



TESIS DOCTORAL DE **ANA LAGE FOMBUENA**
DIRECCIÓN DE **ÁNGEL RODRÍGUEZ BRAVO**



MODELOS DEL DESEO

MODELADO DE LOS RASGOS VISUALES
Y EVALUACIÓN DE VALORES
DE LOS ESTEREOTIPOS
MUJER OBJETO DE DESEO
EN LAS REVISTAS DE MODA



UAB

Universitat Autònoma
de Barcelona

MODELOS DEL DESEO

Modelado de los rasgos visuales y evaluación de valores
de los estereotipos Mujer Objeto de Deseo en las revistas de moda.
(Tesis Doctoral: Ana Lage Fombuena)

INFORME CARACTERÍSTICAS DE LA IMAGEN - corpus I -

Índice

1. Objetivo.....	3
2. Material y métodos	3
2.1. Material.....	3
2.2. Métodos Estadísticos	4
3. Estereotipo.....	5
4. Estereotipo (Pasiva/Activa).....	6
5. Características del anuncio	7
5.1. Marca	7
5.2. Producto	8
5.3. Revista	9
5.4. Elementos atrezzo.....	12
5.5. Accesorios.....	17
5.6. Época.....	22
6. Características de la modelo	25
6.1. Raza	25
6.2. Color_Piel.....	26
6.3. Pelo	29
6.4. Ojos	41
6.5. Labios	53
6.6. Uñas	62
6.7. Grado_de_delgadez	68
6.8. Mujer_famosa	71
6.9. Ropa.....	74
7. Características de la imagen.....	80
7.1. Posición, Postura	80
7.2. Sola-Acompañada.....	89
7.3. Plano.....	93
7.4. Contexto	96
7.5. Entorno.....	98

1. Objetivo

Este informe contiene los resultados del análisis de las características de los anuncios. Se dispone de 92 imágenes.

2. Material y métodos

2.1. Material

Se han analizado las elecciones de Estereotipo para cada imagen, datos correspondientes a 'BASE DATOS-ETIQUETADO-ANUNCIOS (version 22_5).mdb'.

En este informe se presenta el análisis descriptivo univariante de las características de las imágenes y también se presenta el análisis descriptivo bivariante respecto a los Estereotipos de las imágenes, y el tipo de Estereotipo Pasiva/Activa (elegidos por más del 50% de las mujeres que se les pasó la encuesta previa). Los posibles Estereotipos son los siguientes:

- Maniquí
- Cara Bonita
- Fragmento corporal
- Seductora
- Femme fatale
- Fragmento erótico

Se han incorporado las siguientes modificaciones en la Base de Datos:

- Se ha incorporado la elección de Estereotipo de las 55 mujeres procedentes del excel '00TEST-RECEPCION-MUJERES_nov13.xls'. Los resultados de dicha elección pueden ser consultados en el informe previo 'Informe rasgos estables.doc'.
- Accesorios: An=Anillos, Co=Collares, Pu=Pulseras, Bo=Bolso, Go=Gorro, Ga=Gafas, Ot=Otros, Pe=Pendientes, Di=Diadema, Re=Reloj.
Go y Di se pueden sumar a "Ot" (Otros).
(dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52).
- Se han creado los indicadores de los siguientes elementos Atrezzo (datos correspondientes al documento Clasificacion Elementos Atrezzo.doc enviado el 23/12/2013 15:50):
 - Vegetales.
 - Animales.
 - Muebles.
 - Ropa de fiesta.
 - Coche.
 - Rascacielos.
 - Espejo.
- Marca (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Bvlgari, Bvulgari corresponen a Bulgari.
 - Carolina Herrera correspon a Carolina Herrera.
 - Chloe correspon a Chloé.
 - Dolce & Gabbana, Dolce&Gabanna correspon a Dolce&Gabbana.
- Pelo (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 34: Peinado=.
- Ojos (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 77: Ojos Abiertos=Sí
 - Foto 1, Foto 15, Foto 40, Foto 69: Ojos_Abiertos=. Mirada_a_camara=.

- Labios (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 4: Seria_Sonrisa=Seria
 - Foto 22: Seria_Sonrisa=Sonríe
 - Foto 34: Labios_maquillados=No
- Sola (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 83: Sola=Sí
- Entorno(dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 4, Foto 5, Foto 21, Foto 36, Foto 39, Foto 79: Entorno=.
 - Foto 15: Entorno=Privado
 - Foto 27, Foto 31, Foto 32, Foto 33, Foto 38, Foto 48, Foto 61, Foto 91): Interior_Exterior=.
 - Foto 46, Foto 56, Foto 57, Foto 67, Foto 73, Foto 77: Interior_Exterior=Interior
 - Foto 47, Foto 76, Foto 90: t_Entorno=.

2.2. Métodos Estadísticos

Por construcción del estudio, los datos analizados son magnitudes categóricas, es decir, son magnitudes que sirven para clasificar a la muestra en grupos o categorías.

En primer lugar, se presentan, el gráfico y la tabla con los recuentos y porcentajes de:

- Elección de Estereotipo.
- Tipo de Estereotipo elegido (Pasiva/Activa).

En segundo lugar, se presentan los resultados de la elección de Estereotipo. Por cada característica de la imagen se presentan:

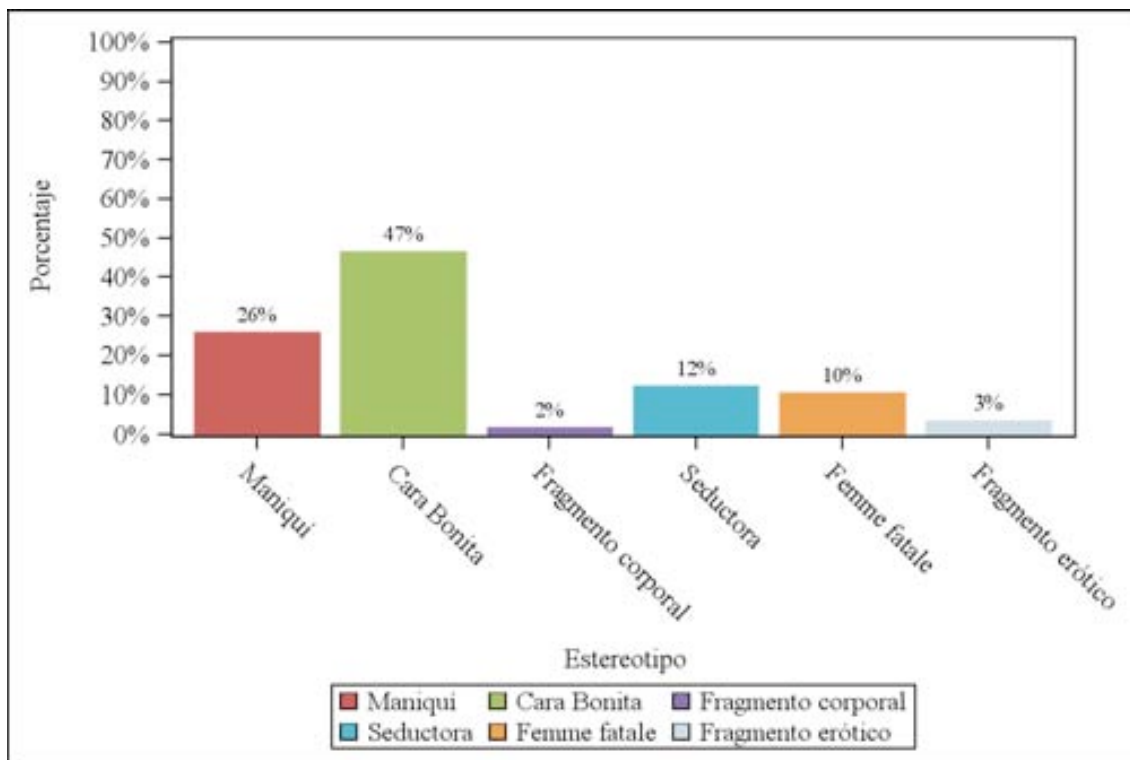
- Análisis bivariado del Estereotipo de la imagen según cada categoría del anuncio. Para este análisis se presenta el gráfico y la tabla con los recuentos y porcentajes de cada Estereotipo según la categoría de la imagen. Estos resultados descriptivos se apoyan con la prueba Chi-cuadrado de Pearson (o el test de razón de verosimilitudes según sea conveniente, *LR - Chi-Square test*, o con el test Exacto de Fisher) para contrastar la asociación entre la característica del anuncio y el Estereotipo de la imagen.
- Análisis bivariado del Estereotipo (Pasiva, Activa) de la imagen según cada categoría del anuncio. Para este análisis se presenta el gráfico y la tabla con los recuentos y porcentajes de cada Estereotipo (Pasiva, Activa) según la categoría de la imagen. Estos resultados descriptivos se apoyan con la prueba Chi-cuadrado de Pearson (o el test de razón de verosimilitudes según sea conveniente, *LR - Chi-Square test*, o con el test Exacto de Fisher) para contrastar la asociación entre la característica del anuncio y el Estereotipo de la imagen (Pasiva, Activa).

Para la toma de decisiones estadísticas se ha fijado el nivel de significación del 5%.

Todos los resultados se han obtenido con el software SAS versió9.3 (SAS System, Cary, NC, USA, 2013).

3. Estereotipo

Se presenta el gráfico y la tabla con frecuencias y porcentajes de los Estereotipos elegidos para cada imagen.

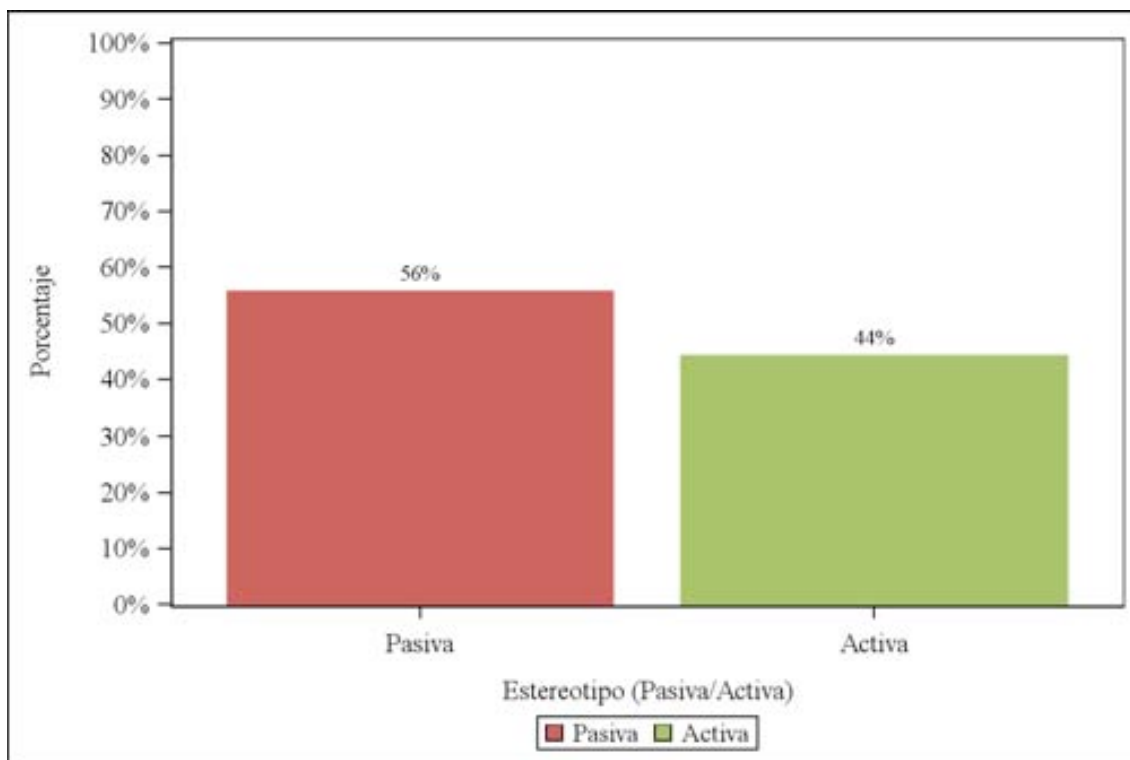


Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	N	% Columna
Maniquí	15	26%
Cara Bonita	27	47%
Fragmento corporal	1	2%
Seductora	7	12%
Femme fatale	6	10%
Fragmento erótico	2	3%
Total	58	100%

4. Estereotipo (Pasiva/Activa)

Se presenta el gráfico y la tabla con frecuencias y porcentajes de los tipos de Estereotipo elegido (Pasiva/Activa) para cada imagen.



Hay 4 imágenes en las que el Estereotipo (Activa/Pasiva) no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	N	% Columna
Pasiva	49	56%
Activa	39	44%
Total	88	100%

5. Características del anuncio

En este punto se presentan algunas características del anuncio.

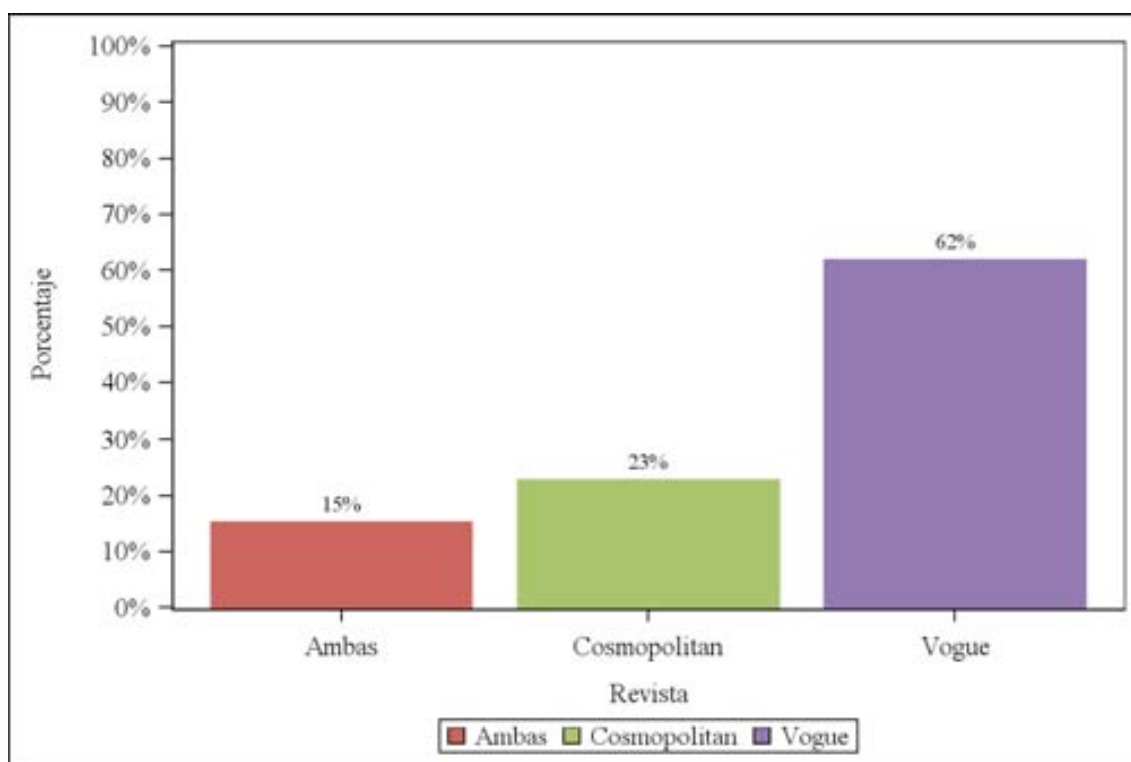
5.1. Marca

Marca	N	% Columna	Marca	N	% Columna	Marca	N	% Columna
Aristocrazy	1	1%	Hunter	1	1%	Paco Rabanne	1	1%
Astor	1	1%	Intimissimi	2	2%	Pantene	1	1%
Balenciaga	1	1%	Jaeger- leCoultre	1	1%	Prada	1	1%
Belstaff	1	1%	Jesus del Pozo	1	1%	RIMMEL	1	1%
Boss	1	1%	Juanjo Oliva	2	2%	Rabat	2	2%
Boucheron	1	1%	Juicy Couture	1	1%	Redken	1	1%
Bulgari	4	4%	Kenzo	1	1%	Rochas	1	1%
Burberry	1	1%	Lacoste	1	1%	Salon Hits	1	1%
Calcedonia	2	2%	Lancome	1	1%	Sephora	1	1%
Carolina Herrera	2	2%	Les cosmetiques Carrefour	1	1%	Suarez	1	1%
Chanel	3	3%	Liu jo	1	1%	TagHeuer	1	1%
Chloé	2	2%	Llongueras	1	1%	Tous	3	3%
DKNY	2	2%	Longines	1	1%	Twin-set	1	1%
Dior	2	2%	Louis Vuitton	1	1%	Uno de 50	2	2%
Dolce&Gabbana	4	4%	L'oréal	1	1%	Veet	2	2%
Elie Saab	1	1%	Maiden Form	1	1%	Versace	1	1%
Escada	1	1%	Mango	1	1%	Viceroy	1	1%
Estée Lauder	1	1%	Marea	1	1%	Vogue	1	1%
Gemma	1	1%	Max Factor	1	1%	Wella	1	1%
Gerard Darel	1	1%	Michael Kors	1	1%	XTI	1	1%
Gillete	1	1%	Miss Sixty	1	1%	Yamamay	1	1%
Giorgio Armani	1	1%	Miu miu	1	1%	YvesSaintLaurent	2	2%
Gucci	1	1%	Moschino	1	1%	Total	92	100%
H&M	1	1%	O·P·I	1	1%			
Hermes	1	1%						

5.2. Producto

Producto	N	% Columna
Calzado	1	1%
Cosmética	11	12%
Gafas	3	3%
Joyas	10	11%
Lencería	6	7%
Otro	7	8%
Perfume	30	33%
Relojes	5	5%
Ropa	5	5%
Ropa y complementos	14	15%
Total	92	100%

5.3. Revista

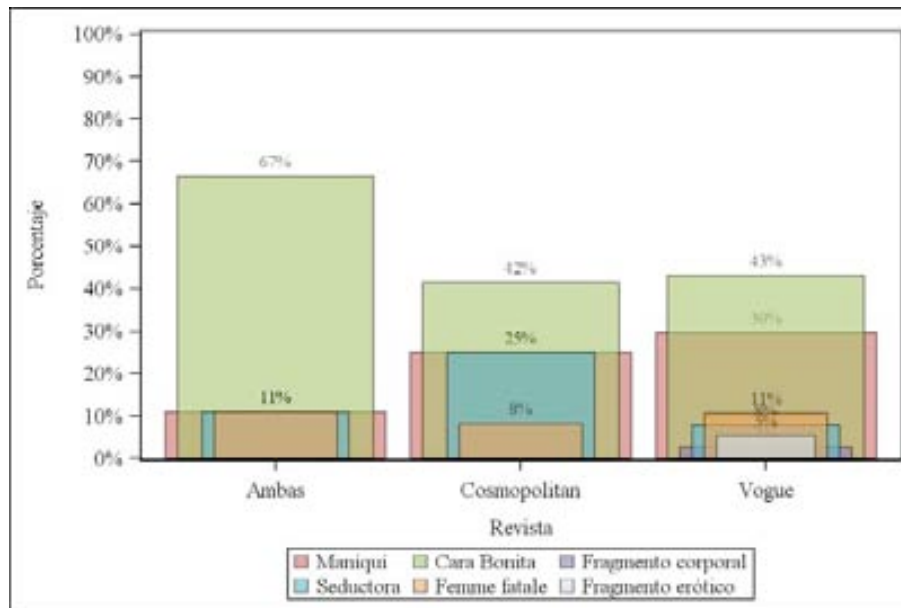


De los 92 anuncios:

- 57 se publicaron en Vogue y no en Cosmopolitan, un 62% de las imágenes.
- 21 se publicaron en Cosmopolitan y no en Vogue, un 23% de las imágenes.
- 14 se publicaron en ambas revistas, un 15% de los anuncios.

