovelas, concursos, noticieros y realities. Se llegó a la conclusión de que existe una marcada diferencia en sexismo hostil, mientras que el sexismo benévolo presentó una significancia marginal. Ello debido a la histórica

marginación de la mujer frente al institucionalizado rol machista del hombre.

PALABRAS CLAVE: sexismo ambivalente - preferencias televisivas - formatos televisivos - estudiantes universitarios - sexismo hostil – sexismo benévolo

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the difference in ambivalent sexism, both hostile and benevolent, in students at a private university in Metropolitan Lima, Peru, according to their preferences for television formats. It is of a quantitative, correlational approach since it sought to determine the existing correlation between the variable television formats and ambivalent sexism. It approached a representative sample of 214 students through the instrument called the survey of television preferences, of its own elaboration. When the instruments were applied, a higher score was found for the sports format that favors hostile sexism, to the detriment of other formats such as magazines, soap operas, contests, newscasts, and reality shows. It was concluded that there is a marked difference in hostile sexism, while benevolent sexism presented a marginal significance. This is due to the historical marginalization of women in the face of the institutionalized macho role of men.

KEY WORDS: ambivalent sexism - television preferences - television formats - university students – hostile sexism – benevolent sexism

1.INTRODUCCIÓN

Tras el surgimiento de la radio y el cine, en la década de 1930, la categoría formato de televisión, comienza a surgir embrionariamente, para lo cual se fue pensando en la cuestión regulatoria con la finalidad de normar la actividad televisiva. Fernández Alonso (2004, p. 239), citado en Karbaum (2021), puntualiza que esta normativa giraba en torno

al modelo comercial proveniente de los Estados Unidos, al monopolio público, que venía de Europa, y el propagandístico impulsado por la órbita comunista.

El formato televisivo denominado noticiero, cumplía en la década de los 30' una función complementaria, ya que las entidades televisivas conseguían imágenes sin profundizar en los contenidos. Karbaum (2021) aclara que la puesta en marcha de la digitalización produjo la evolución de la narrativa audiovisual.

En cuanto al sexismo ambivalente, este presenta la figura de hostil y benévolo. El primero es el tradicional, el históricamente conocido, el que discrimina a la persona del otro sexo; mientras que el benévolo es más sutil, más barnizado, pero discriminador al final de cuentas.

Sobre el particular, Fernández *et al.*, (2017) aclaran que cualquier forma de evaluación, que gire en torno a la cuestión sexual-biológica de la persona, sea en el ámbito de la conducta, de la razón o del afecto, es sexista, sin importar si es positiva o negativa.

En ese contexto, el presente trabajo de investigación tiene como propósito establecer la diferencia existente entre el sexismo ambivalente, traducido en hostil como benévolo, y el nivel de preferencias de formatos televisivos en estudiantes de la carrera de comunicación de una universidad de Lima, Perú.

1.1. MARCO TEÓRICO

Los investigadores mencionan una serie de factores que pueden determinar las preferencias de formatos televisivos en Korea del Sur, como es el caso de la influencia materna con relación a los jóvenes (Kim, 2018), los cuales son orientados por el consumo de programas de orden noticioso (Konig *et al.* 2001). En esa línea, los jóvenes españoles optan por ver espacios noticiosos (Casero Ripollés, 2012), aunque (López *et al.* 2011) consideran que la ficción es un factor determinante en ellos para que prefieran programas de entretenimiento, mientras que (Guerrero, 2005) llama la atención sobre el consumo de lo que denomina televisión basura, difusora de antivalores. Cabe señalar que tanto el formato de noticias políticas como las de orden social son idénticos a los programas de

entretenimiento (Thornborrow y Morris, 2004).

Otros de los factores que influyen en las preferencias televisivas tienen que ver con las cuestiones psicológicas y sociodemográficas como la personalidad, las motivaciones, los estados de ánimo y la edad (Agnieszka, 2017). A esto se añade la autodeterminación, la motivación intrínseca, el afecto positivo y la satisfacción (Hestroni y Tukachinsky, 2006). Para (López *et al.* 2010), las preferencias están dadas por la forma cómo se fusionan contenidos audiovisuales con recursos interactivos, a lo que se suma la segmentación que se hace de las audiencias y la permanente competencia de los canales de señal abierta y cerrada.

Entrando al terreno del ecosistema digital, (Povovici y Vatayu, 2019), señalan que la población juvenil se ve influenciada por la tecnología a través de la realidad aumentada y la realidad virtual. Con una mirada retrospectiva, (Fuenzalida, 2005), se remonta a los consumos en la niñez como el fundamento de las preferencias televisivas de los jóvenes, en tanto que (Navarro, 2003), advierte que el teléfono móvil es la preferencia de los adolescentes.

La categoría sexismo ambivalente se encuadra en las teorías sociológicas del género, que se bifurcan en macrosociales y microsociales. La primera referida a la estructura social como tal, y, la segunda, vinculada al ámbito individual de la persona. Esa disquisición la explica (Ritzer, 2002), quien asegura, respecto del ámbito macrosocial, que la desigualdad social y abuso contra la mujer, ha llevado al fracaso del funcionalismo de la mujer. En cuanto a la cuestión microsocial, la divide en interaccionismo simbólico y en etnometodología. En el primer caso, la conducta es consecuencia del intercambio social, mientras que, en la etnometodología, el autor explica que el individuo adquiere conductas y comportamientos en la cotidianidad de su vida, es decir no nace con ellas.