Revista	N	%
Ambas	14	15%
Cosmopolitan	21	23%
Vogue	57	62%
Total	92	100%

5.3.1. Revista según Estereotipo



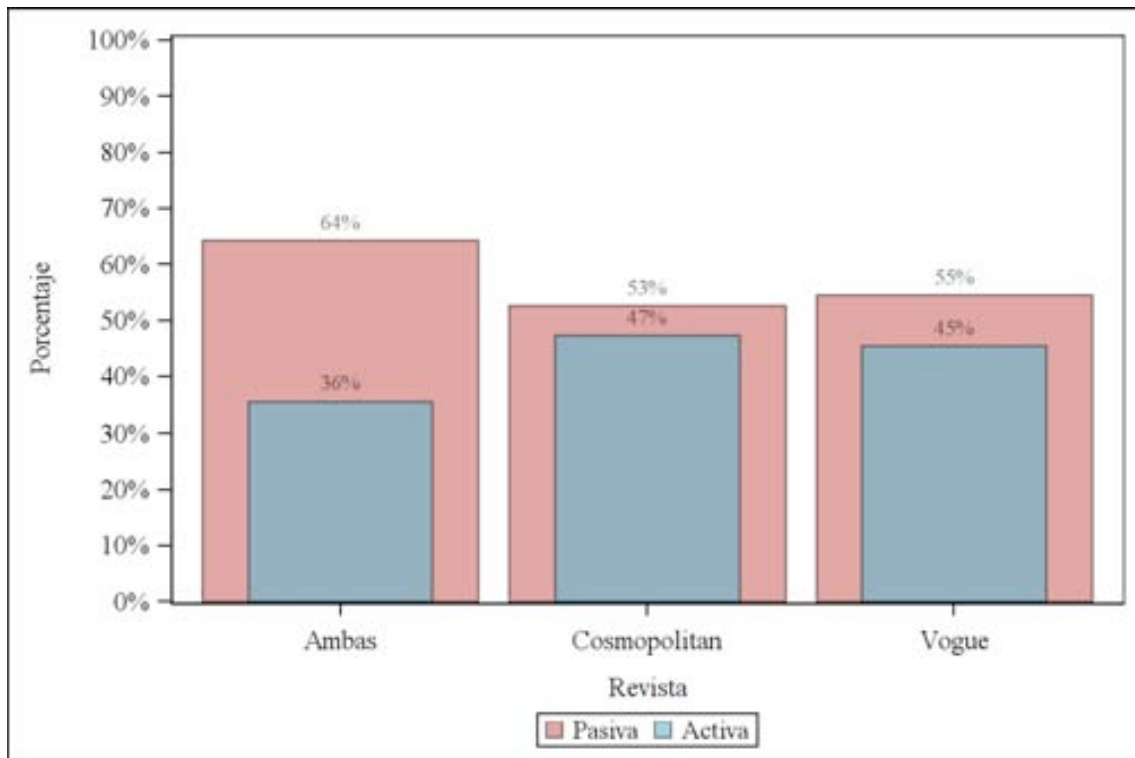
Observamos que en todos los medios de comunicación (Ambas, Cosmopolitan y Vogue) el Estereotipo mayoritario es Cara Bonita: 6 anuncios (67%) en Ambas revistas; 5 anuncios en Cosmopolitan (42%); y 16 anuncios en Vogue (43%).

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Revista					
	Ambas		Cosmopolitan		Vogue	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	1	11%	3	25%	11	30%
Cara Bonita	6	67%	5	42%	16	43%
Fragmento corporal	1	3%
Seductora	1	11%	3	25%	3	8%
Femme fatale	1	11%	1	8%	4	11%
Fragmento erótico	2	5%
Total	9	100%	12	100%	37	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Revista	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	6.59	10	0.7633

5.3.2. Revista según Estereotipo (Pasiva/Activa)

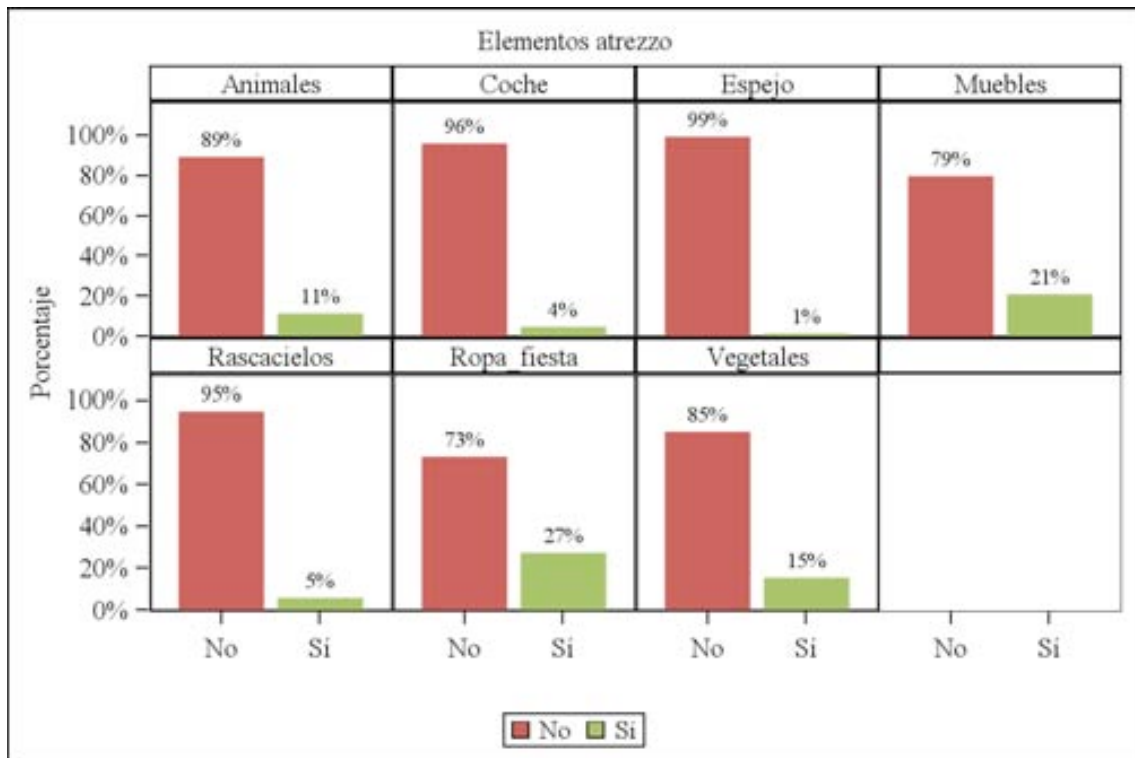


Observamos que en todas las revistas los Estereotipos son de tipo Pasiva. Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Revista					
	Ambas		Cosmopolitan		Vogue	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	9	64%	10	53%	30	55%
Activa	5	36%	9	47%	25	45%
Total	14	100%	19	100%	55	100%

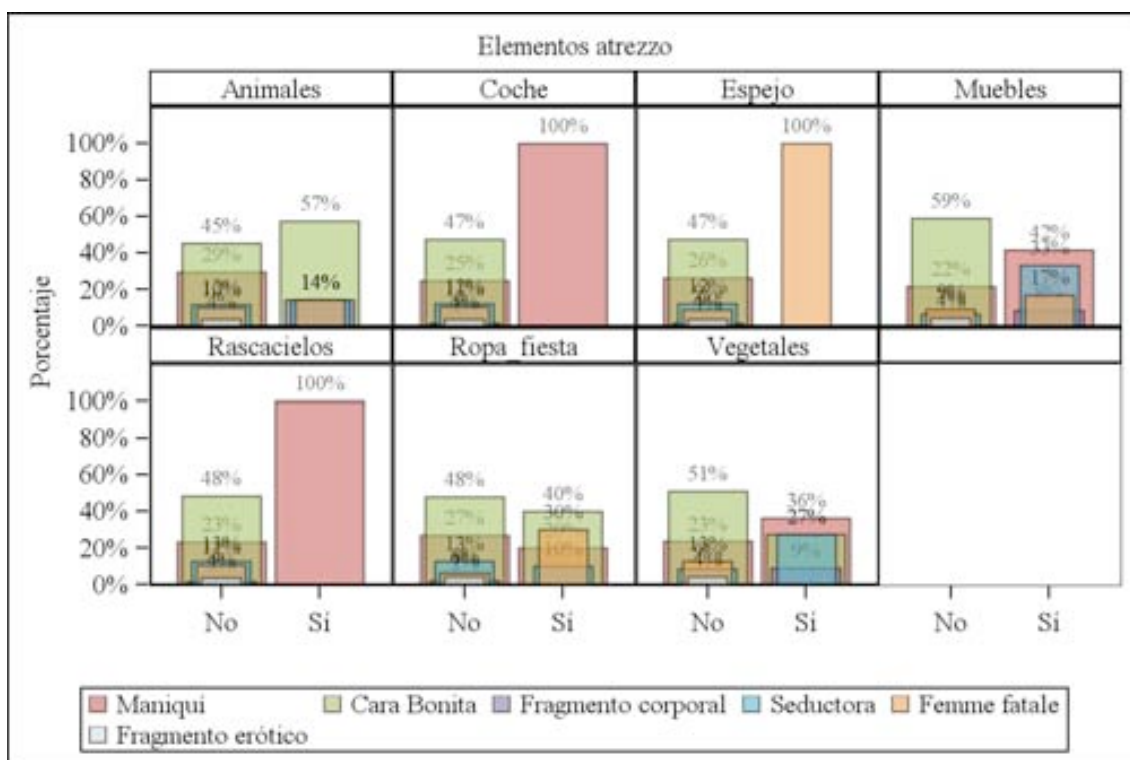
variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Revista	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	0.52	2 0.7709

5.4. Elementos atrezzo



Elementos atrezzo	No		Sí		Total N
	N	%	N	%	
Animales	82	89%	10	11%	92
Coche	88	96%	4	4%	92
Espejo	91	99%	1	1%	92
Muebles	73	79%	19	21%	92
Rascacielos	87	95%	5	5%	92
Ropa_fiesta	67	73%	25	27%	92
Vegetales	78	85%	14	15%	92

5.4.1. Elementos atrezzo según Estereotipo



Hay 12 imágenes con Muebles (Elementos Atrezzo), 5 de las cuales con Estereotipo Maniquí (que representan un 42% de las imágenes con Muebles).

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

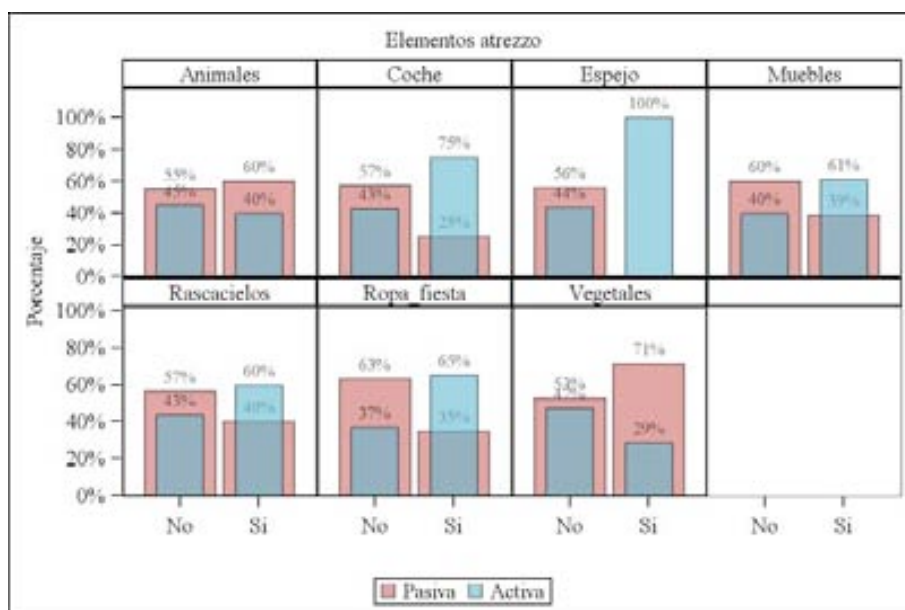
Estereotipo	Animales		Coche		Espejo	
	No	Sí	No	Sí	No	Sí
	N	%	N	%	N	%
Maniquí	15	29%	.	.	14	25%
Cara Bonita	23	45%	4	57%	27	47%
Fragmento corporal	.	.	1	14%	1	2%
Seductora	6	12%	1	14%	7	12%
Femme fatale	5	10%	1	14%	6	11%
Fragmento erótico	2	4%	.	.	2	4%
Total	51	100%	7	100%	57	100%

Estereotipo	Muebles				Rascacielos				Ropa_fiesta				Vegetales			
	No		Sí		No		Sí		No		Sí		No		Sí	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Maniquí	10	22%	5	42%	13	23%	2	100%	13	27%	2	20%	11	23%	4	36%
Cara Bonita	27	59%	.	.	27	48%	.	.	23	48%	4	40%	24	51%	3	27%
Fragmento corporal	.	.	1	8%	1	2%	.	.	1	2%	1	9%
Seductora	3	7%	4	33%	7	13%	.	.	6	13%	1	10%	4	9%	3	27%
Femme fatale	4	9%	2	17%	6	11%	.	.	3	6%	3	30%	6	13%	.	.
Fragmento erótico	2	4%	.	.	2	4%	.	.	2	4%	.	.	2	4%	.	.
Total	46	100%	12	100%	56	100%	2	100%	48	100%	10	100%	47	100%	11	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Elementos_atrezzo_Animales	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	8.92	5	0.1122
Elementos_atrezzo_Coche	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	2.76	5	0.7376
Elementos_atrezzo_Espejo	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	4.70	5	0.4540
Elementos_atrezzo_Muebles	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	22.84	5	0.0004 *
Elementos_atrezzo_Rascacielos	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	5.62	5	0.3451
Elementos_atrezzo_Ropa_fiesta	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	4.83	5	0.4366
Elementos_atrezzo_Vegetales	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	10.55	5	0.0611

Existen diferencias estadísticamente significativas en Elementos_atrezzo_Muebles según el Estereotipo de la imagen (LR - Chi-Square Test= 22.84; p_valor=0.0004). Vemos que 5 de las imágenes con Muebles tienen el Estereotipo 'Maniquí', en cambio, entre las imágenes que no tienen Muebles tienen en su mayoría (59%) Estereotipo 'Cara Bonita' (este Estereotipo es el mayoritario de todas las imágenes).

5.4.2. Elementos atrezzo según Estereotipo (Pasiva/Activa)



Observamos que:

- Hay 10 imágenes con Elemento Atrezzo Animales, el porcentaje de imágenes Pasiva o Activa es similar entre las imágenes con este Elemento Atezzo (60% de las imágenes Pasivas), y sin este Elemento Atrezzo (55% de las imágenes Pasivas).
- Tan sólo hay una imagen con Elementos Atrezzo Ropa. Esta imagen corresponde a una imagen Activa.
- Hay 23 imágenes con Elementos Atrezzo Ropa de fiesta. 8 de las cuales corresponden a imágenes Pasivas (un 35%). En cambio, 65 imágenes no tienen este Elemento Atrezzo (imágenes sin Ropa de fiesta), de las cuales 41 corresponden a imágenes Pasivas (un 63%).

Hay 4 imágenes en las que Pasiva/Activa no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

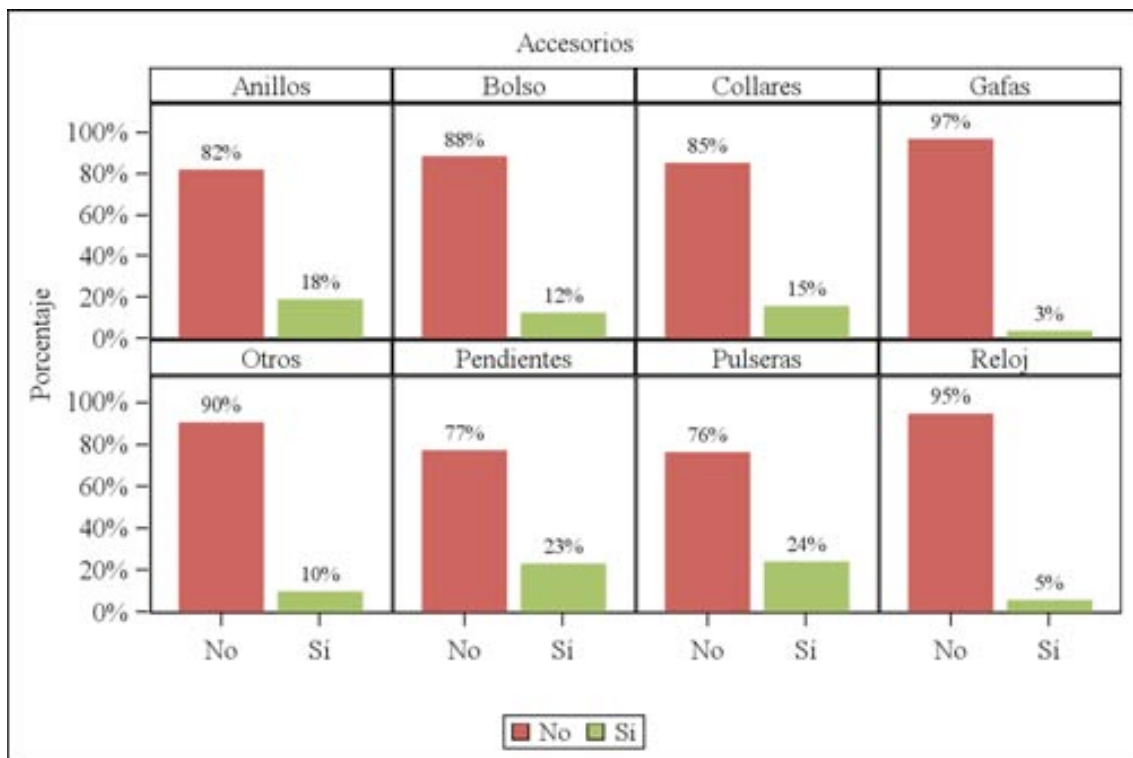
Estereotipo	Animales				Coche				Espejo			
	No		Sí		No		Sí		No		Sí	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Pasiva	43	55%	6	60%	48	57%	1	25%	49	56%	.	.
Activa	35	45%	4	40%	36	43%	3	75%	38	44%	1	100%
Total	78	100%	10	100%	84	100%	4	100%	87	100%	1	100%

Estereotipo	Muebles				Rascacielos				Ropa_fiesta				Vegetales			
	No		Sí		No		Sí		No		Sí		No		Sí	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Pasiva	42	60%	7	39%	47	57%	2	40%	41	63%	8	35%	39	53%	10	71%
Activa	28	40%	11	61%	36	43%	3	60%	24	37%	15	65%	35	47%	4	29%
Total	70	100%	18	100%	83	100%	5	100%	65	100%	23	100%	74	100%	14	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Elementos_atrezzo_Animales	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	0.09	1	0.7703
Elementos_atrezzo_Coche	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Exact's Fisher Test	1.60	1	0.3182
Elementos_atrezzo_Espejo	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Exact's Fisher Test	1.27	1	0.4432
Elementos_atrezzo_Muebles	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	2.59	1	0.1078
Elementos_atrezzo_Rascacielos	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Exact's Fisher Test	0.53	1	0.6515
Elementos_atrezzo_Ropa_fiesta	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	5.51	1	0.0189 *
Elementos_atrezzo_Vegetales	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	1.67	1	0.1959

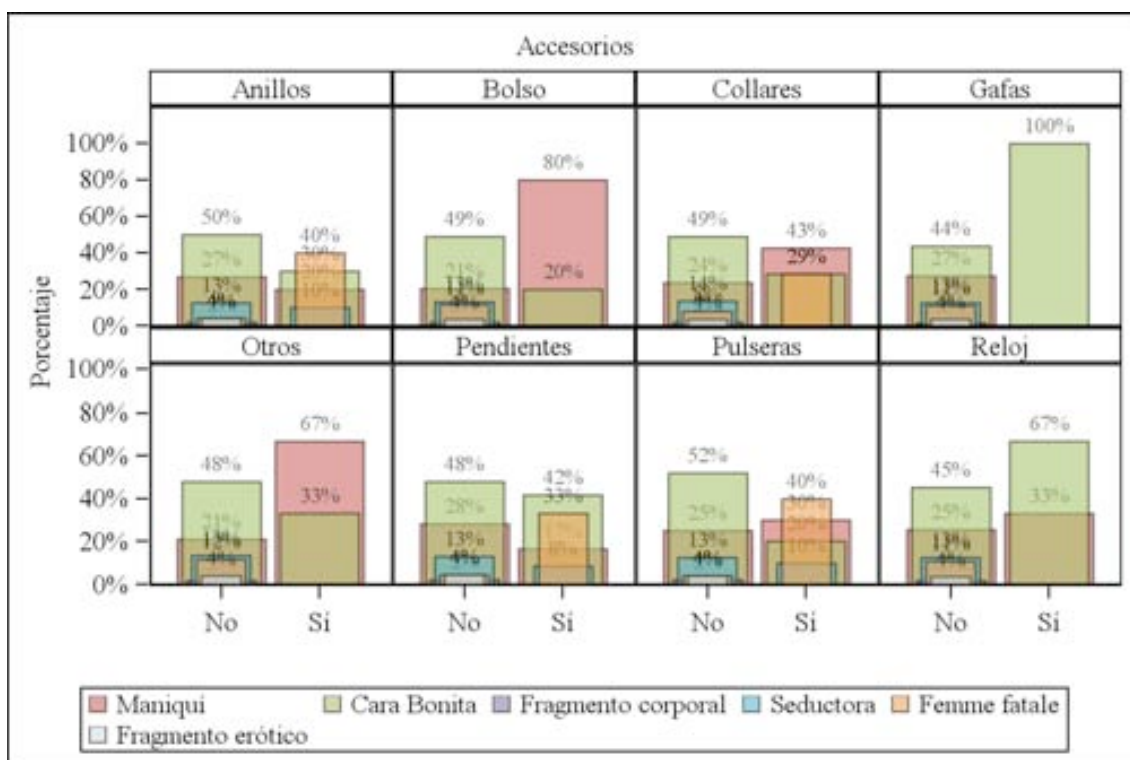
Existen diferencias estadísticamente significativas en Elementos_atrezzo_Ropa_fiesta según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (Chi-Square Test = 5.51; p_valor=0.0189). Como hemos comentado anteriormente las imágenes sin Ropa de fiesta que además son Pasivas corresponden a un 63% del total de imágenes sin Ropa de fiesta. En cambio, este porcentaje es menor cuando se consideran las imágenes con Ropa de fiesta, de las cuales, un 35% corresponden a imágenes Pasivas.

5.5. Accesorios



Elementos atrezzo	No		Sí		Total N
	N	%	N	%	
Anillos	47				
	5	82%	17	18%	92
Bolso	81	88%	11	12%	92
Collares	78	85%	14	15%	92
Gafas	89	97%	3	3%	92
Otros	83	90%	9	10%	92
Pendientes	71	77%	21	23%	92
Pulseras	70	76%	22	24%	92
Reloj	87	95%	5	5%	92

5.5.1. Accesorios según Estereotipo



Se presenta el gráfico y la tabla correspondiente al cruzamiento de la presencia de cada Accesorio con el Estereotipo de cada imagen.

Observamos que, por ejemplo, en Bolso, tan sólo hay 5 imágenes con este Accesorio, 4 de las cuales corresponden al Estereotipo Maniquí (80%).

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

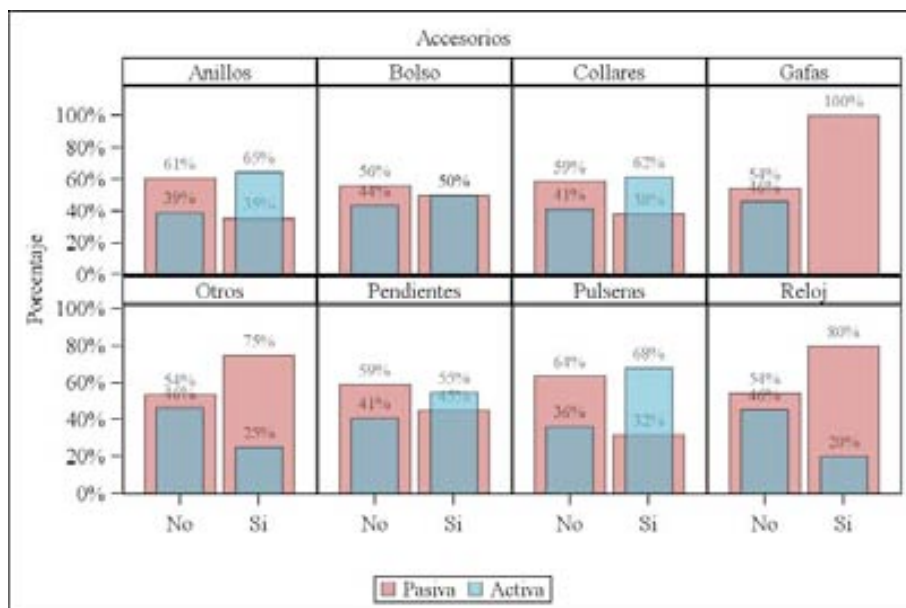
Estereotipo	Anillos		Bolso		Collares		Gafas									
	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí								
	N	%	N	%	N	%	N	%								
Maniquí	13	27%	2	20%	11	21%	4	80%	12	24%	3	43%	15	27%	.	.
Cara Bonita	24	50%	3	30%	26	49%	1	20%	25	49%	2	29%	24	44%	3	100%
Fragmento corporal	1	2%	.	.	1	2%	.	.	1	2%	.	.	1	2%	.	.
Seductora	6	13%	1	10%	7	13%	.	.	7	14%	.	.	7	13%	.	.
Femme fatale	2	4%	4	40%	6	11%	.	.	4	8%	2	29%	6	11%	.	.
Fragmento erótico	2	4%	.	.	2	4%	.	.	2	4%	.	.	2	4%	.	.
Total	48	100%	10	100%	53	100%	5	100%	51	100%	7	100%	55	100%	3	100%

Estereotipo	Otros				Pendientes				Pulseras				Reloj			
	No		Sí		No		Sí		No		Sí		No		Sí	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Maniquí	11	21%	4	67%	13	28%	2	17%	12	25%	3	30%	14	25%	1	33%
Cara Bonita	25	48%	2	33%	22	48%	5	42%	25	52%	2	20%	25	45%	2	67%
Fragmento corporal	1	2%	.	.	1	2%	.	.	1	2%	.	.	1	2%	.	.
Seductora	7	13%	.	.	6	13%	1	8%	6	13%	1	10%	7	13%	.	.
Femme fatale	6	12%	.	.	2	4%	4	33%	2	4%	4	40%	6	11%	.	.
Fragmento erótico	2	4%	.	.	2	4%	.	.	2	4%	.	.	2	4%	.	.
Total	52	100%	6	100%	46	100%	12	100%	48	100%	10	100%	55	100%	3	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Accesorio_Anillos	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	9.33	5	0.0967
Accesorio_Bolso	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	8.11	5	0.1500
Accesorio_Collares	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	5.81	5	0.3248
Accesorio_Gafas	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	4.78	5	0.4438
Accesorio_Otros	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	6.92	5	0.2263
Accesorio_Pendientes	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	8.10	5	0.1506
Accesorio_Pulseras	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	10.67	5	0.0582
Accesorio_Reloj	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	2.01	5	0.8483

Observamos que aunque no se observan diferencias estadísticamente significativas en ningún Accesorio, las Pulseras rozan el nivel de significación: un 40% de las imágenes con Pulseras corresponden al Estereotipo Femme Fatale, que es un porcentaje mayor que en el caso que la imagen no tenga Pulseras (4%).

5.5.2. Accesorios según Estereotipo (Pasiva/Activa)



Observamos que hay 20 imágenes con Pendientes, un 45% de las cuales corresponden a Estereotipo Pasiva. Hay 4 imágenes en las que Pasiva/Activa no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Anillos				Bolso				Collares			
	No		Sí		No		Sí		No		Sí	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Pasiva	43	61%	6	35%	44	56%	5	50%	44	59%	5	38%
Activa	28	39%	11	65%	34	44%	5	50%	31	41%	8	62%
Total	71	100%	17	100%	78	100%	10	100%	75	100%	13	100%

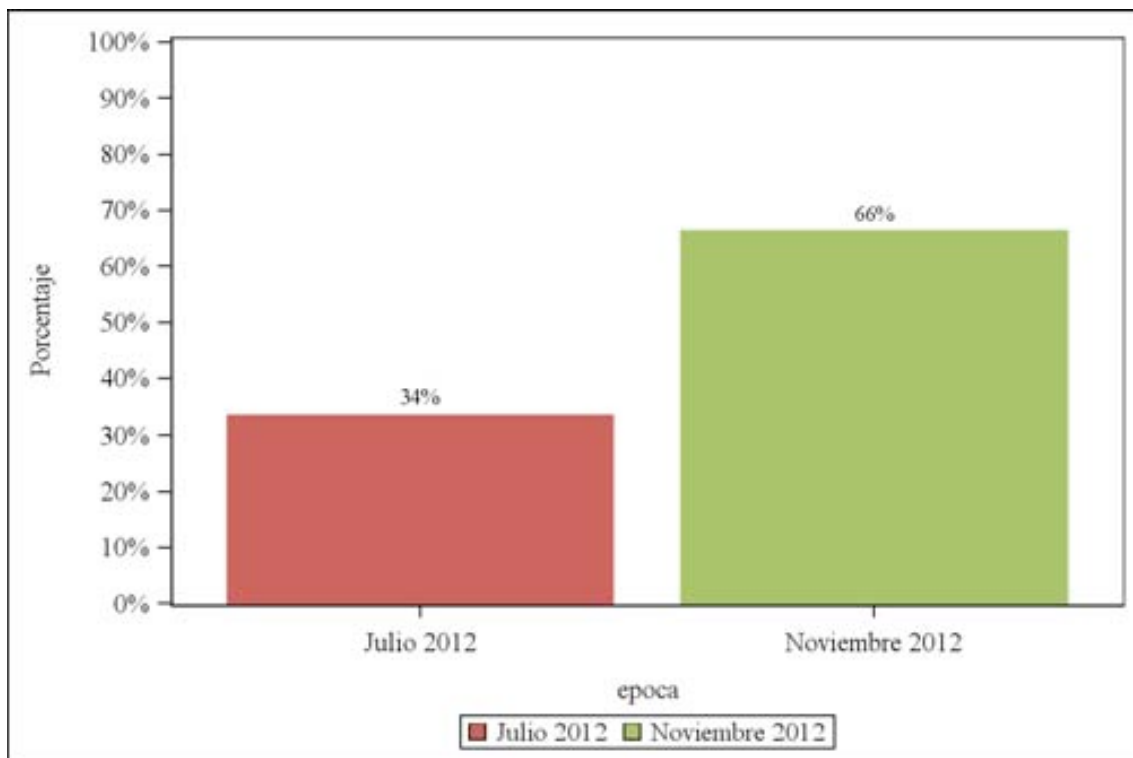
Estereotipo	Gafas				Otros				Pendientes			
	No		Sí		No		Sí		No		Sí	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Pasiva	46	54%	3	100%	43	54%	6	75%	40	59%	9	45%
Activa	39	46%	.	.	37	46%	2	25%	28	41%	11	55%
Total	85	100%	3	100%	80	100%	8	100%	68	100%	20	100%

Estereotipo	Pulseras				Reloj			
	No		Sí		No		Sí	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Pasiva	42	64%	7	32%	45	54%	4	80%
Activa	24	36%	15	68%	38	46%	1	20%
Total	66	100%	22	100%	83	100%	5	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Accesorio_Anillos	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	3.55	1 0.0596
Accesorio_Bolso	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	0.15	1 0.7008
Accesorio_Collares	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	1.83	1 0.1758
Accesorio_Gafas	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Exact's Fisher Test	2.47	1 0.2512
Accesorio_Otros	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Exact's Fisher Test	1.33	1 0.2927
Accesorio_Pendientes	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	1.20	1 0.2740
Accesorio_Pulseras	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	6.77	1 0.0093 *
Accesorio_Reloj	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Exact's Fisher Test	1.27	1 0.3772

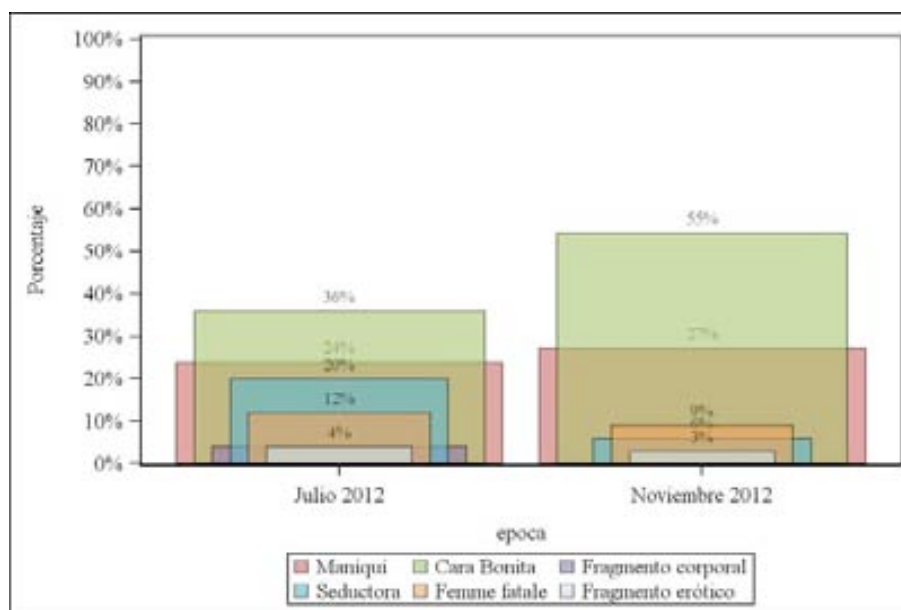
Existen diferencias estadísticamente significativas en Accesorio_Pulseras según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (Chi-Square Test = 6.77; $p_{\text{valor}}=0.0093$). Hay 68 imágenes sin Pulseras, 40 de las cuales (un 59%) son de Estereotipo Pasiva; en cambio, hay 20 imágenes con Pulseras, 9 de las cuales (un 45%) corresponden a Estereotipo Pasiva.