Haciendo referencia a las teorías del sexismo, (Bonder y Rosenfeld, 2004) señalan que la competitividad productiva ha generado el acceso al trabajo de las mujeres en los ámbitos profesional y técnico; sin embargo, (Lemus *et al.*, 2008), sostienen que se evidencia el sexismo hostil y el sexismo benévolo que perpetran un rol sumiso a la mujer. Ese sesgo

contra la mujer se aprecia, por ejemplo, en la iniciación de su vida sexual, en comparación con los hombres, frente a los cuales la sociedad es más permisiva (Campbell, 2000). Ello no debe ocurrir porque las personas de ambos sexos, en cuanto a su posición de género en la sociedad, tienen derechos consagrados (Acuña y Montecino, 2014).

El sexismo se ve también influenciado por los patrones de comportamiento de la sociedad en su conjunto, que estigmatiza determinadas características raciales para encasillar perfiles sexistas (Mackenzie *et al.*, 2019). Esto es notorio en los altos niveles de misoginia que se aprecian en las actitudes de los jugadores masculinos en los video juegos (McCullough *et al.*, 2019). Para (Vega y Torres, 2017), el androcentrismo y el patriarcado han sido figuras que coadyuvan al afianzamiento de la desigualdad social; sexismo que ha llevado a la actual violencia de género que se traduce en sometimiento, discriminación y subordinación de la mujer (Velásquez, 2003); circunstancia que ha escalado a los entornos laborales (Bobe y Pérez-Testor, 1994). Los autores (Flores y Espejel, 2015) trasladan esta violencia de género al ámbito educativo en la interacción profesores-alumnos. A ello se suma que el contexto sociocultural, en que discurre el individuo, institucionaliza paradigmas masculinos y femeninos rígidamente establecidos (Soler *et al.*, 2005), como, por ejemplo, que el hombre es superior a la mujer (Castañeda, 2002-2007), a lo que se suma el concepto de heterosexualidad (Bourdieu, 1990). De esta forma, se aprecia una marcada presencia de la masculinidad hegemónica impuesta por nuestra cultura (Bonino, 2001)

Haciendo un distingo entre Sexismo lingüístico y Sexismo social, (García, 2001), explican que el primero se traduce en la emisión de un mensaje que destaca la forma en cuanto a la discriminación por razones de sexo; mientras que el segundo se ve evidenciado en el mensaje sexista de fondo, que yace en el nivel psicológico de la sociedad (Llum, 2008)

En ese contexto, el sexismo hostil se fundamenta en la denominada superioridad del sexo masculino generando hostilidad hacia la mujer (Masse y Abrams, 2004). Las manifestaciones hostiles y/o benévolas se presentan en diversos grados (Mateos, 2003), elevando al hombre con relación a la mujer, generando lo que se ha venido en llamar

sexismo ambivalente, el cual se puede encontrar en una misma persona a pesar de sus cogniciones contrarias (Glick y Fiske, 1997). Los autores (Cárdenas *et al.*, 2010) asignan tres componentes al sexismo hostil: paternalismo dominante, diferenciación competitiva de género y heterosexualidad hostil; los cuales atribuyen superioridad del hombre respecto a la mujer; sin embargo, el sexismo benevolente asume una concepción tradicional y romántica del rol de la mujer, como cónyuge y madre (Expósito *et al.*, 1998). Dentro del sexismo ambivalente, el sexismo hostil es el tradicional, ya que asume una supuesta inferioridad de la mujer, mientras que el sexismo benevolente estereotipa a la mujer para roles afectivos en actividades sociales (Glick y Fiske, p. 996). El sexismo benévolo presenta tres componentes: El paternalismo acompañante, el género y la intimidad heterosexual. (Cornejo, 2017) asocia el paternalismo acompañante a la actitud protectora del hombre respecto a la mujer. (Butler, 1990) define la categoría género como el proceso en virtud del cual los individuos reciben convenciones culturales, siendo proactivos hacia la mujer. La intimidad heterosexual se da en la subordinación hacia el grupo dominante, como lo señalan Kurdek (1998, 2004), Peplau (1991) y Gottman *et al.*, 2003). En consecuencia, el sexismo ambivalente está compuesto de actitudes hostiles y benévolas (Glick y Fiske, 1996).

Una propuesta de un cambio social del joven televidente (Cortavitarde, 2016) es hacerlos reflexionar críticamente respecto a los contenidos televisivos. (Jakiwara, 2012), considera que las variables género y tipo, de colegios públicos y privados, determinan la preferencia televisiva de jóvenes de Lima, Perú. Caldas (2019), al analizar la serie brasileña “Super Drags”, de Netflix, advierte que tanto lo drag como lo queer no están exentos de racismo y discriminación por cuanto se da en un contexto hetero patriarcal.

Al analizar el sexismo ambivalente, (Cruz Torres *et al.*, 2021), ratifican que la preeminencia masculina se sostiene en la aceptación del rol protector de las madres y esposas, y el rechazo a las mujeres que incumplan dicho comportamiento. (Quintana Peña *et al.*, 2017), en el estudio programas televisivos preferidos por adolescentes de Lima, encontraron que toda la muestra abordada, encuadra como violencia al abuso físico y psicológico. Finalmente, (Escamez, 2018), encontró que alumnos de un barrio marginal de

Lima, identificaron en el consumo de televisión un importante número de conductas inapropiadas.