5.6. Época



Época	N	%
Julio 2012	31	34%
Noviembre 2012	61	66%
Total	92	100%

5.6.1. Época según Estereotipo

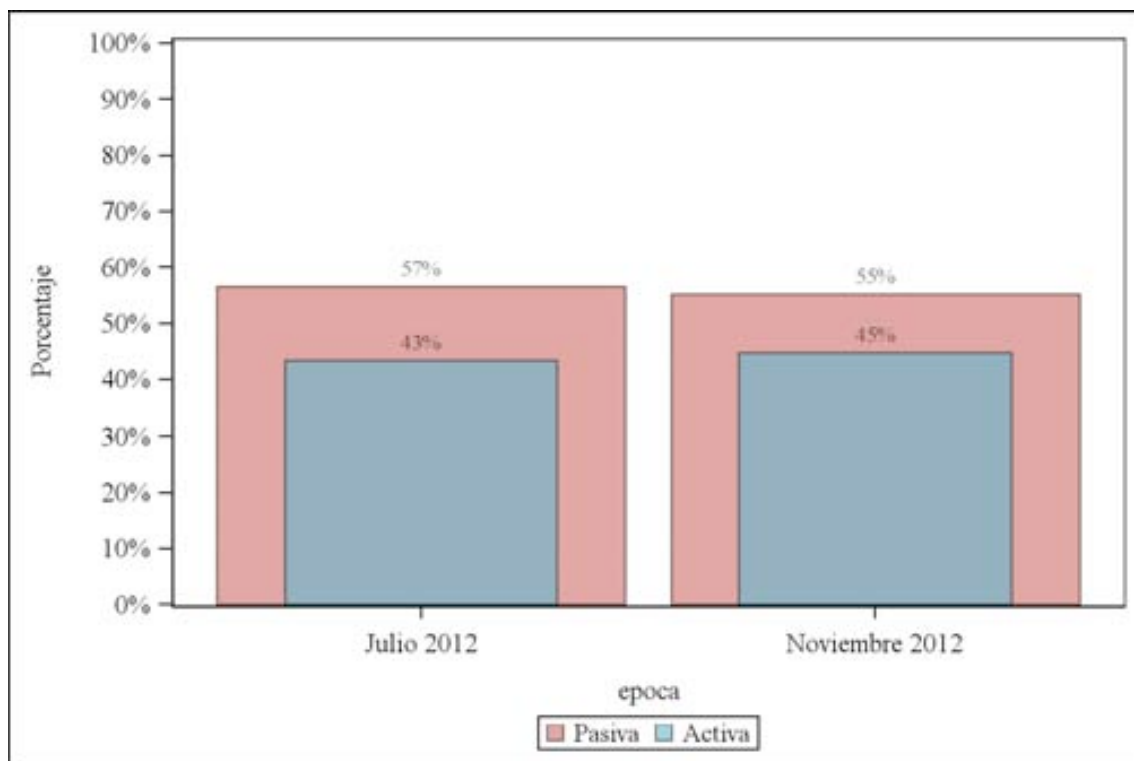


Observamos que 25 imágenes se publicaron en verano (Julio 2012), y 33 se publicaron en invierno (Noviembre 2012). Para ambas épocas el Estereotipo más elegido es Cara Bonita: 9 imágenes en Julio 2012 (36% de esa época) y 18 imágenes en Noviembre 2012 (un 55% de las imágenes de esa época). Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Época			
	Julio 2012		Noviembre 2012	
	N	%	N	%
Maniquí	6	24%	9	27%
Cara Bonita	9	36%	18	55%
Fragmento corporal	1	4%	.	.
Seductora	5	20%	2	6%
Femme fatale	3	12%	3	9%
Fragmento erótico	1	4%	1	3%
Total	25	100%	33	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Época	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	5.27	5	0.3838

5.6.2. Época según Estereotipo (Pasiva/Activa)



Observamos que el porcentaje de imágenes Pasiva/Activa para cada época es muy similar: 55-57% corresponden a imágenes Pasivas, y 43-45% corresponden a imágenes Activas. Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Época			
	Julio 2012		Noviembre 2012	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	17	57%	32	55%
Activa	13	43%	26	45%
Total	30	100%	58	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Época	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	0.02	1 0.8936

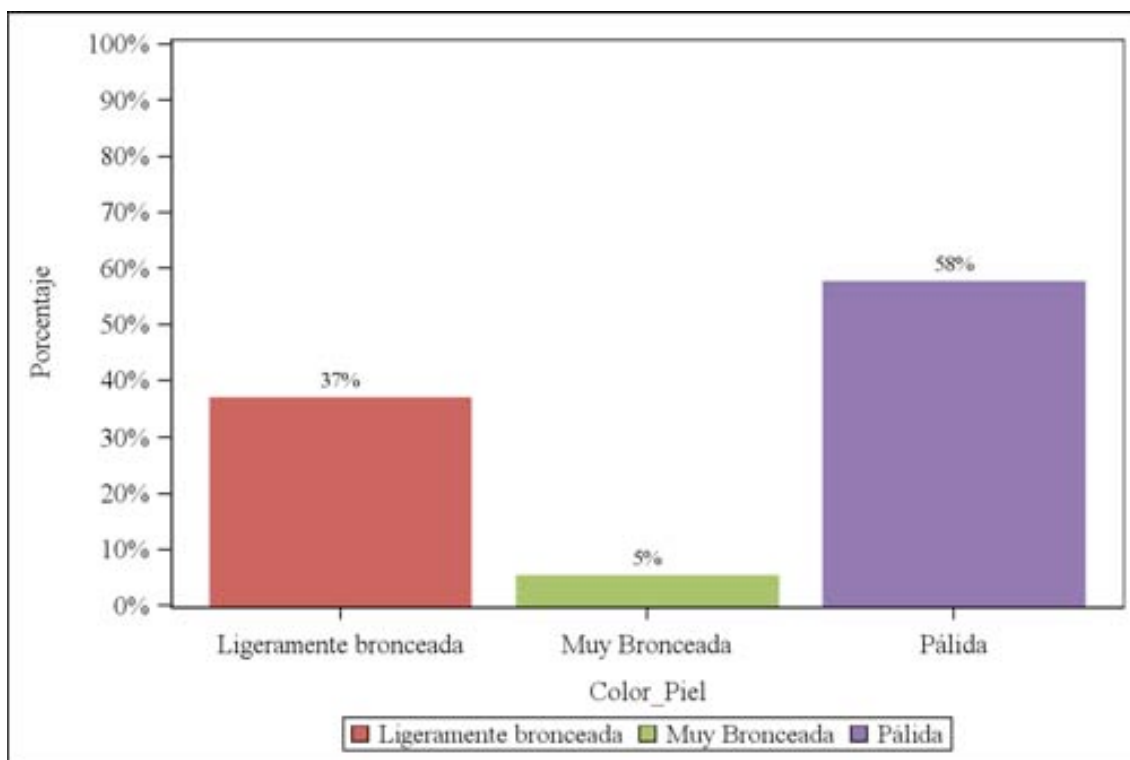
6. Características de la modelo

6.1. Raza

Raza	N	% Columna
Blanca o caucásica	92	100%
Total	92	100%

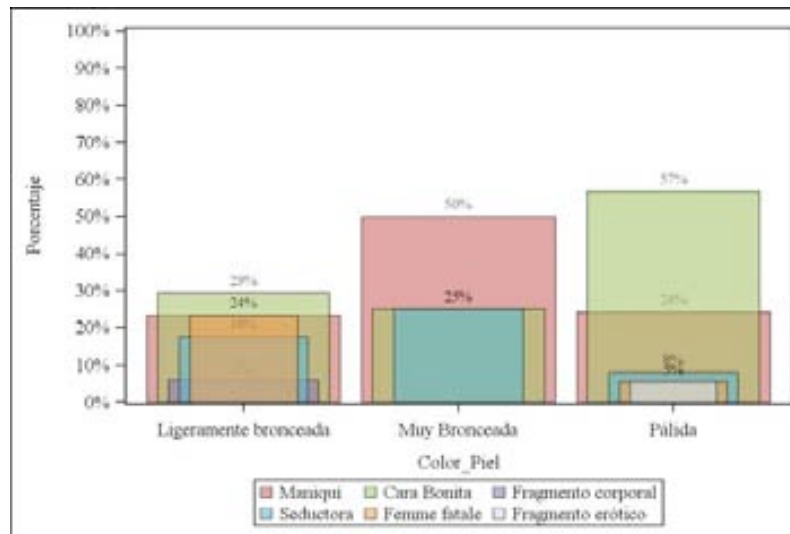
Todas las modelos son de raza Blanca o caucásica.

6.2. Color_Piel



Color_Piel	N	%
Ligeramente bronceada	34	37%
Muy Bronceada	5	5%
Pálida	53	58%
Total	92	100%

6.2.1. Color_Piel según Estereotipo



Hay muchas imágenes de los distintos Estereotipos de las modelos con Color de Piel 'Ligeramente bronceada'.

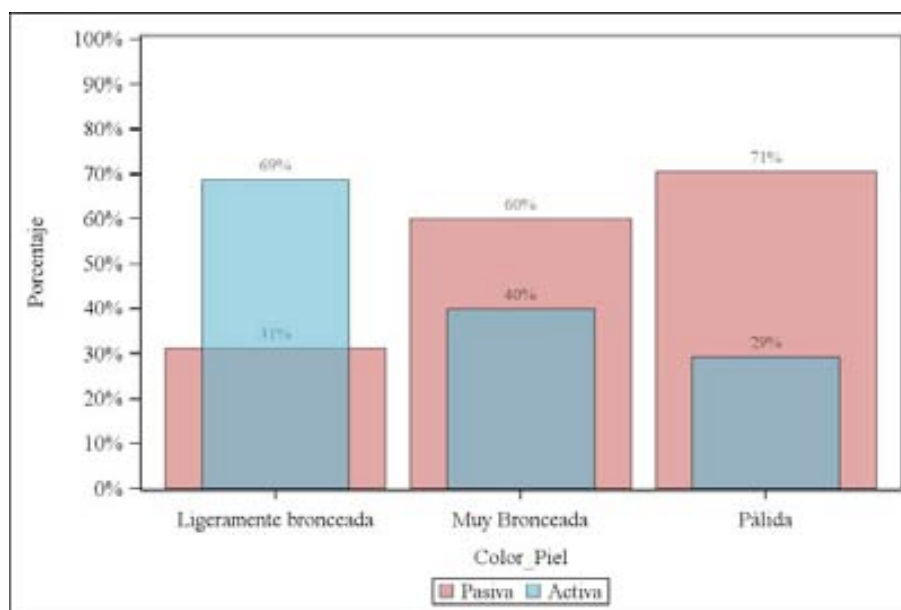
El 50% de las imágenes de las modelos con Color de Piel 'Muy Bronceada' son imágenes con el Estereotipo Maniquí, aunque el total de imágenes con este tipo de Color de Piel tan sólo hay 4 en toda la muestra. Finalmente, hay 37 imágenes en las que la modelo tiene el Color de Piel 'Pálida', de estas un 57% (21 imágenes) tienen el Estereotipo Cara Bonita.

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Color_Piel					
	Ligeramente bronceada		Muy Bronceada		Pálida	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	4	24%	2	50%	9	24%
Cara Bonita	5	29%	1	25%	21	57%
Fragmento corporal	1	6%
Seductora	3	18%	1	25%	3	8%
Femme fatale	4	24%	.	.	2	5%
Fragmento erótico	2	5%
Total	17	100%	4	100%	37	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Color_Piel	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	12.85	10	0.2324

6.2.2. Color_Piel según Estereotipo (Pasiva/Activa)



De las 32 imágenes con la modelo 'Ligeramente bronceada' hay 10 que tienen un Estereotipo de tipo Pasiva, que representan un 31% del total. En cambio, en el resto de imágenes este porcentaje es superior al 60%. Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

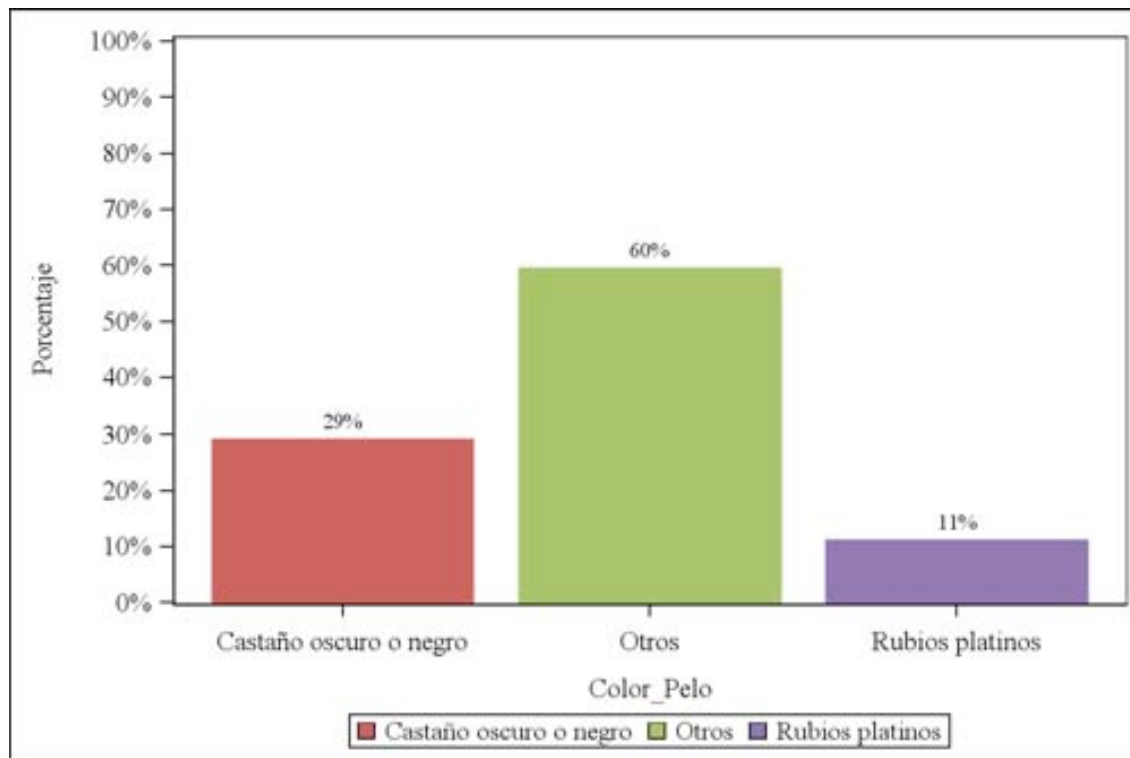
Estereotipo (Pasiva/Activa)	Color_Piel					
	Ligeramente bronceada		Muy Bronceada		Pálida	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	10	31%	3	60%	36	71%
Activa	22	69%	2	40%	15	29%
Total	32	100%	5	100%	51	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Color_Piel Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	12.58	2	0.0019 *

Existen diferencias estadísticamente significativas en Color_Piel según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (LR - Chi-Square Test= 12.58; p_valor=0.0019). Un 31% de las imágenes correspondientes a modelos con Color de Piel 'Ligeramente bronceada' son de imágenes Pasiva, en cambio en los otros casos: Muy bronceada y Pálida el porcentaje del Estereotipo Pasivo es un 60% y un 71%, respectivamente.

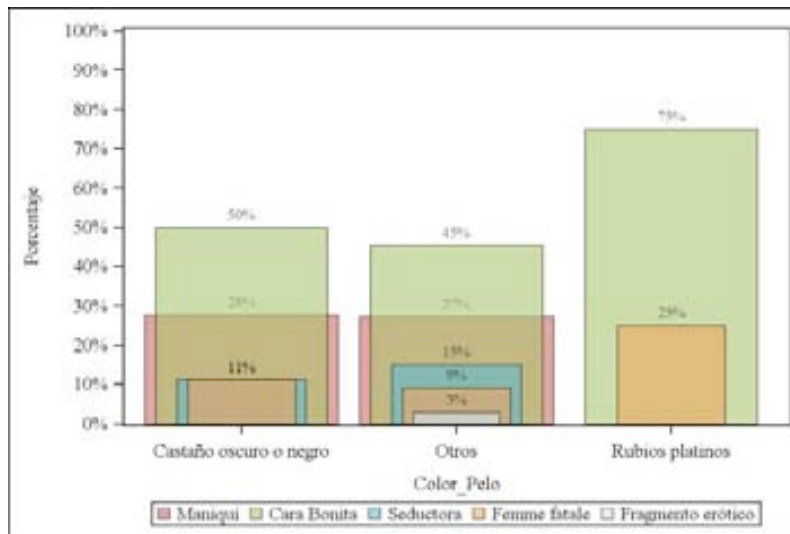
6.3. Pelo

6.3.1. Color_Pelo



Color_Pelo	N	%
Castaño oscuro o negro	26	29%
Rubios dorados, cobrizos, pelirrojos y castaños claros	53	60%
Rubios platinos	10	11%
Total	89	100%

6.3.1.1. Color_Pelo según Estereotipo



Observamos que 18 imágenes tienen que el Color de Pelo de la modelo es ‘Castaño oscuro o negro’, 9 de las cuales (un 50%) tienen el Estereotipo Cara Bonita.

33 imágenes tienen que el Color de Pelo de la modelo es ‘Rubios dorados, cobrizos, pelirrojos y castaños claros’, 15 de las cuales (un 45%) tienen el Estereotipo Cara Bonita.

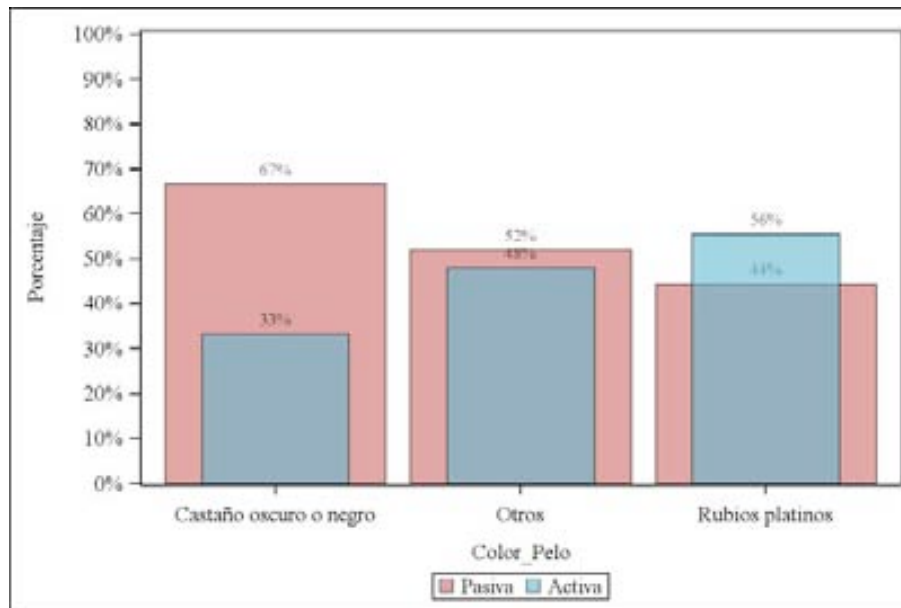
Tan sólo 4 imágenes tienen que el Color de Pelo de la modelo es ‘Rubios platinos’, 3 de las cuales (un 75%) tienen el Estereotipo Cara Bonita.

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Color_Pelo					
	Castaño oscuro o negro		Rubios dorados, cobrizos, pelirrojos y castaños claros		Rubios platinos	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	5	28%	9	27%	.	.
Cara Bonita	9	50%	15	45%	3	75%
Seductora	2	11%	5	15%	.	.
Femme fatale	2	11%	3	9%	1	25%
Fragmento erótico	.	.	1	3%	.	.
Total	18	100%	33	100%	4	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Color_Pelo	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	5.54	8 0.6986

6.3.1.2. Color_Pelo según Estereotipo (Pasiva/Activa)



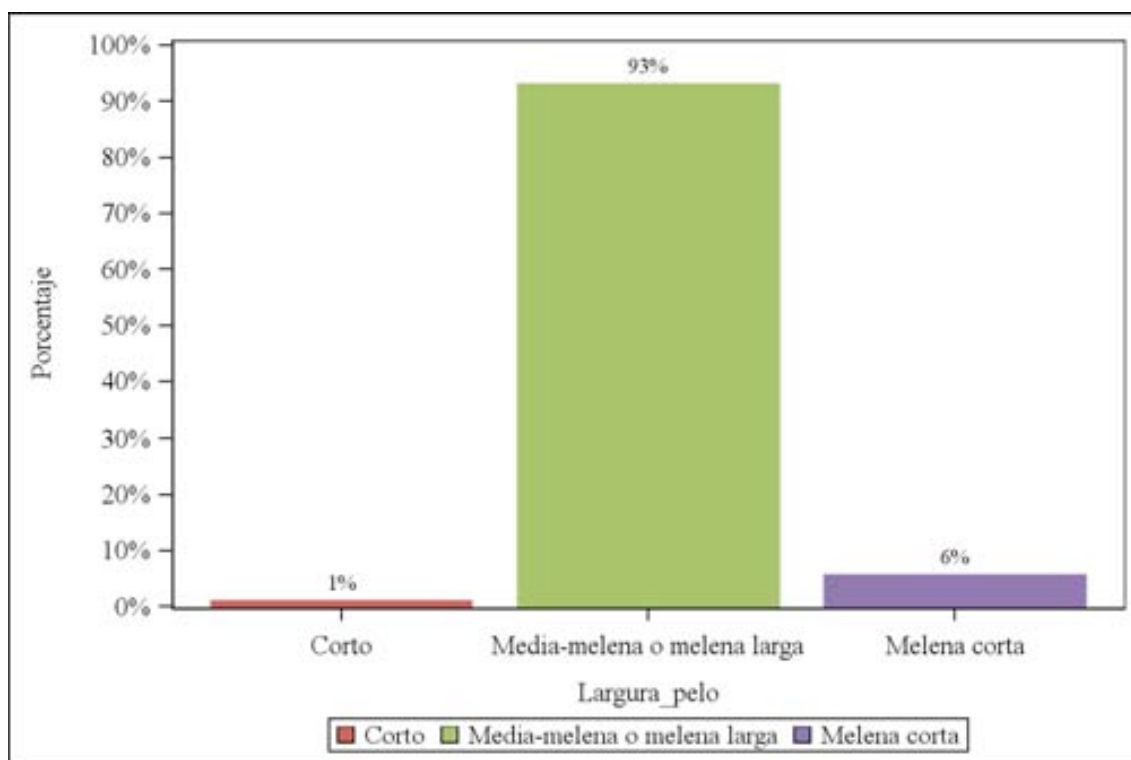
Observamos que un 67% de las imágenes de modelos con Color de Pelo 'Castaño oscuro o negro' tienen asociado el Estereotipo de tipo 'Pasiva', el 52% de las imágenes de modelos con Color de Pelo 'Rubios dorados, cobrizos, pelirrojos y castaños claros' tienen asociado el Estereotipo de tipo 'Pasiva', y finalmente, un 44% de las imágenes de modelos con Color de Pelo 'Rubios platinos' tienen asociado el Estereotipo de tipo 'Pasiva'.

Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Color_Pelo					
	Castaño oscuro o negro		Rubios dorados, cobrizos, pelirrojos y castaños claros		Rubios platinos	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	16	67%	27	52%	4	44%
Activa	8	33%	25	48%	5	56%
Total	24	100%	52	100%	9	100%

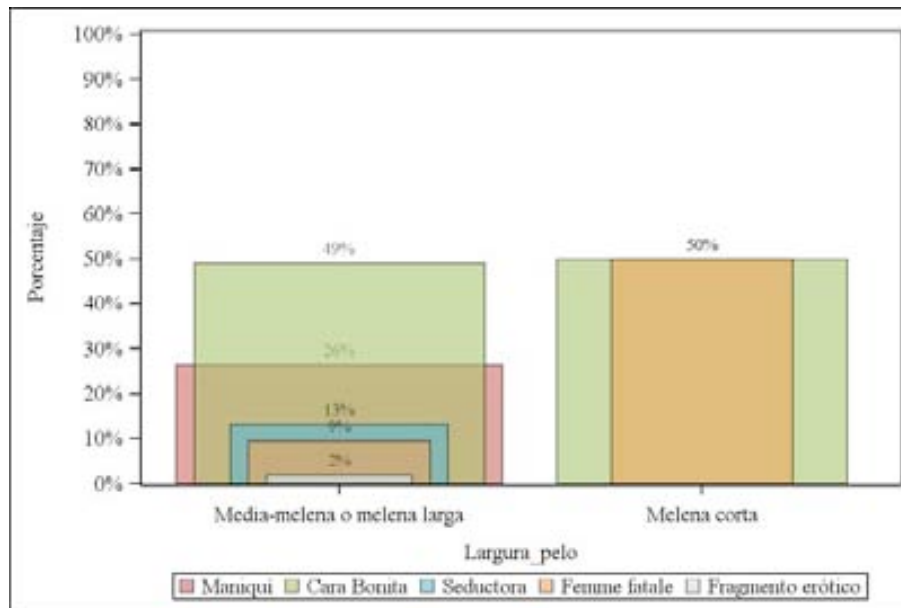
variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Color_Pelo	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	1.95	2	0.3768

6.3.2. Largura_pelo



Largura_pelo	N	%
Corto	1	1%
Media-melena o melena larga	82	93%
Melena corta	5	6%
Total	88	100%

6.3.2.1. Largura_pelo según Estereotipo

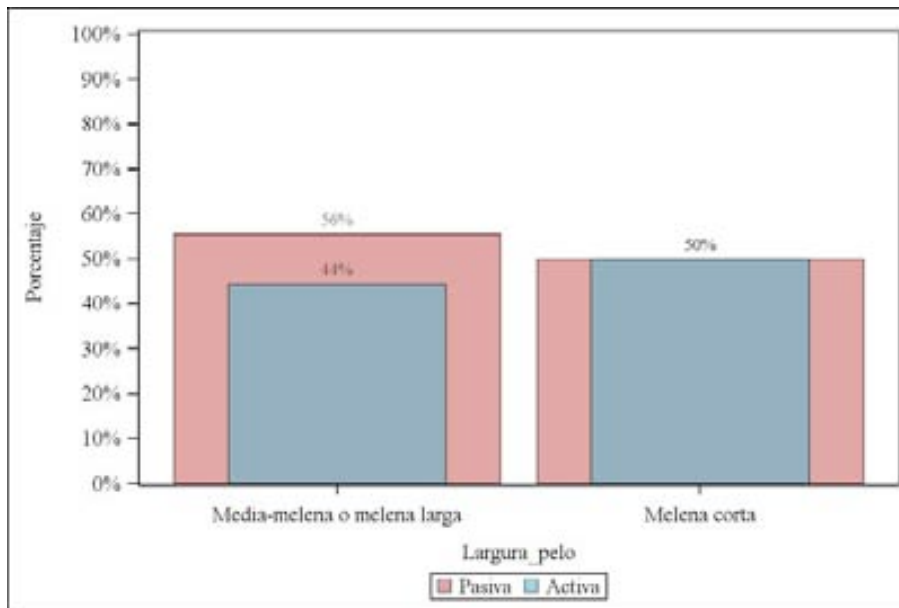


Observamos que tan sólo hay 2 imágenes con Melena corta que tengan asociado algún Estereotipo, además no hay ninguna imagen con Largura de Pelo 'Corto' que tenga asociado Estereotipo de la imagen. Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Largura_pelo			
	Media-melena o melena larga		Melena corta	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	14	26%	.	.
Cara Bonita	26	49%	1	50%
Seductora	7	13%	.	.
Femme fatale	5	9%	1	50%
Fragmento erótico	1	2%	.	.
Total	53	100%	2	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Largura_pelo	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	3.22	4 0.5214

6.3.2.2. Largura_pelo según Estereotipo (Pasiva/Activa)



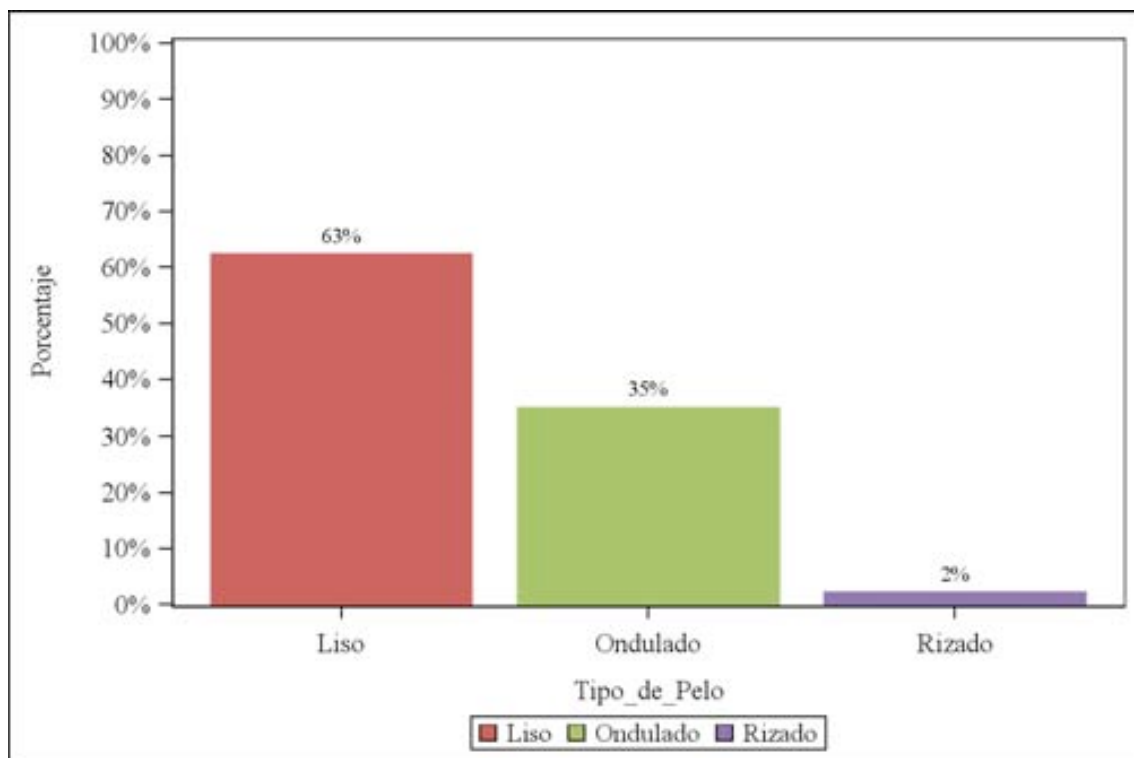
Observamos que 2 imágenes en las que la modelo tiene 'Melena corta' tienen asociado el tipo de Estereotipo 'Pasiva', las otras 2 imágenes tienen asociado 'Activa'. De las imágenes con la modelo de 'Media-melena o melena larga' un 56% corresponden a imágenes 'Pasiva', observamos que este tipo de Largura de Pelo es mayoritario en todas las imágenes.

Además no hay ninguna imagen con Largura de Pelo 'Corto' que tenga asociado Estereotipo de la imagen. Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Largura_pelo			
	Media-melena o melena larga		Melena corta	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	45	56%	2	50%
Activa	36	44%	2	50%
Total	81	100%	4	100%

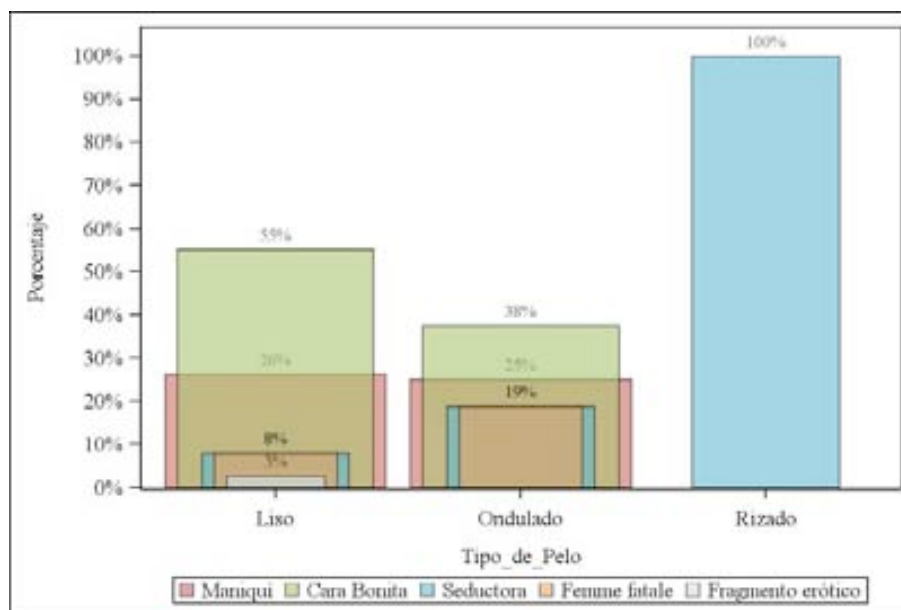
variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Largura_pelo	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	0.05	1	0.8278

6.3.3. Tipo_de_Pelo



Tipo_de_Pelo	N	%
Liso	55	63%
Ondulado	31	35%
Rizado	2	2%
Total	88	100%

6.3.3.1. Tipo_de_Pelo según Estereotipo



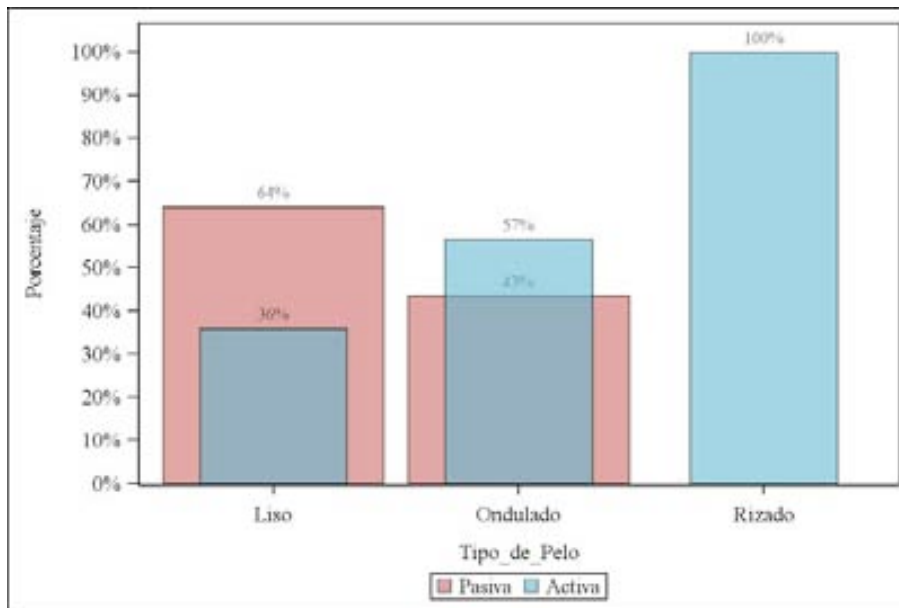
Observamos que en todas las imágenes con la modelo de Tipo de Pelo 'Liso' y 'Ondulado' el Estereotipo mayoritario es Cara Bonita. En cambio, la única imagen que tiene una modelo con Tipo de Pelo 'Rizado' tiene asociado el Estereotipo Seductora.

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Tipo_de_Pelo					
	Liso		Ondulado		Rizado	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	10	26%	4	25%	.	.
Cara Bonita	21	55%	6	38%	.	.
Seductora	3	8%	3	19%	1	100%
Femme fatale	3	8%	3	19%	.	.
Fragmento erótico	1	3%
Total	38	100%	16	100%	1	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Tipo_de_Pelo	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	7.89	8	0.4439

6.3.3.2. Tipo_de_Pelo según Estereotipo (Pasiva/Activa)



De las 53 imágenes con la modelo con Tipo de Pelo 'Liso', 34 son imágenes Pasivas (un 64%), en cambio, la mayoría de las imágenes con la modelo con pelo 'Ondulado' corresponden a imágenes con tipo de Estereotipo 'Activa' (17 imágenes, 57%).

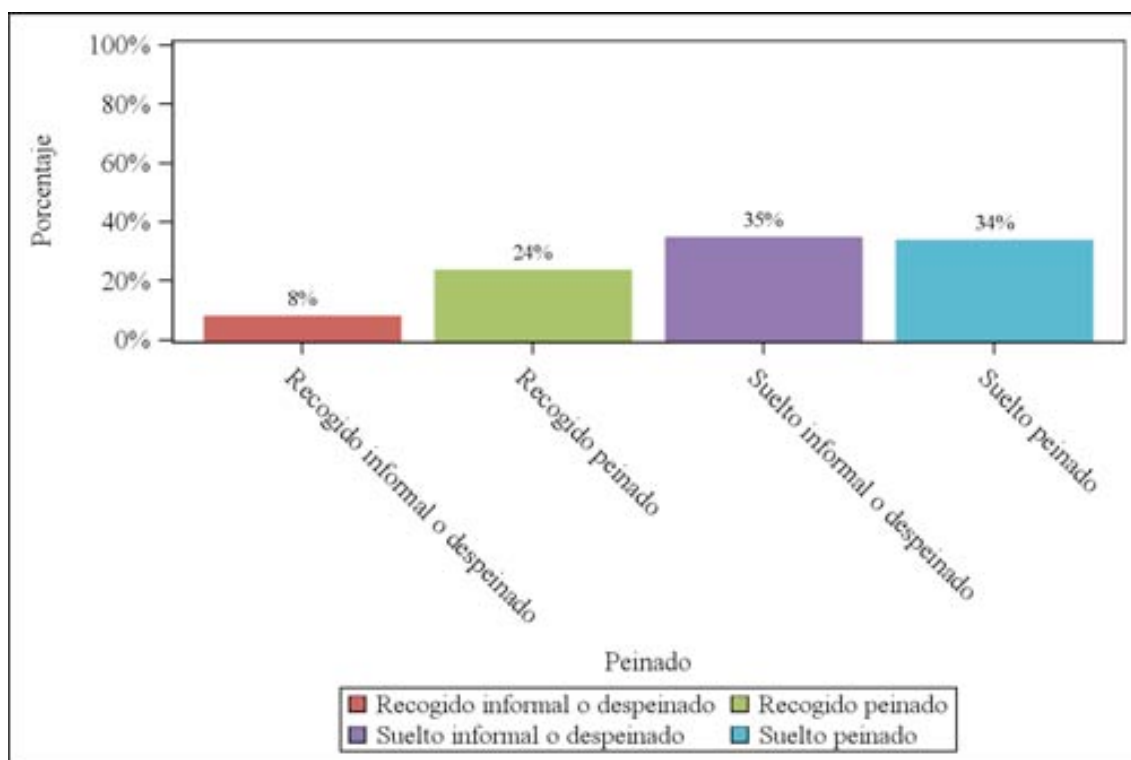
Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Tipo_de_Pelo					
	Liso		Ondulado		Rizado	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	34	64%	13	43%	.	.
Activa	19	36%	17	57%	2	100%
Total	53	100%	30	100%	2	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Tipo_de_Pelo	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	6.66	2	0.0359 *

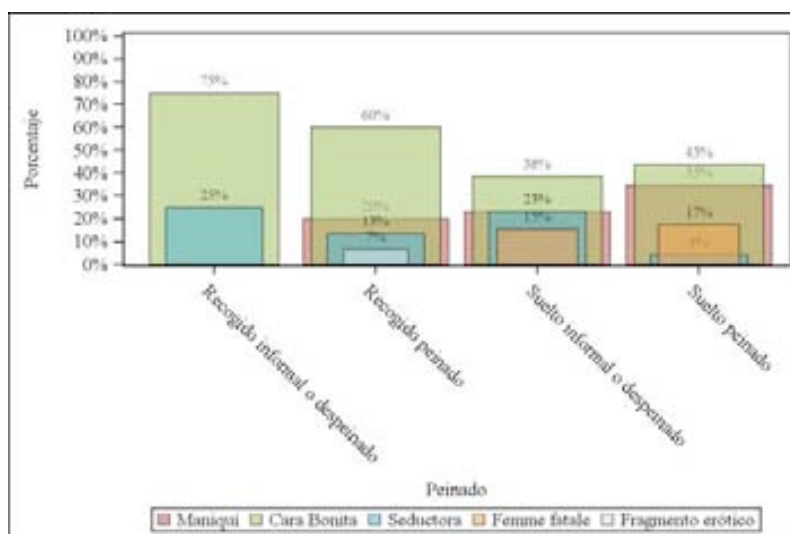
Existen diferencias estadísticamente significativas en Tipo_de_Pelo según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (LR - Chi-Square Test= 6.66; p_valor=0.0359).