1.2. OBJETIVOS

Determinar la diferencia del sexismo ambivalente (hostil y benévolo), teniendo en cuenta las preferencias de formatos televisivos de estudiantes de comunicaciones de una universidad privada de Lima Metropolitana.

Explicar las preferencias televisivas de los estudiantes universitarios de Lima Metropolitana.

Analizar las características del sexismo ambivalente de los estudiantes universitarios de Lima Metropolitana.

Establecer las diferencias en el sexismo ambivalente teniendo en cuenta el sexo de las y los estudiantes universitarios de Lima Metropolitana.

1.3. METODOLOGÍA

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, en la que se busca establecer la relación existente entre las variables preferencia de formatos televisivos y sexismo ambivalente.

Se identificó una población de 2,074 estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de entre 17 y 30 años (1,098 hombres y 1,606 mujeres), determinándose una muestra representativa de 214 estudiantes a través del programa G*Power, versión 3.1.9.2.

De esta manera, se logró la participación de 149 mujeres, que representan el 69.6% de la muestra, y de 65 varones, equivalente al 30.4% de la muestra. Para los efectos de medición de la variable preferencias televisivas, se recurrió a la técnica de la encuesta, vía la elaboración de un instrumento propio de 15 preguntas con alternativas múltiples, denominado Encuesta de preferencias televisivas, tanto para los canales de señal abierta

como cerrada proyectada en función al consumo televisivo de la juventud limeña.

En cuanto al procedimiento de abordaje de la muestra estudiantil, se coordinó los permisos correspondientes con las autoridades de la universidad en que se realizó la investigación, y se envió el instrumento a los estudiantes a través de la plataforma Google forms. El procesamiento y análisis de la data se estableció mediante el programa Jamovi (2020), versión 1.2, al cual se le adicionó el programa R, versión 4.0.2. (R core team 2020) y se utilizó el paquete WRS2. Al procesar la normalidad de la data, vía la prueba de Shapiro-Wilk, se corroboró la presencia de normalidad en la distribución de los formatos relativos a magazines y noticieros periodísticos, en tanto que en el resto de las dimensiones la distribución se aproximó a la normalidad.

1.4. RESULTADOS

De acuerdo con la tabla 1, se aprecia en el sexismo hostil, una mayor media aritmética y desviación estándar, respecto del sexismo benévolo.

Tabla 1

Estadísticos descriptivos del sexismo ambivalente

Dimensiones	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>%</i>	<i>g1</i>	<i>g2</i>	Ω
Sexismo hostil	30.10	12.30	11	62	48.56	0.29	-0.61	.88
Sexismo benévolo	28.50	10.50	11	57	50.00	0.36	-0.62	.83

Fuente: elaboración propia

La tabla 2 evidencia las medidas del sexismo ambivalente, teniendo en cuenta las preferencias televisivas de los noticieros.

PREFERENCIAS DE FORMATOS TELEVISIVOS Y SEXISMO AMBIVALENTE EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Sánchez, Álvaro

Tabla 2

Sexismo y preferencias televisivas del formato noticiero

Sexismo	Noticiero	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>SE</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	ζ
	1	97	25.70	12.10	1.39			
Hostil	2	46	33.90	12.00	2.22	7.96	.001	0.39
	3	35	34.20	12.00	2.20			
	1	96	25.90	10.70	1.28			
Benévolo	2	46	28.10	10.10	1.68	1.48	.303	
	3	35	30.10	10.10	2.18			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 3 se aprecia que, en el sexismo hostil, la media aritmética recortada es superior a la primera preferencia, disminuyendo hacia la tercera preferencia.

Tabla 3

Sexismo y preferencias televisivas del formato telenovelas

Sexismo	Telenovelas	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>SE</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	ζ
Hostil	1	20	34.80	8.81	2.46	1.99	.162	0.37
	2	18	26.80	13.80	3.87			
	3	28	29.80	8.8	1.72			
	1	20	33.80	10.30	3.15			
Benévolo	2	18	28.90	11.40	3.07	1.21	.318	0.26
	3	28	27.80	8.65	2.19			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4, se aprecia, en cuanto al sexismo hostil, que la media aritmética recortada es mayor en la tercera preferencia. Lo mismo ocurre en cuanto al sexismo benévolo.

Tabla 4

Sexismo y preferencias televisivas del formato periodístico

Sexismo	Periodístico	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>SE</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	ζ
	1	20	25.50	14.70	3.99			
Hostil	2	35	26.30	10.40	2.06	0.24	.793	0.27
	3	17	29.10	13.90	4.18			
	1	20	28.10	9.86	2.01			
Benévolo	2	35	24.00	8.93	1.97	1.39	.268	0.29
	3	17	29.10	10.70	3.18			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 5, se aprecia que en la variable sexismo hostil la media aritmética recortada es mayor en la segunda preferencia y decrece hacia la tercera. Lo mismo ocurre respecto al sexismo benévolo.

Tabla 5

Sexismo y preferencias televisivas del formato humorístico

Sexismo	Humorísticos	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>SE</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	ζ
	1	11	31.30	15.10	6.10			
Hostil	2	38	33.60	13.80	2.72	0.96	.404	0.29
	3	32	28.40	12.10	2.65			

PREFERENCIAS DE FORMATOS TELEVISIVOS Y SEXISMO AMBIVALENTE EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Sánchez, Álvaro

	1	11	27.00	10.40	3.78			
Benévolo	2	38	29.90	12.80	2.91	0.66	.529	0.32
	3	32	26.10	9.11	1.64			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 6, se observa que la media aritmética recortada de sexismo hostil es mayor en la tercera preferencia, disminuye hacia la segunda y vuelve a incrementarse en la primera.