6.3.4. Peinado



Peinado	N	%
Recogido informal o despeinado	7	8%
Recogido peinado	21	24%
Suelto informal o despeinado	31	35%
Suelto peinado	30	34%
Total	89	100%

6.3.4.1. Peinado según Estereotipo

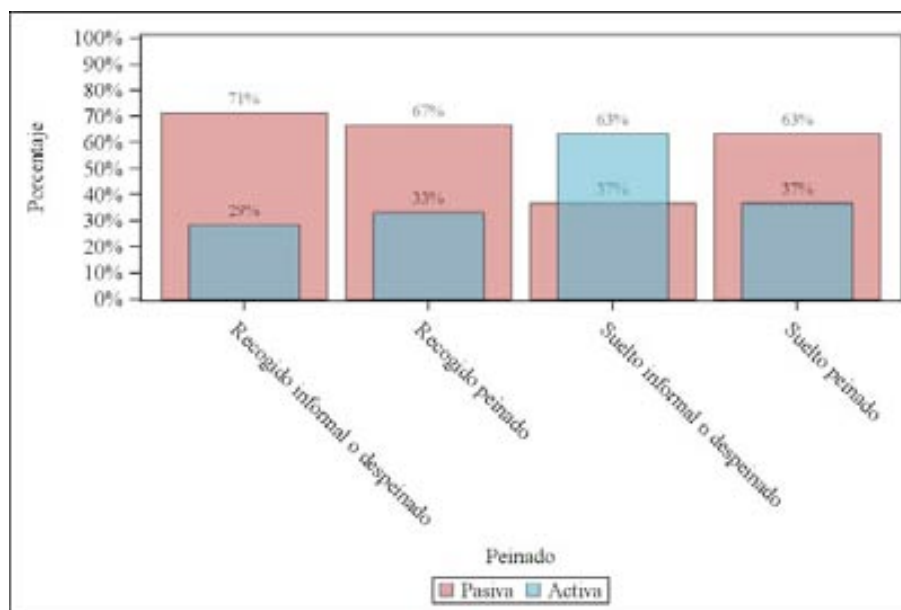


La mayoría de imágenes tienen asociado el Estereotipo 'Cara Bonita', aunque este porcentaje varía entre las distintas imágenes con modelos con Peinados diferentes: Hay 3 imágenes (un 75%) de 'Recogido informal o despeinado', hay 9 imágenes (un 60%) de 'Recogido peinado', hay 5 imágenes (un 38%) de 'Suelto informal o despeinado', y finalmente, hay 10 imágenes (un 43%) de 'Suelto peinado' con el Estereotipo 'Cara Bonita'. Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Peinado							
	Recogido informal o despeinado		Recogido peinado		Suelto informal o despeinado		Suelto peinado	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	.	.	3	20%	3	23%	8	35%
Cara Bonita	3	75%	9	60%	5	38%	10	43%
Seductora	1	25%	2	13%	3	23%	1	4%
Femme fatale	2	15%	4	17%
Fragmento erótico	.	.	1	7%
Total	4	100%	15	100%	13	100%	23	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Peinado	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	14.91	12	0.2464

6.3.4.2. Peinado según Estereotipo (Pasiva/Activa)



En cada tipología de Peinado, la mayoría de imágenes corresponden a Estereotipo de tipo ‘Pasiva’ salvo en las imágenes con modelo con Peinado ‘Suelto informal o despeinado’ que tan solo 11 imágenes (un 37% para este tipo de Peinado) tienen el Estereotipo de tipo ‘Pasiva’.

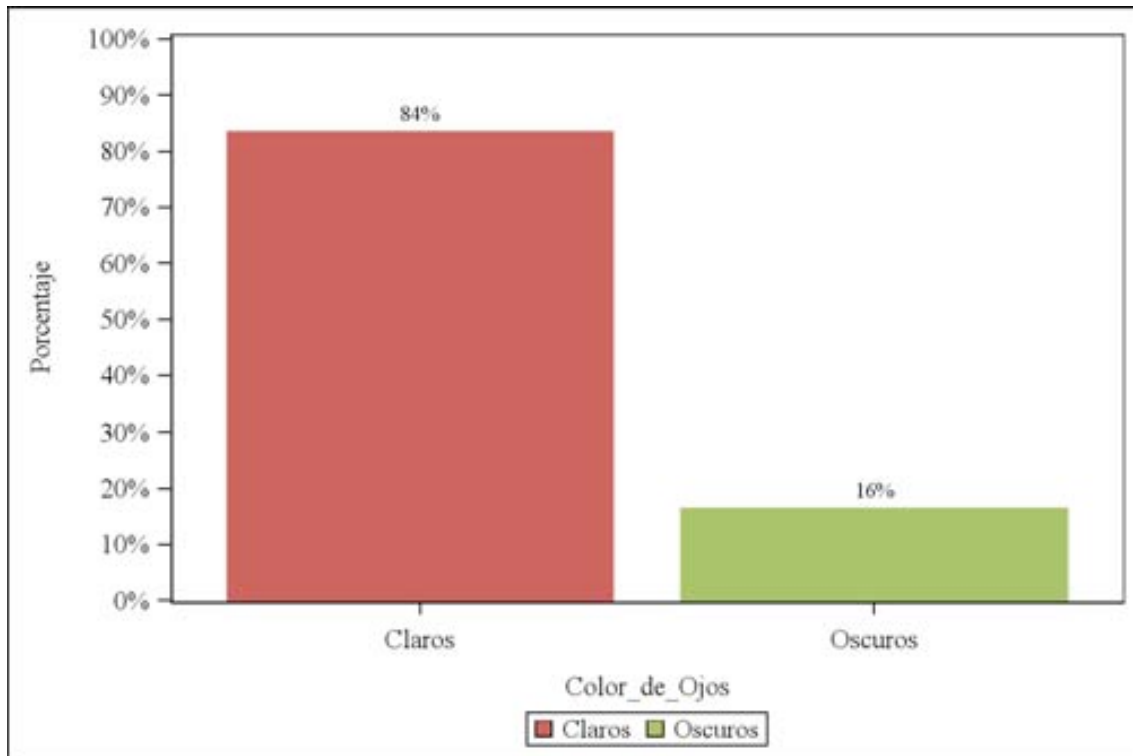
Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Peinado							
	Recogido informal o despeinado		Recogido peinado		Suelto informal o despeinado		Suelto peinado	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	5	71%	12	67%	11	37%	19	63%
Activa	2	29%	6	33%	19	63%	11	37%
Total	7	100%	18	100%	30	100%	30	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Peinado Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	6.73	3	0.0810

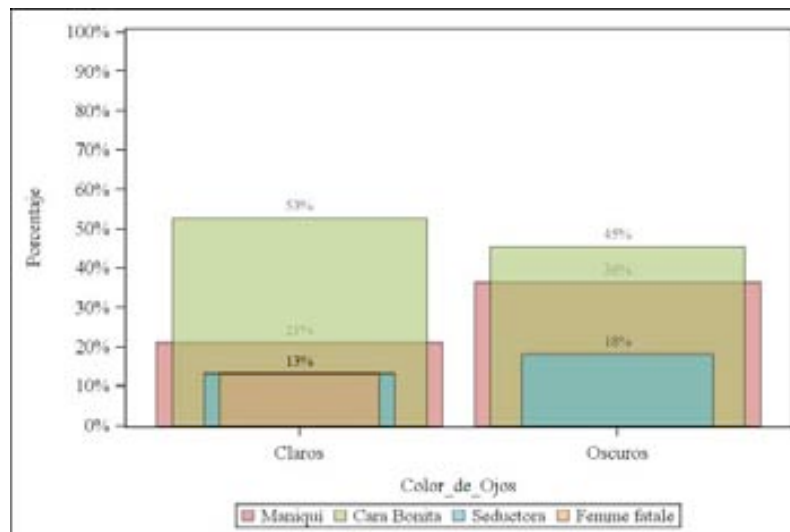
6.4. Ojos

6.4.1. Color_de_Ojos



Color_de_Ojos	N	%
Claros	66	84%
Oscuros	13	16%
Total	79	100%

6.4.1.1. Color_de_Ojos según Estereotipo



Observamos que sea cual sea el Color de los Ojos de las modelos el porcentaje de cada Estereotipo es muy similar

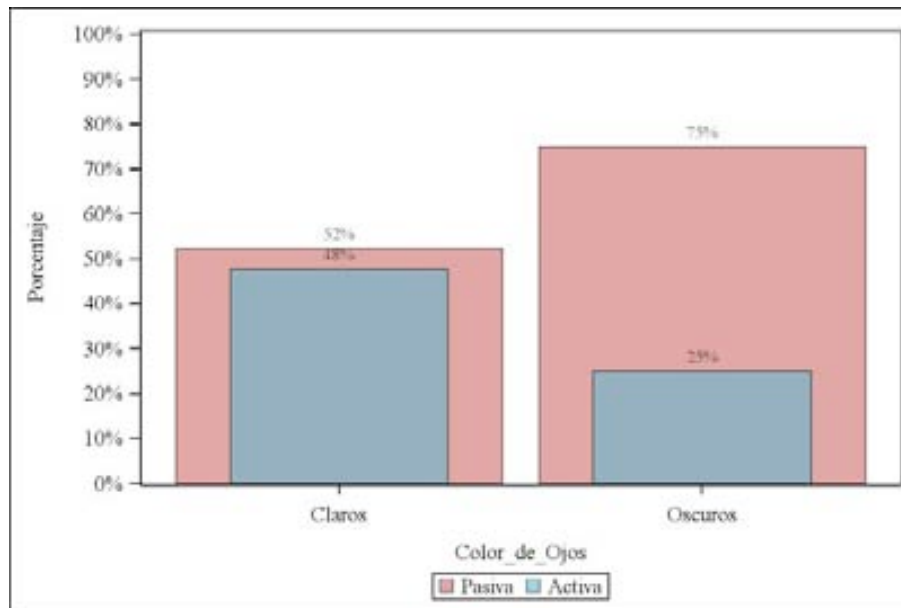
- Cara Bonita: un 21% de las imágenes de modelos con color de ojos 'Claros', un 36% de 'Oscuros'.
- Maniquí: un 21% de 'Claros' y un 36% de 'Oscuros'.
- Seductora: un 13% de 'Claros' y un 18% de 'Oscuros'.
- Femme fatale: un 13% de 'Claros' y no hay imágenes con este Estereotipo en 'Oscuros'.

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Color_de_Ojos			
	Claros		Oscuros	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	8	21%	4	36%
Cara Bonita	20	53%	5	45%
Seductora	5	13%	2	18%
Femme fatale	5	13%	.	.
Total	38	100%	11	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Color_de_Ojos	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	3.52	3 0.3187

6.4.1.2. Color_de_Ojos según Estereotipo (Pasiva/Activa)



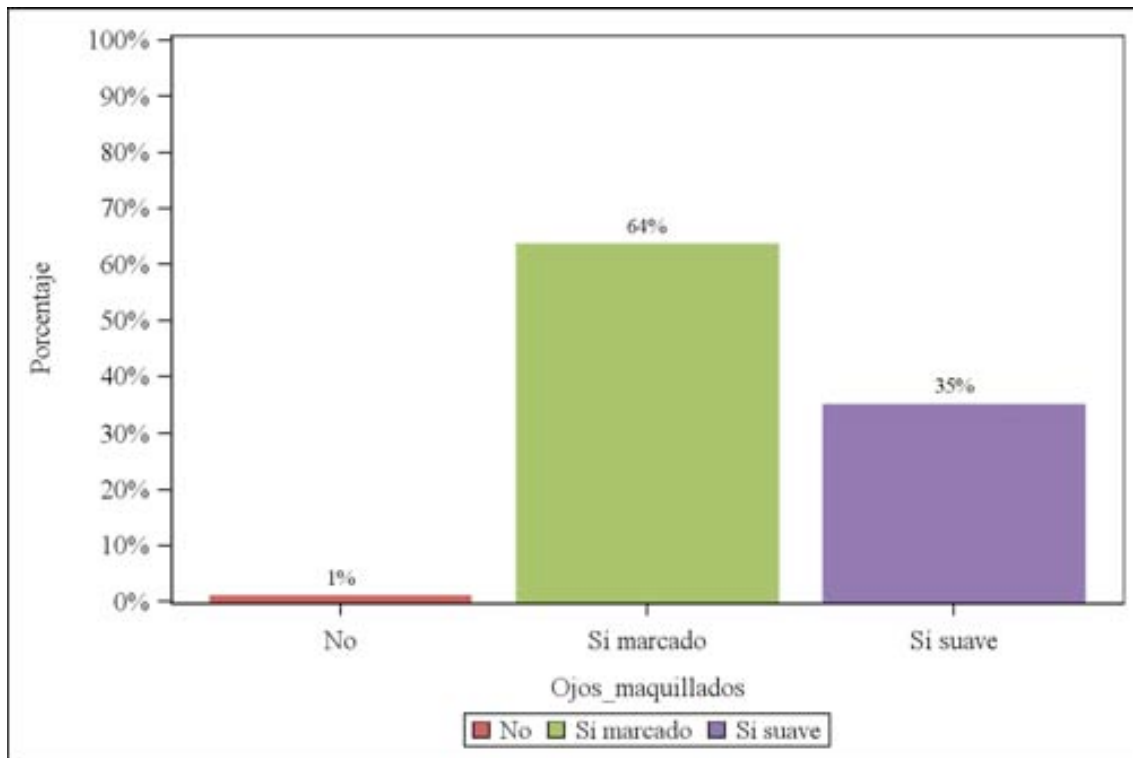
Observamos que de las imágenes con modelos con ojos ‘Claros’ se distribuyen casi al 50% entre Pasivas y Activas. En cambio, en las imágenes con color de ojos de la modelo ‘Oscuros’ hay un porcentaje mayor de imágenes con Estereotipo de tipo Pasiva (9 imágenes, 75%), aunque, para este color de ojos tan sólo hay 12 imágenes en toda la muestra.

Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Color_de_Ojos			
	Claros		Oscuros	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	33	52%	9	75%
Activa	30	48%	3	25%
Total	63	100%	12	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Color_de_Ojos	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	2.20	1 0.1380

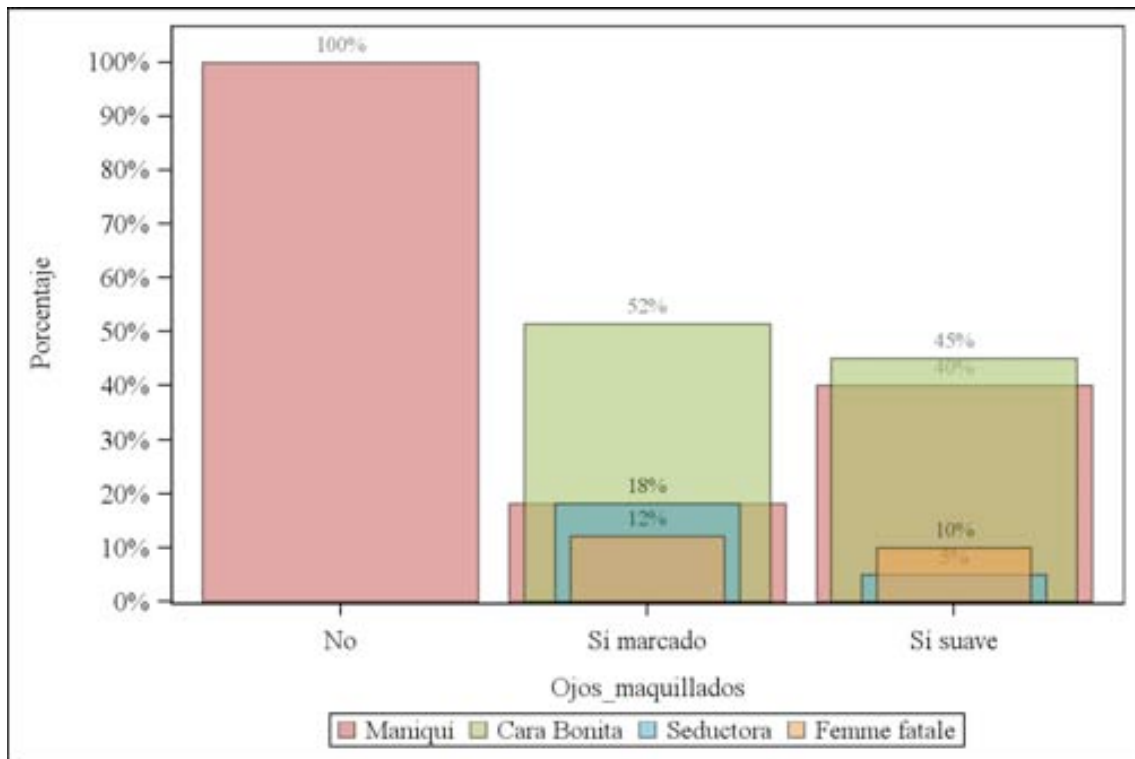
6.4.2. Ojos_maquillados



Ojos_maquillados	N	%
No	1	1%
Sí marcado	56	64%
Sí suave	31	35%
Total	88	100%

Tan sólo hay una imagen en la que los Ojos de la modelo no están maquillados. 56 imágenes (un 64%) en las que los ojos de la modelo están marcados. Finalmente, 31 imágenes (un 35%) presentan los ojos de la modelo maquillados de forma 'suave'.

6.4.2.1. Ojos_maquillados según Estereotipo

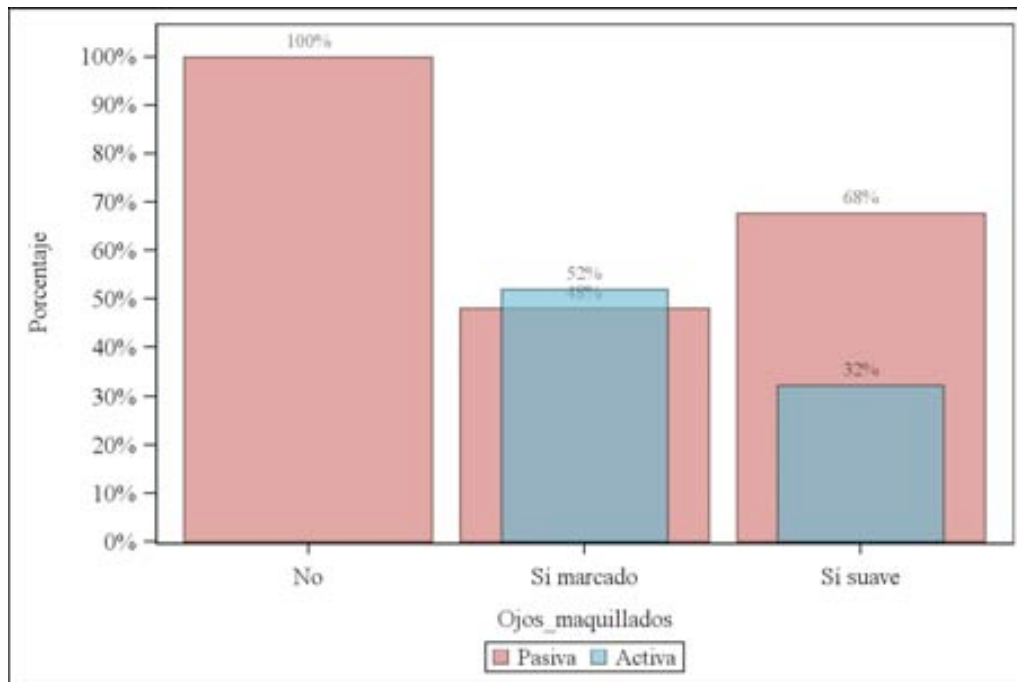


La imagen con la modelo sin los Ojos maquillados tiene asociado el Estereotipo 'Maniquí'. En las otras imágenes el Estereotipo más frecuente es Cara Bonita, con el 50% de las imágenes. Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Ojos_maquillados					
	No		Sí marcado		Sí suave	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	1	100%	6	18%	8	40%
Cara Bonita	.	.	17	52%	9	45%
Seductora	.	.	6	18%	1	5%
Femme fatale	.	.	4	12%	2	10%
Total	1	100%	33	100%	20	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Ojos_maquillados	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	6.82	6	0.3378

6.4.2.2. Ojos_maquillados según Estereotipo (Pasiva/Activa)

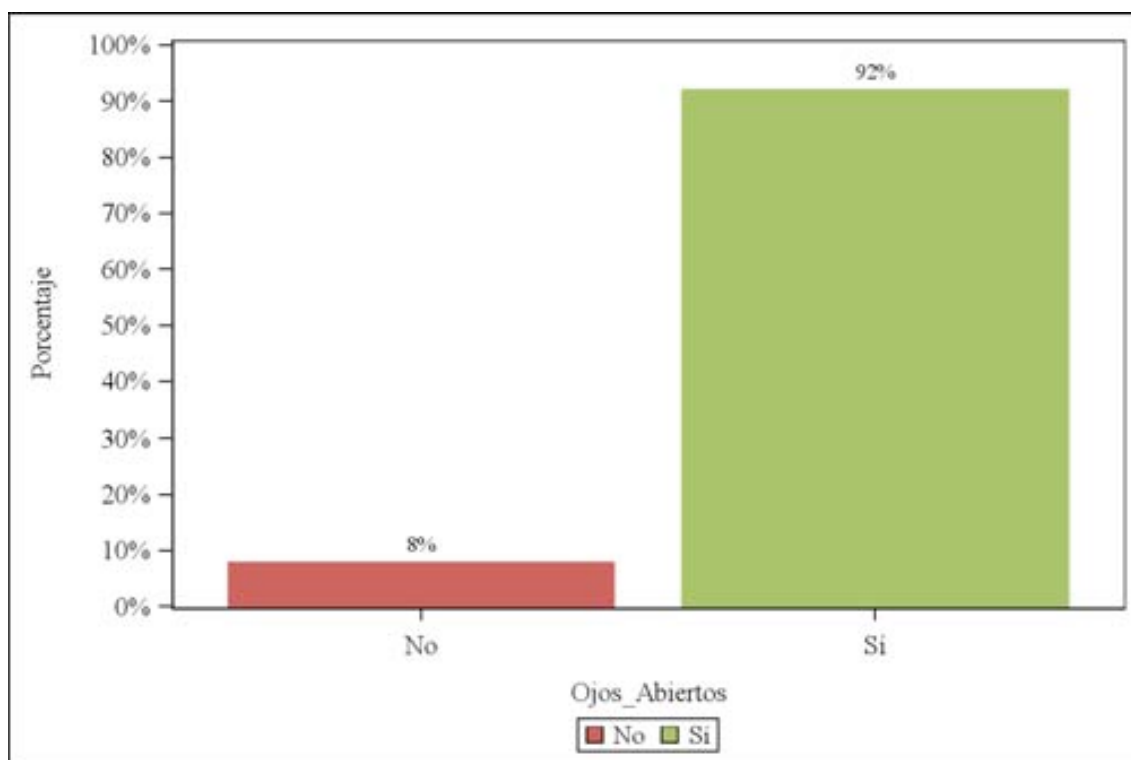


La imagen con la modelo sin los ojos maquillados tiene asociado el Estereotipo Pasiva. Las imágenes con modelos con los ojos maquillados 'Sí marcado' se reparten prácticamente al 50% entre imágenes Pasivas y Activas. Observamos que en las imágenes con 'Sí suave' en Ojos maquillados de las modelos, el número de imágenes con Estereotipo 'Pasiva' es 21, un 68% de las imágenes con este tipología de ojos maquillados. Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Ojos_maquillados					
	No		Sí marcado		Sí suave	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	1	100%	25	48%	21	68%
Activa	.	.	27	52%	10	32%
Total	1	100%	52	100%	31	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Ojos_maquillados	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	4.26	2	0.1189

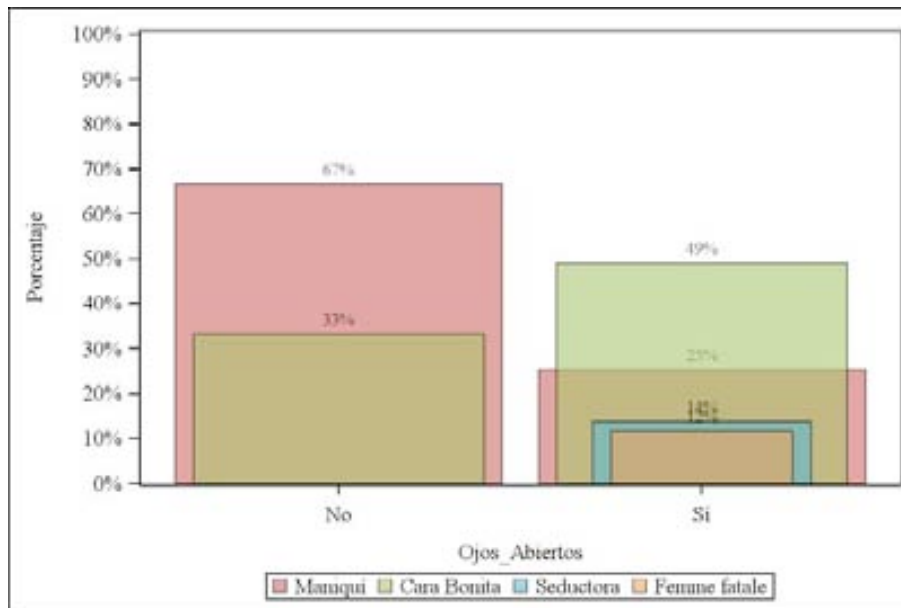
6.4.3. Ojos_Abiertos



Ojos_Abiertos	N	%
No	7	8%
Sí	81	92%
Total	88	100%

La mayor parte de las imágenes tienen la modelo con los Ojos Abiertos, 81 imágenes (92%).

6.4.3.1. Ojos_Abiertos según Estereotipo



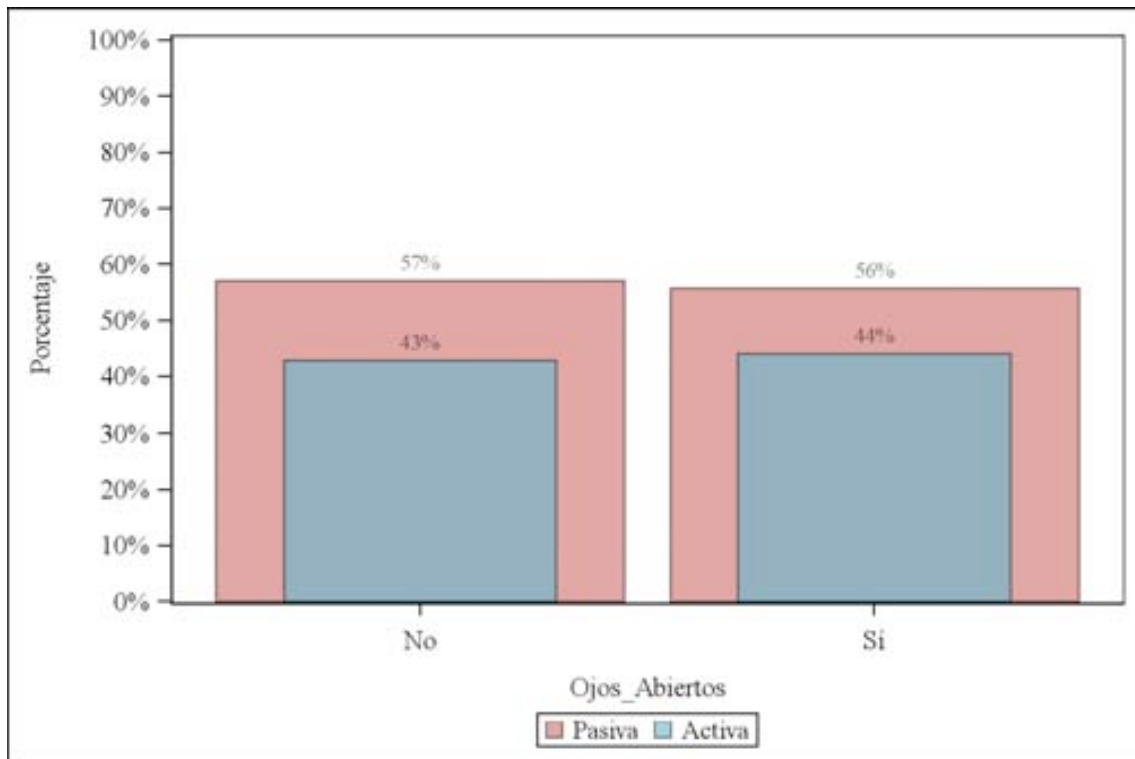
Observamos que tan sólo hay 3 imágenes que tienen las modelos con los ojos cerrados que tengan asociado algún Estereotipo: 2 (un 67%) tienen el Estereotipo 'Maniquí', y 1 (33%) tiene asociado el Estereotipo 'Cara Bonita'. La mayor parte de las imágenes tienen la modelo con los ojos abiertos y los porcentajes de imágenes según el Estereotipo se comportan como los generales: 25 imágenes 'Cara bonita' (49%), 13 'Maniquí' (25%), 7 'Seductora' (14%), 6 'Femme fatale' (12%).

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Ojos_Abiertos			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	2	67%	13	25%
Cara Bonita	1	33%	25	49%
Seductora	.	.	7	14%
Femme fatale	.	.	6	12%
Total	3	100%	51	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Ojos_Abiertos	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	2.91	3	0.4049

6.4.3.2. Ojos_Abiertos según Estereotipo (Pasiva/Activa)



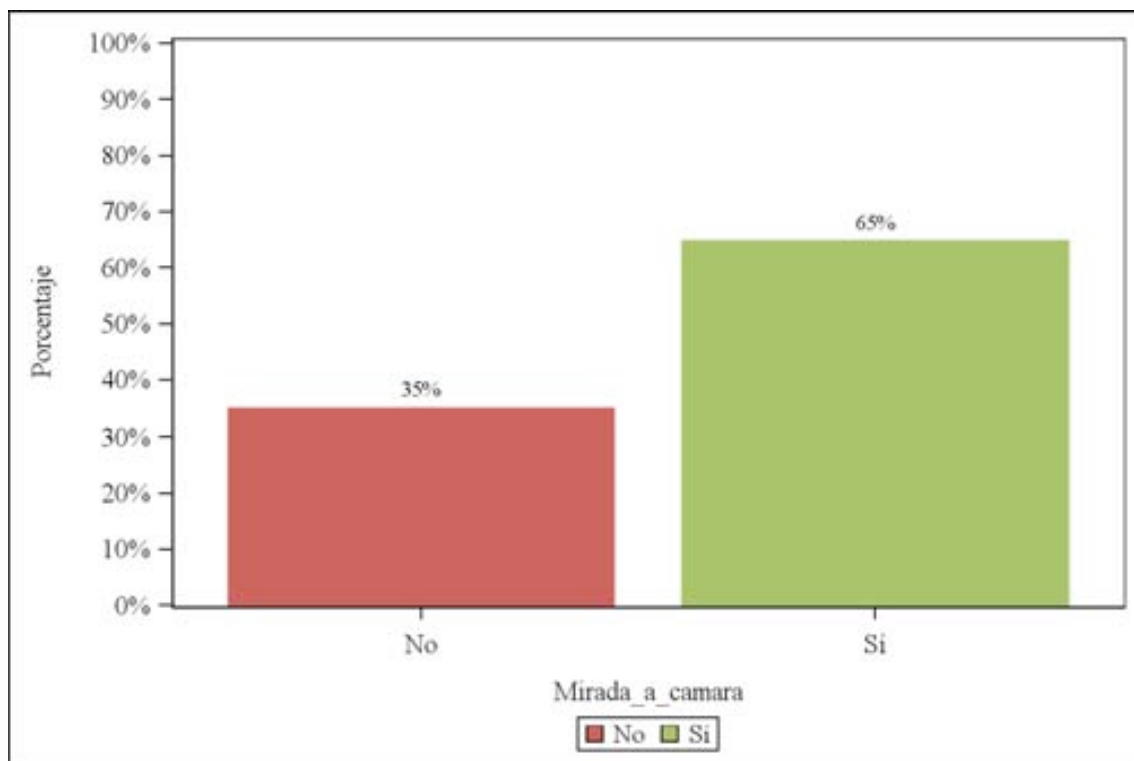
En este caso, observamos que no hay demasiada variación en el hecho de que las imágenes tengan modelos con los ojos abiertos y el tipo de Estereotipo (Pasiva, Activa). Un 56-57% de las imágenes tienen Estereotipo 'Pasiva', y un 43-44% de las imágenes tienen Estereotipo 'Activa' en todas las imágenes, las que tienen el modelo con los ojos abiertos, y las que no.

Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Ojos_Abiertos			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	4	57%	43	56%
Activa	3	43%	34	44%
Total	7	100%	77	100%

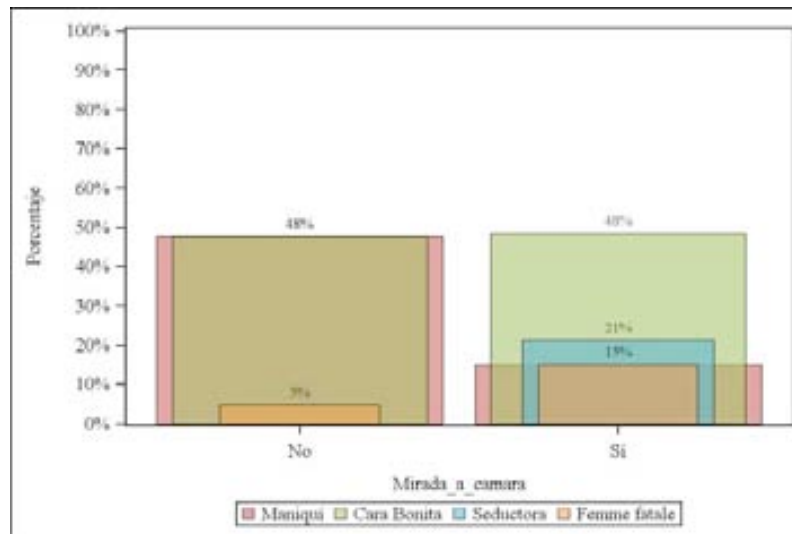
variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Ojos_Abiertos	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	0.00	1	0.9471

6.4.4. Mirada_a_camara



Mirada_a_camara	N	%
No	31	35%
Si	57	65%
Total	88	100%

6.4.4.1. Mirada_a_camara según Estereotipo



De las imágenes con modelos con 'Mirada a cámara' un 48% tienen el Estereotipo 'Cara Bonita' (16 imágenes), 7 (un 21%) tienen el Estereotipo 'Seductora', y el resto se reparten a partes iguales entre 'Maniquí' y 'Femme fatale' (5 imágenes; 15%).

Las imágenes con modelos que no miran a cámara: 10 (un 48%) tienen el Estereotipo 'Cara Bonita', 10 (un 48%) tienen el Estereotipo 'Maniquí', y 1 (un 5%) tiene el Estereotipo 'Femme fatale'.

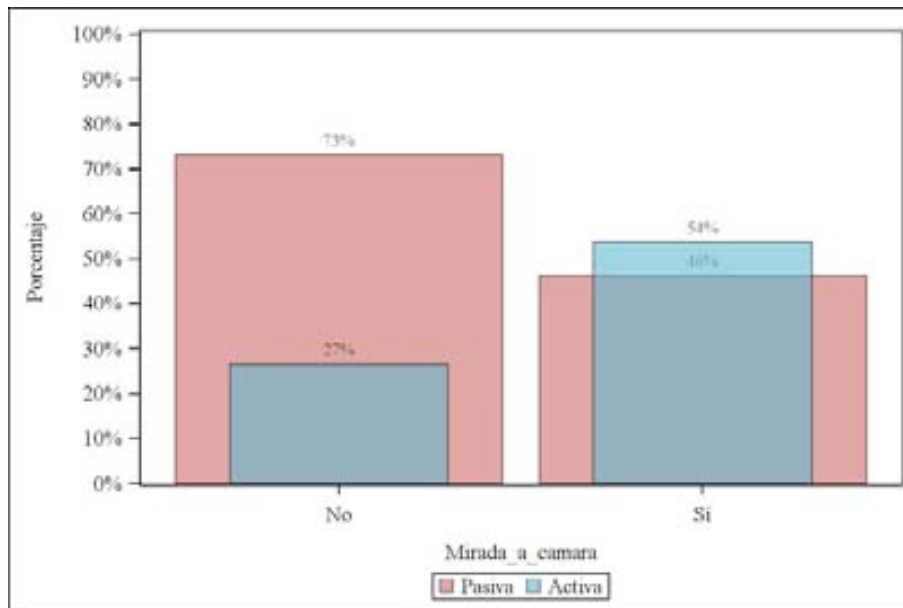
Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Mirada_a_camara			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	10	48%	5	15%
Cara Bonita	10	48%	16	48%
Seductora	.	.	7	21%
Femme fatale	1	5%	5	15%
Total	21	100%	33	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Mirada_a_camara	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	13.02	3	0.0046 *

Existen diferencias estadísticamente significativas en Mirada_a_camara según el Estereotipo de la imagen (LR - Chi-Square Test= 13.02; p_valor=0.0046). Observamos que las imágenes con mujeres que no miran a cámara tienen un porcentaje muy alto de imágenes con Estereotipo 'Maniquí'.