Tabla 6

Sexismo y preferencias televisivas del formato realities

Sexismo	Realities	n	M	DE	SE	F	p	ξ
	1	11	29.70	10.40	3.27			
Hostil	2	12	26.30	12.50	5.25	0.40	.680	0.27
	3	17	32.10	15.30	4.49			
	1	11	26.40	10.20	3.46			
Benévolo	2	12	27.90	10.00	4.12	0.21	.811	0.28
	3	17	29.70	12.40	3.84			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 7, respecto al sexismo hostil, la media aritmética recortada es mayor en la preferencia. Lo mismo ocurre en cuanto al sexismo benévolo.

Tabla 7

Sexismo y preferencias televisivas del formato concurso

Sexismo	Concurso	n	M	DE	SE	F	p	ξ
	1	11	29.10	7.62	2.75			

PREFERENCIAS DE FORMATOS TELEVISIVOS Y SEXISMO AMBIVALENTE EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Sánchez, Álvaro

Hostil	2	15	21.70	11.60	4.16	1.25	.311	0.41
	3	24	29.30	11.30	3.04			
	1	11	23.90	6.94	2.29			
Benévolo	2	15	23.30	8.56	2.57	0.61	.556	0.29
	3	24	27.40	11.00	3.26			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 8 se presenta las dimensiones del sexismo ambivalente de acuerdo con las preferencias televisivas del formato magazine.

Tabla 8

Sexismo y preferencias televisivas del formato magazine

Sexismo	Magazine	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>SE</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	ξ^2
Hostil	1	17	31.90	10.80	3.18			
	2	26	27.70	10.30	1.71	1.79	.189	0.38
	3	31	23.70	12.90	3.07			
Benévolo	1	17	27.10	11.20	2.85			
	2	26	27.60	8.59	1.80	1.15	.334	0.30
	3	31	23.50	11.20	2.13			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 9, se muestran los contrastes de formatos televisivos en el sexismo ambivalente. Nótese sexismo hostil en los formatos periodísticos y deportivos y benévolo en noticieros y concursos.

Tabla 9

PREFERENCIAS DE FORMATOS TELEVISIVOS Y SEXISMO AMBIVALENTE EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Sánchez, Álvaro

Contrastes de sexismo hostil y sexismo benévolo según formato televisivo preferido

Sexismo ambivalente	Formato televisivo				U	p	r de Rosenthal
	Telenovela		Noticiero				
	n=20	n=97	n=97	n=20			
	Mdn	DE	Mdn	DE			
S. hostil	35.5	8.81	26.0	12.06	616.5	.01	.24
S. benévolo	36.5	10.28	26.0	10.66	686.0	.04	.19
Sexismo ambivalente	Deportivo		Noticiero		U	p	r de Rosenthal
	n=27	n=97	n=97	n=27			
	Mdn	DE	Mdn	DE			
S. hostil	39.0	11.16	26.0	12.06	603.0	<.001	.38
S. benévolo	35.0	10.36	26.0	10.66	858.5	.006	.25
Sexismo ambivalente	Deportivo		Periodístico		U	p	r de Rosenthal
	n=27	n=20	n=20	n=27			
	Mdn	DE	Mdn	DE			
S. hostil	39.0	11.16	24.0	14.69	139.0	.005	.41
S. benévolo	35.0	10.36	28.0	9.86	401.5	.09	
Sexismo ambivalente	Deportivo		Concurso		U	p	r de Rosenthal
	n=27	n=11	n=11	n=27			
	Mdn	DE	Mdn	DE			
S. hostil	39.0	11.16	30.0	7.62	60.0	.004	.46

PREFERENCIAS DE FORMATOS TELEVISIVOS Y SEXISMO AMBIVALENTE EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Sánchez, Álvaro

S. benévolo 35.0 10.36 24.0 6.94 69.0 .010 .42

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con la tabla 10 sobre variación del sexismo ambivalente según sexo, se halló en la escala global una mayor puntuación en los hombres respecto a las mujeres.

Tabla 10

Diferencias en sexismo ambivalente según sexo de participantes

Sexismo ambivalente	Sexo participante				U	p	r de Rosenthal
	Hombre n=65		Mujer n=149				
	Mdn	DE	Mdn	DE			
SA global	71	20.77	53	18.77	2717.5	<.001	.35
Hostil	39	12.64	26	10.73	2533.0	<.001	.38
Benévolo	32	10.71	26	10.01	3335.0	<.001	.25

Fuente: elaboración propia

1.5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A continuación, se discuten los resultados en función al objetivo de la investigación que fue establecer las diferencias del sexismo ambivalente, tanto hostil como benévolo, atendiendo a las preferencias de formatos televisivos de estudiantes de comunicaciones de una universidad privada de Lima Metropolitana.

Tras encontrarse diferencias en sexismo ambivalente (hostil y benévolo) en función a las preferencias de los formatos televisivos, se registró un mayor puntaje del formato deportes, que relievra el sexismo hostil, por encima de otros formatos como son

telenovelas, noticieros, realities, concursos y magazines.

Esta situación se presenta debido a que los contenidos de los programas deportivos resaltan la violencia propia de los deportes que son de choques físicos entre personas al competir por lograr los objetivos de sus clubes, consagrándose, así, el Modelo de Agresión General (MAG), avistado en la programación de los formatos televisivos deportivos (Anderson y Bushman, 2001); a lo que se suma el señorío masculino y la cosificación femenina (Custers y McNallie, 2016)

Esta situación se presenta en razón a la histórica sumisión que se ha pretendido de la mujer respecto a los varones, la cual es explicada por la teoría sociológica del género, traducida en las dimensiones macrosocial y micro social. En el ámbito macrosocial el abuso del hombre respecto a la mujer ha sido institucionalizado, en tanto, que, en la dimensión micro social, explica (Ritzer, 2002), la conducta de la persona, como individualidad, está determinada por su interacción social, por lo que sus actitudes y comportamientos son producto de su cotidianeidad social.

Esta hostilidad hallada en los formatos televisivos deportivos tiene su correlato en la trasnochada superioridad del hombre sobre la mujer (Masse y Abrams, 2004), que se encuadra en lo que denominamos sexismo ambivalente (Glick y Fiske, 1997), cuyos componentes son paternalismo dominante, heterosexualidad y diferencia competitiva de género (Cárdenas et al., 2010). Además, el hallazgo obliga a recordar la consolidación de la cultura deportiva de los jóvenes (Rodesiler. 2016), y la presencia mayoritaria de hombres en la conducción de programas deportivos debido a la malentendida inferioridad femenina (López, 2011), con incidencia en el uso de lenguaje sexista en el ámbito deportivo televisivo (Fraga, 2006), mostrando a la mujer como pasiva y sumisa (Aldea, 2004).

En cuanto al formato televisivo de noticias y programas deportivos, se aprecia un menor puntaje en estos géneros, aunque cabe destacar que en la medida en que los jóvenes van evolucionando muestran mayor interés por las noticias (Casero-Ripollés. 2012). Ello se da por la influencia materna en relación con los jóvenes (Kim, 2018), lo cual coincide con Fuenzalida (2005), quien advierte que el consumo en la niñez determina la preferencia

televisiva de los jóvenes.

El menor puntaje de sexismo hostil y benévolo del formato noticias, respecto al deportivo, tiene su explicación en la estructura temática de los noticieros que buscan ilustrar al televidente de noticias de actualidad nacional e internacional, es decir, dotar de conocimiento a la audiencia para estar al día del acontecer de la sociedad (Condeza *et al.*, 2014); lo que se ha derivado en llamar infoentretenimiento, traducido en la mezcla de información con entretenimiento (Ortells-Badenes, 2015). Más o menos en esa línea están los formatos concursos y realities, que mezclan lo privado con el entretenimiento (Hill, 2005).

Respecto a quienes prefieren el formato televisivo telenovelas, se halló diferencias entre sexismo hostil y benévolo, registrando puntuaciones más altas con relación al formato noticieros. Las personas que optan por este formato presentan un mayor sexismo benévolo si se compara con los programas concurso. Esta situación se manifiesta debido a que el joven considera que está haciendo uso de un momento de distracción porque asocia las tramas novelescas con experiencias cotidianas vividas (Asqueta *et al.*, 2004; Muñoz, 1998), lo cual coincide con el parecer de Eco (2004), quien señala que la televidente se ve reflejada en las historias que se muestran en las pantallas, y con el de Sunkei (2006), quien reconoce que los consumidores de telenovelas interpretan, principalmente, contextos domésticos familiares.

El sexismo benévolo se aprecia en las telenovelas porque en ese escenario se espera el rol del género femenino sumiso al machismo autoritario (Fernández y Paxman, 2000), lo cual se aprecia en las escenas románticas protagonizadas por las mujeres, que llega a finales felices en el marco de sus expectativas de vida (Cassano, 2017).

Respecto a las preferencias sobre el origen de los países en que se producen las telenovelas hay varios pareceres. (Ríos *et al.*, 2011) señalan que los jóvenes universitarios prefieren producciones locales o nacionales, mientras que (Orozco y Miller, 2017) consideran que ello no es absoluto, toda vez que hay estudiantes que prefieren ver telenovelas de ámbitos culturales diferentes a lo local o nacional.

Los contenidos narrativos del formato telenovela influyen en el televidente (Uribe, 2000)

a través de las historias presentadas, ya que las tramas evidencian las diferencias sociales entre el hombre y la mujer (Barrera, 2015).

En consecuencia, la idea de sexismo hostil se ve consolidada en el formato telenovela porque ubica en una posición de superioridad al hombre respecto de la mujer (Glick y Fiske, 1996), presentándola, incluso, como objetos sexuales (Ward, 2003).

El sexismo ambivalente tiene mayor presencia en el hombre que en la mujer (Rodríguez *et al*, 2009), porque el primero le reconoce a las mujeres limitaciones o cualidades dentro de conceptos tradicionales y no tradicionales que tienen históricamente de ellas.

2. CONCLUSIONES

Aplicada la encuesta de preferencias televisivas, se halló una marcada diferencia en sexismo hostil, en tanto que el sexismo benévolo registró una significancia marginal.

En los formatos de programas deportivos hay una preeminencia de lenguaje e imagen exageradamente masculinos, en comparación con el género femenino, por lo que refuerzan el sexismo hostil en detrimento del sexismo benévolo. De esta manera, hubo una mayor puntuación en los que prefirieron el formato deportivo, en comparación a los otros formatos como concursos, noticieros, periodísticos, realities, y magazines, entre otros.

Tras la aplicación a la muestra se encontró una fuerte presencia de sexismo benévolo en el formato telenovela, debido a que su narrativa explora acontecimientos sociales de la vida cotidiana en que se rescata el rol de la mujer. A pesar de ello, la programación no está exenta de segregación y marginación histórica de la mujer frente al rol machista del hombre. Estas características no se presentan en los programas concurso, donde, más bien, hay protagonismo de los participantes.

Finalmente, se ha evidenciado que los hombres, en comparación con la mujer, presentan mayores puntajes de sexismo ambivalente, hostil y benévolo. Se comprueba que todavía hay estudiantes con actitudes negativas hacia las mujeres presentándose comportamientos paternalistas.

3. BIBLIOGRAFÍA

Acuña, M. y Montecino, S. (2014). La otra reforma: El “no sexismo” como clave cultural del cambio en el sistema educacional. *Revista Anales*, 17, pp. 109-120.

Aldea, S. (2004). La influencia de la nueva televisión en las emociones y en la educación de los niños. *Revista Internacional de Psicología*, 4, pp. 145-159.

Anderson, B. y Bushman, B. (2001). Effects of violent videogames on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and prosocial behavior: A meta-analytic review of scientific literature. *Psychological Science*, 12(5), pp. 353-359. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00366>

Agnieszka, P. (2017). Factors affecting viewer’s television preferences: A review. *International Journal of Advances in Social Science and Humanities*, 5(6), pp. 1-6.

Asqueta, M., Muñoz, C. y Martínez, B. (2004). La telenovela: ¿Ritualización antidemocrática del espacio público? *M*, 2(4), pp. 81-91. Recuperado de <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.2.4.2004.81-91>

Barrera, A. (2015, 14 de junio). *La imagen de la mujer en los medios es la misma desde los setenta*. Recuperado de <http://ladobe.com.mx/2015/06/la-imagen-de-la-mujer-en-los-medios-es-la-misma-desde-los-70s/>

Bobé, A. y Pérez-Testor, C. (1994). *Conflictos de pareja: diagnóstico y tratamiento*. Barcelona: Paidós.

Bonder, G. y Rosenfeld, M. (2004). *Equidad de género en Argentina. Datos, problemáticas y orientaciones para la acción*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Bonino, L. (2001). Los varones hacia la paridad en lo doméstico. En Sánchez-Palencia, C. y Hi, J. (Eds.), *Masculino plural: Construcciones de la masculinidad*. pp. 25-28. Universidad de Lleida.

Bourdieu, P. (1990). La domination masculine. *Actes de la Recherche en Sciences*

Sociales, 84, pp. 2-32.

Butler, J. (1990). *Trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge.

Caldas, N. (2019). Género, sexualidad y performance en la construcción drag queen de la ficción audiovisual: la retórica ambivalente de la serie animada brasilera "Super Drags" (Trabajo de investigación, Universidad Autónoma de Barcelona). Recuperado de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1577132>

Campbell, E. (junio, 2000). Un grito para vivir una sexualidad libre. Ponencia presentada en el panel *Sexualities and Human Rights*, durante la Sesión Especial de la Asamblea General de las Naciones Unidas. Nueva York.

Cárdenas, M., Lay, S., Gonzáles, C., Calderón, C. y Alegría, I. (2010). Inventario de sexismo ambivalente: Adaptación, validación y relación con variables psicosociales. *Salud & Sociedad*, 1(2), pp. 125-135.

Casero-Ripollés, A. (2012). Más allá de los diarios: El consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. *Comunicar*, 20(39), pp. 151-158. Recuperado de <https://doi.org/10.3916/C39-2012-03-05>

Cassano, G. (2017). De soñadoras a empoderadas. Representaciones femeninas en el melodrama televisivo en el Perú, una mirada al nuevo siglo. *Revista Harvard Review of Latin America*. Recuperado de <https://revista.drclas.harvard.edu/women-in-peruvian-melodrama/>

Castañeda, M. (2002). *El machismo invisible*. México: Grijalbo.

Castañeda, M. (2007). *El machismo invisible regresa*. México: Santillana.

Condeza, R., Bachmann, I., y Mujica, C. (2014). El consumo de noticias de los adolescentes chilenos: Intereses, motivaciones y percepciones sobre la agenda informativa. *Comunicar*, 43(22), pp. 55-64. Recuperado de <https://doi.org/10.3916/C43-2014-05>

Cornejo Amoretti, L. (2017). John Stuart Mill y la cuestión sobre el paternalismo. *Derecho & Sociedad*, 48, pp.13-32.

Cortavitarte, E. (2016). Reflexionando sobre la influencia de la televisión en adolescentes

y jóvenes limeños: una propuesta de activismo digital. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/7293>

Cruz Torres, C., Correa Romero, F. y Padilla Bautista, J. (2021). *Sexismo, temor a la evaluación negativa y comunicación destructiva en la pareja*. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-92472021000100009

Custers, K. y McNallie, J. (2016). The relationship between television sports exposure and rape myth acceptance: The mediating role of sexism and sexual objectification of women. *Violence against Women*, 23(7), pp. 813-829. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1077801216651340>

Eco, U. (2004). *Apocalípticos e integrados*. Editorial De Bolsillo.

Escamez, A. (2018). Comparativa de comportamientos, asociados a las preferencias televisivas, entre alumnos de un centro de acción educativa singular y un centro educativo inteligente. *Campo Abierto. Revista De Educación*, 37(2), pp. 191-202. Recuperado de <https://mascvuex.unex.es/revistas/index.php/campoabierto/article/view/3157>

Expósito, F., Moya, M. y Glick, P. (1998). Sexismo ambivalente: Medición y correlatos. *Revista de Psicología Social*, 13(2), pp. 159-169.

Fernández, S., Arias Gallegos, W. y Alvarado, M. (2017). La escala de sexismo ambivalente en estudiantes de dos universidades de Arequipa. *Avances En Psicología*, 25(1), 85-96. Recuperado de <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2017.v25n1.138>

Fernández, C. y Paxman, A. (2000). *El tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Editorial Raya Ángel del Agua.

Flores Hernández, A. y Espejel Rodríguez, A. (2015). El sexismo como una práctica de violencia en la universidad. *RES. Revista de Educación Social*, 21, pp.128-142.

Fuenzalida, V. (2005). *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Bogotá: Norma.

- García, A. (2001). El español, una lengua no sexista. *Panacea*, 2(3), pp. 20-34. Recuperado de http://medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n3_Garcia_Meseguer.pdf
- Glick, P. y Fiske, S. (1997). Hostile and benevolent sexism: Measuring ambivalentsexist attitudes toward women. *Psychology of Women Quarterly*, 21, pp. 119- 135.
- Glick, P. y Fiske S. (1996). The ambivalent sexism inventory: Differentiating hostileand benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 12, pp. 1323-1334.
- Guerrero, E. (2005). El concurso como género de calidad en la televisión española. *Comunicar*, 25(2). Recuperado de <https://doi.org/10.3916/C25-2005-144>
- Hestroni, A. y Tukachinsky, R. H. (2006). Television-world estimates, realword estimates, and television viewing: A new scheme for cultivation. *Journal of Communication*, 56, pp. 133-156.
- Hill, A. (2005). *Reality TV. Audiences and popular factual television*. Reino Unido. Routledge.
- Jakiwara, L. (2012). Los usos y costumbres de la recepción televisiva en los jóvenes escolares de Lima metropolitana y su evolución (1997-2010). Tesis, Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1577967> en <https://eprints.ucm.es /15015>
- Karbaum, G. (2021). La evolución de la narrativa audiovisual. Editorial Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Kim, M. (2018). Parental influence on adolescent preference for television public affairs content: A South Korean panel study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(2), pp. 497-515. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1077699018754910>
- Konig, R., Renckstorf, K. y Wester, F. (2001). Patrones en el uso de noticias televisivas. *Comunicaciones*, 26, pp. 421-442.
- Kurdek, L. (1998). Relationship outcomes and their predictors: Longitudinal evidence from heterosexual married, gay cohabiting, and lesbian cohabiting couples. *Journal of Marriage and the Family*, 60(3), pp. 553-568. Recuperado de <https://doi.org/10.2307/353528>

- Lemus, S., Castillo, M., Moya, M., Padilla, J. y Ryan, E. (2008). Elaboración y validación del Inventario de Sexismo Ambivalente para adolescentes. *Internacional Journal of Clinical and Health Psychology*, 8(2), pp. 537-562.
- Llum, F. (2008). *Género en la educación para el desarrollo: Estrategia políticas y metodológicas*. Hegoa-ACSUR.
- López Mondéjar, L. (2015). *Consumo televisivo del alumnado y familia en educación primaria* (Tesis de doctorado, Universidad de Murcia). Digitum. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10201/47826>
- López, P. (2011). *Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones*. Madrid. Consejo Superior de Deportes del Gobierno de España.
- Masse, B. y Abrams, D. (2004). Reinforcing the glass ceiling: The consequences of hostile sexism for female managerial candidates. *Sex Roles*, 59, pp. 609-615.
- Mateos, A. (2003). *Programa socioeducativo para la prevención de la violencia de género en parejas adolescentes*. Santiago de Chile. Pirámide.
- McCullough, K., Wong, Y. y Stevenson, N. (2020). Female video game players and the protective effect of feminist identity against internalized misogyny. *Sex Roles*, 82, pp. 266-276. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01055-7>
- Navarro, A. (2003). *La interacción entre las familias y la televisión. Un estudio en Aguascalientes*. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Universidad Autónoma de Aguas Calientes.
- Orozco, G. y Miller, T. (2017). La televisión más allá de sí misma en América Latina. *Comunidad Sociedad* 30, pp. 107-127. Recuperado de <https://doi.org/10.32870/cys.v0i30.6725>
- Ortells-Badenes, S. (2015). Los magazines de actualidad basados en el infoentretenimiento: Nuevos rasgos del lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo. *Signo y Pensamiento*, 34(66), pp. 44-61. Recuperado de <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp34-66.mabi>
- Peplau, L. y Fingerhut, A. (2007). The close relationships of lesbians and gay men. *Annual Review of Psychology*, 58, pp. 405-424.

Quintana Peña, A., Grajeda Montalvo, A., Malaver Soto, C., Medina Curí, N., Montgomery Urday, W. y Ojeda Mercado, G. (2017). Programas televisivos preferidos por los adolescentes de Lima y sus representaciones de violencia de pareja estereotipo de género y sexismo ambivalente. *Revista De Investigación En Psicología*, 20(2), pp. 269–282. Recuperado de <https://doi.org/10.15381/rinvp.v20i2.14040>

Ríos, J., Matas, A. y Gómez, E. (2011). Investigación sobre el uso de la televisión por estudiantes, de educación, de universidades hispanoamericanas. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 15(1), pp. 305-323.

Ritzer, G. (2002). *Teoría sociológica moderna*. Buenos Aires: Mc Graw Hill.

Rodesiler, L. (2016). Sports-based text sets: Fostering critical literacy at the intersections of sport and Society. *The Clearing House: A Journal of Education Strategies, Issues, and Ideas*, 90, pp. pp. 35-40.

Rodríguez-Castro, Y., Lameiras-Fernández, M., Carrera-Fernández, M. V. y Faílde-Garrido, J. M (2009). Aproximación conceptual al sexismo ambivalente: Estado de la cuestión. *SUMMA Psicológica UST*, 6(2), pp. 131- 142.

Soler, E., Barreto, P. y González, R. (2005). Cuestionario de respuesta emocional a la violencia doméstica y sexual. *Psicothema*, 17(2), pp. 267-274.

Sunkel, G. (2006). *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

Thornborrow, J. y Morris, D. (2004). Gossip as strategy: The management of talk about others on reality TV show ‘Big Brother’. *Journal of Sociolinguistics* 8(2), pp. 246-271.

Uribe, A. (2009). *Mi México imaginado: Telenovelas, televisión y migrantes*. México: Porrúa.

Velázquez, S. (2003). *Violencias cotidianas, violencia de género: escuchar, comprender, ayudar*. Buenos Aires: Paidós.

Ward, L. (2003). Understanding the role of entertainment media in the sexual Socialization of American youth: A review of empirical research. *Developmental Review*, 23, pp. 347-388. Recuperado de [https://doi.org/10.1016/S0273-2297\(03\)00013-3](https://doi.org/10.1016/S0273-2297(03)00013-3)

4. ANEXO

ENCUESTA DE PREFERENCIAS TELEVISAS

Edad :

Distrito :

Sexo :

Ciclo de estudios :

1. ¿Acostumbra a ver televisión?

Si ()

No ()

2. ¿Cuál es el tipo de televisión que suele ver?

Señal abierta y/o nacional ()

Señal cerrada y/o cable ()

3. ¿Cuál(es) es(son) su(s) canal(es) preferido(s)?

Latina ()

América Televisión ()

Panamericana Televisión ()

TV Perú ()

ATV ()

Global ()

Gol Perú ()

Canal N ()

Movistar Plus ()

RPP ()

PREFERENCIAS DE FORMATOS TELEVISIVOS Y SEXISMO AMBIVALENTE EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Sánchez, Álvaro

No tengo preferencia por un canal ()
 Otro canal () ¿Cuál? _____

4. ¿A qué hora acostumbra a ver televisión?

De 06.00 hrs. a 12.00 hrs. ()
 De 12.00 hrs. a 16.00 hrs. ()
 De 16.00 hrs. a 19.00 hrs. ()
 De 19.00 hrs. a 22.00 hrs. ()
 De 22.00 hrs. hasta que me duermo ()

5. ¿Cuál es la principal razón por la que suele ver televisión?

Distracción ()
 Entretenimiento ()
 Información ()
 Tiempo de ocio ()
 Otros () ¿Cuál? _____

6. Marque con un aspa su 1er, 2do y 3er formato televisivo importante para Ud. Especifique la misma.

TIPO DE PROGRAMA	1ra. OPCIÓN	2da. OPCIÓN	3ra. OPCIÓN	¿CUÁL?
Noticiarios				
Telenovelas				
Periodísticos				
Deportivos				
Humorísticos				
<i>Realities</i>				
Concurso				
Magazine				

7. ¿Hace todo lo posible para ver su programa favorito en TV?

Sí ()

No ()

8. En función al último mes ¿Cuál es el programa que más recuerda haber visto en televisión?

9. ¿Qué considera como lo más importante en el programa de su preferencia?

Contenido ()

Personajes ()

Lenguaje utilizado ()

Vestuario ()

Maquillaje ()

Otro () ¿Cuál? _____

10. ¿Qué considera como lo más importante en las telenovelas? Marque una sola alternativa.

Historia ()

Personajes ()

Locaciones ()

Vestuario ()

Maquillaje ()

Otro () ¿Cuál? _____

11. ¿Qué considera como lo más importante en los programas deportivos? Marque una sola alternativa

- Objetividad de la información ()
- Investigación ()
- Conductor masculino ()
- Conductor femenino ()
- Producción de contenidos ()
- Protagonismo del varón ()
- Protagonismo de la mujer ()
- Otro () ¿Cuál? _____

12. ¿Qué considera como lo más importante en los realities? Marque una sola alternativa

- Contenido ()
- Conductor masculino ()
- Conducto femenino ()
- Nivel de competencia ()
- Aspecto físico del varón ()
- Aspecto físico de la mujer ()
- Protagonismo del varón ()
- Protagonismo de la mujer ()
- Premio ()
- Conocimiento de vida privada ()
- Otro () ¿Cuál? _____

13. ¿Qué considera como lo más importante en los concursos? Marque una sola alternativa

- Contenido ()
- Conductor masculino ()
- Conducto femenino ()
- Nivel de competencia ()
- Aspecto físico del varón ()

- Aspecto físico de la mujer ()
- Protagonismo del varón ()
- Protagonismo de la mujer ()
- Habilidad del participante ()
- Premio ()
- Conocimiento de vida privada ()
- Otro () ¿Cuál? _____

14. En su opinión ¿quién conduce mejor un programa de televisión?

- Varón ()
- Mujer ()
- En función a la preparación del conductor (a) ()

¿Por qué? _____

15. ¿Considera un referente al conductor de su programa preferido?

- Sí ()
- No ()

¿Cuál (es)? _____

¿Por qué? _____