6.4.4.2. Mirada_a_camara según Estereotipo (Pasiva/Activa)



22 (un 73%) imágenes con modelos que no miran a cámara tienen asociado el Estereotipo 'Pasiva'. De las imágenes con mirada a cámara, hay 25 (un 46%) con Estereotipo 'Pasiva'. Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

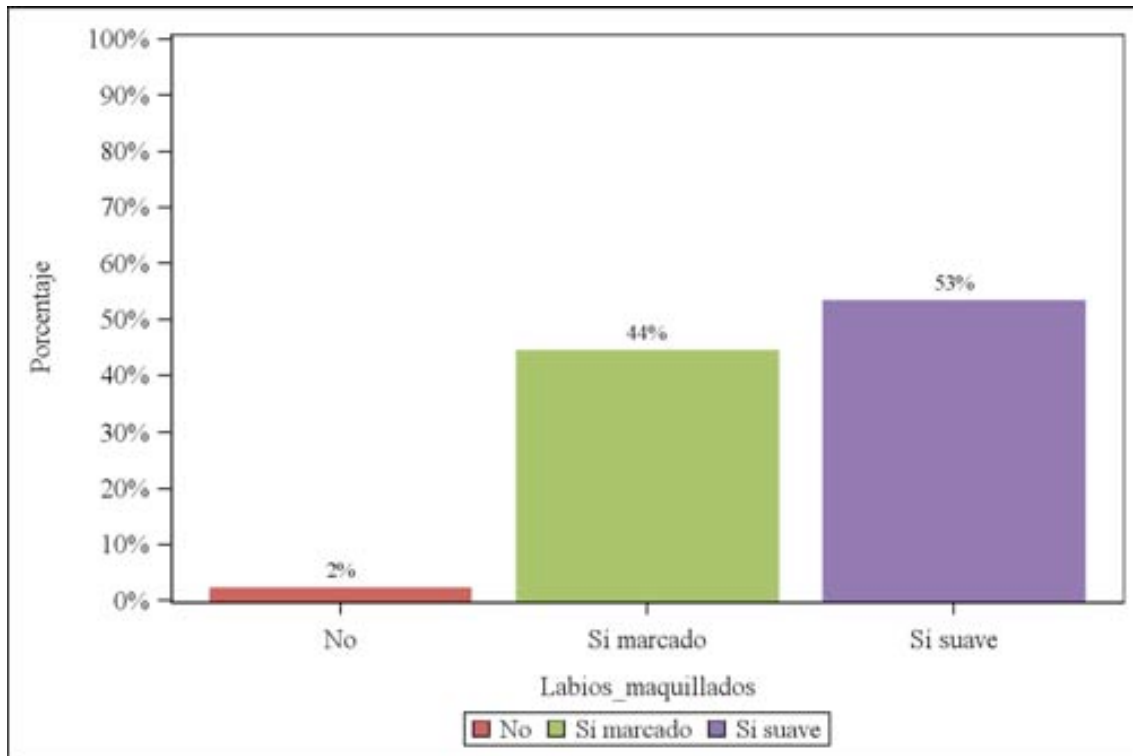
Estereotipo (Pasiva/Activa)	Mirada_a_camara			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	22	73%	25	46%
Activa	8	27%	29	54%
Total	30	100%	54	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Mirada_a_camara (Pasiva/Activa)	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	5.90	1 0.0152 *

Existen diferencias estadísticamente significativas en Mirada_a_camara según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (LR - Chi-Square Test= 5.90; p_valor=0.0152). El porcentaje de imágenes 'Pasiva' en imágenes con modelos que no miran a cámara es superior que en las imágenes con modelos que miran a cámara.

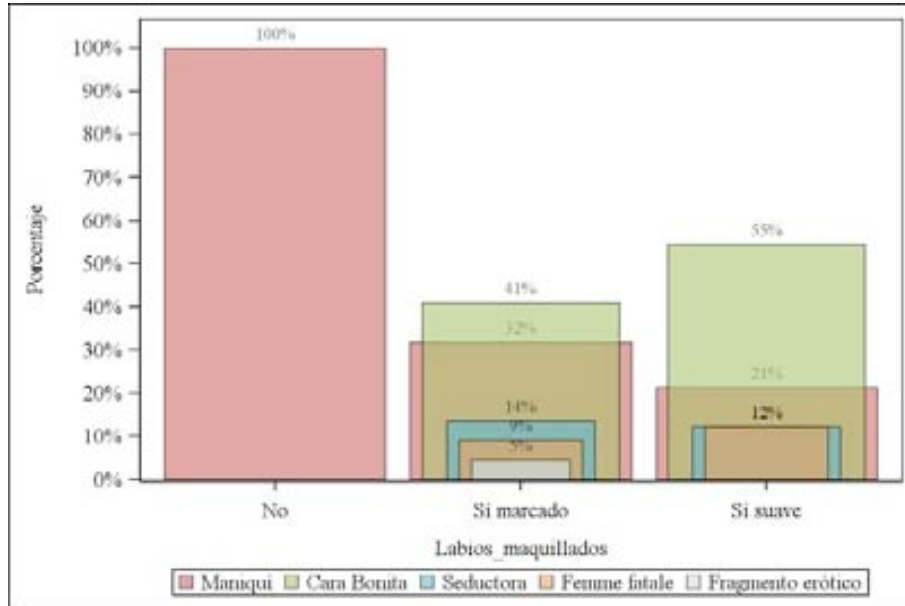
6.5. Labios

6.5.1. Labios_maquillados



Labios_maquillados	N	%
No	2	2%
Sí marcado	40	44%
Sí suave	48	53%
Total	90	100%

6.5.1.1. Labios_maquillados según Estereotipo

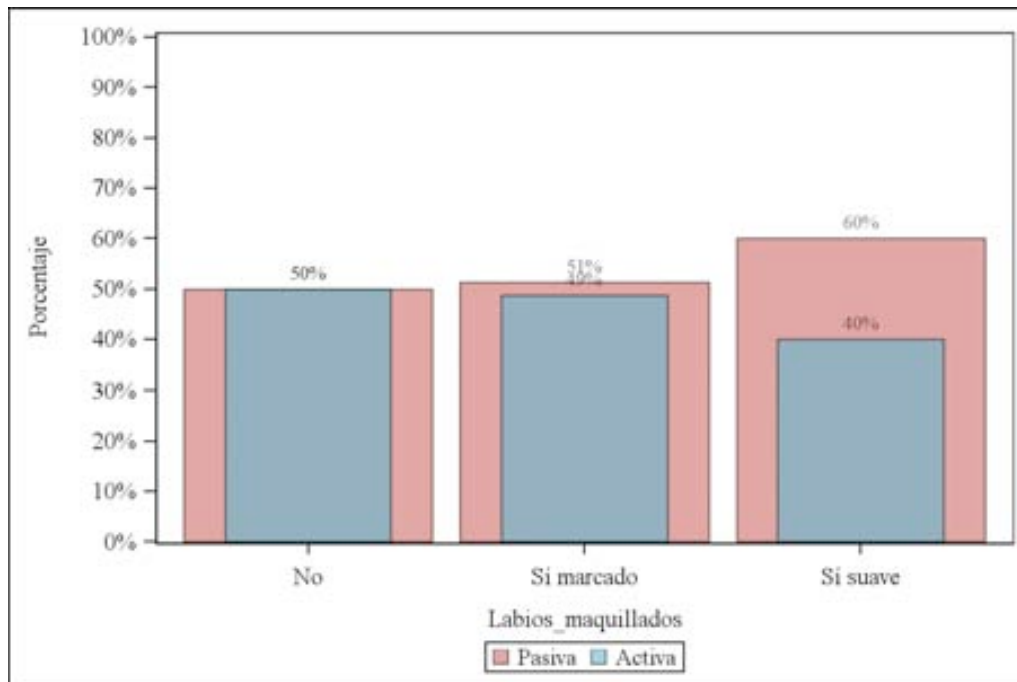


Tan sólo hay 1 imagen en que la modelo no tiene los labios maquillados y tiene el Estereotipo 'Maniqui'. Las otras imágenes se dividen en si los labios de la modelo 'Sí marcado' y 'Sí suave'. En ambos casos el Estereotipo mayoritario es 'Cara Bonita'. El segundo Estereotipo mayoritario es 'Maniqui'. Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Labios_maquillados					
	No		Sí marcado		Sí suave	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	1	100%	7	32%	7	21%
Cara Bonita	.	.	9	41%	18	55%
Seductora	.	.	3	14%	4	12%
Femme fatale	.	.	2	9%	4	12%
Fragmento erótico	.	.	1	5%	.	.
Total	1	100%	22	100%	33	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Labios_maquillados	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	5.74	8	0.6766

6.5.1.2. Labios_maquillados según Estereotipo (Pasiva/Activa)



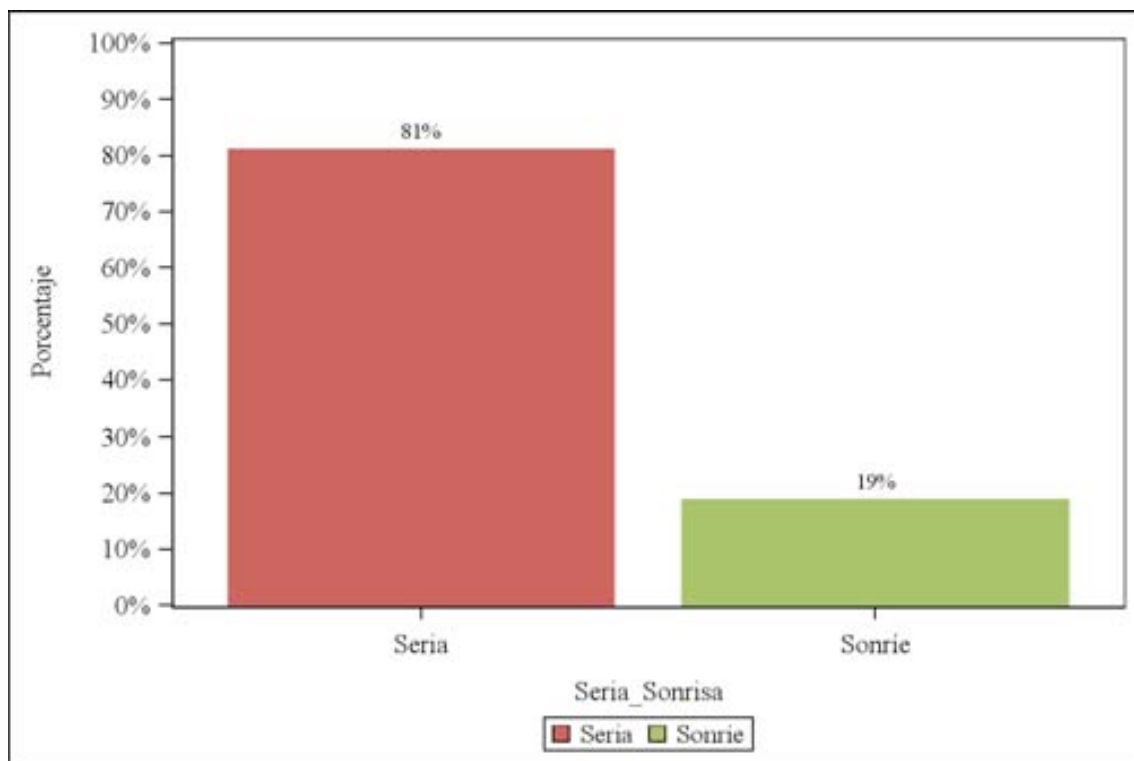
Hay 2 imágenes con las modelos sin los labios maquillados, vemos que una imagen tiene el Estereotipo 'Pasiva' y la otra 'Activa'. De las imágenes con las modelos con los labios maquillados: 'Sí marcado', 'Sí suave' hay un 50-60% de imágenes 'Pasiva' y un 50-40% de imágenes 'Activa'.

Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Labios_maquillados					
	No		Sí marcado		Sí suave	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	1	50%	20	51%	27	60%
Activa	1	50%	19	49%	18	40%
Total	2	100%	39	100%	45	100%

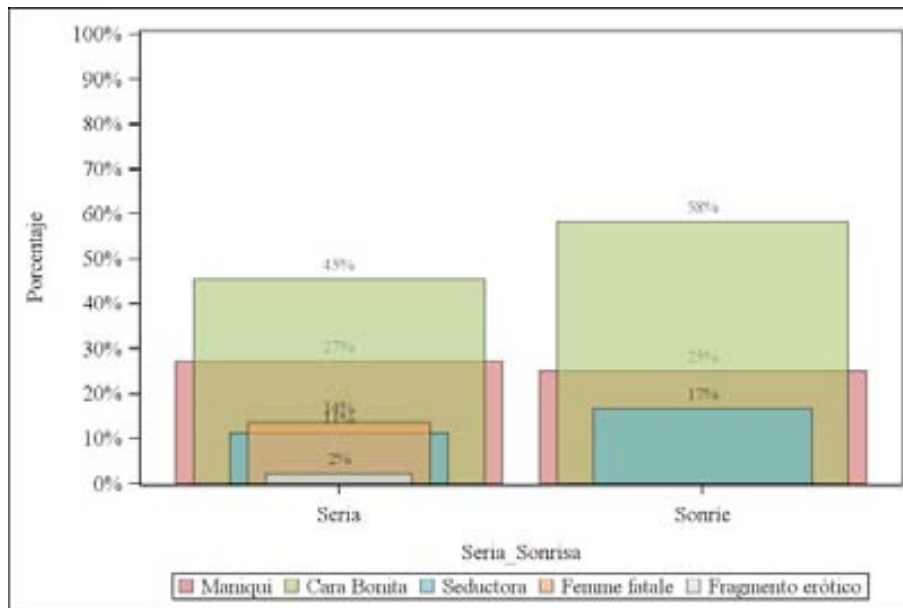
variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Labios_maquillados (Pasiva/Activa)	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	0.67	2	0.7145

6.5.2. Seria_Sonrisa



Seria_Sonrisa	N	%
Seria	73	81%
Sonrie	17	19%
Total	90	100%

6.5.2.1. Seria_Sonrisa según Estereotipo



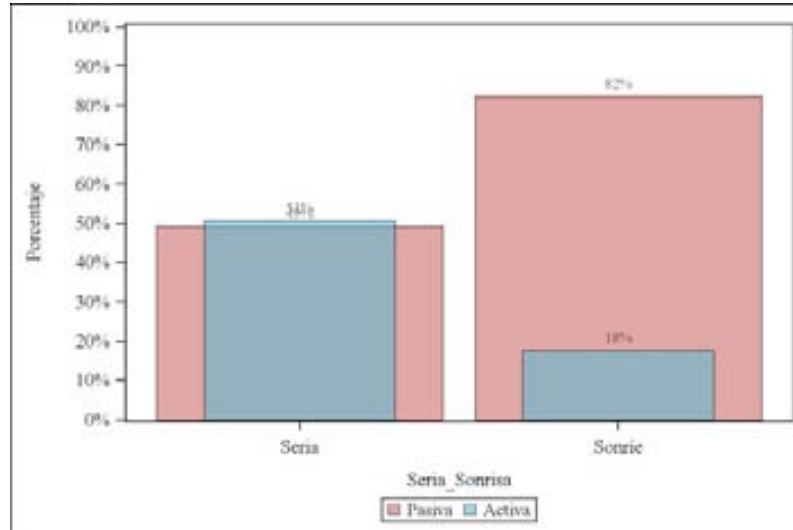
Observamos que las imágenes pueden ser con la modelo ‘Seria’ o ‘Sonríe’, en ambos casos, los Estereotipos de dichas imágenes se reparten entre las categorías de forma similar.

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Seria_Sonrisa			
	Seria		Sonríe	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	12	27%	3	25%
Cara Bonita	20	45%	7	58%
Seductora	5	11%	2	17%
Femme fatale	6	14%	.	.
Fragmento erótico	1	2%	.	.
Total	44	100%	12	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Seria_Sonrisa	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	3.90	4 0.4194

6.5.2.2. Seria_Sonrisa según Estereotipo (Pasiva/Activa)



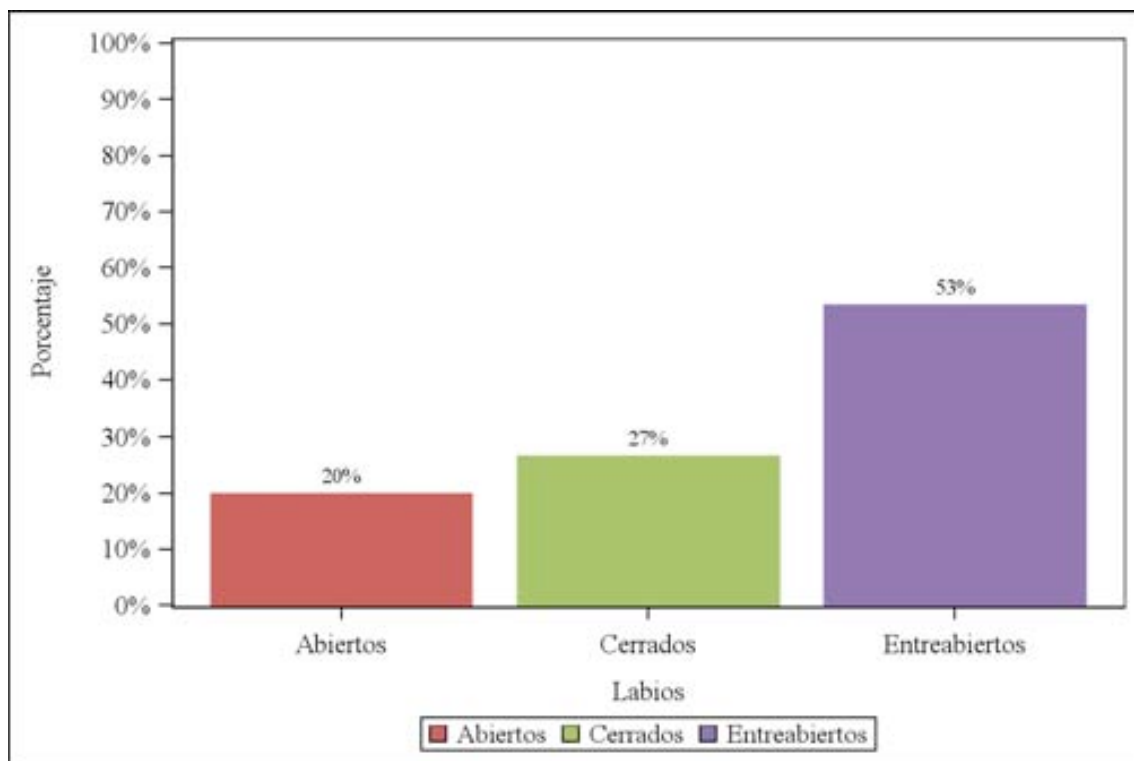
En el momento que cruzamos la característica Seria_Sonrisa con el tipo de Estereotipo (Pasiva/Activa) observamos que en las imágenes con la modelo ‘Seria’ se reparten al 50% entre ‘Pasiva’ y ‘Activa’. En cambio, cuando la modelo ‘Sonríe’ el porcentaje de imágenes ‘Pasiva’ es mayor (14 imágenes, 82%). Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el ‘Informe elección de Estereotipos de las imágenes’.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Seria_Sonrisa			
	Seria		Sonríe	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	34	49%	14	82%
Activa	35	51%	3	18%
Total	69	100%	17	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Seria_Sonrisa (Pasiva/Activa)	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	6.57	1 0.0104 *

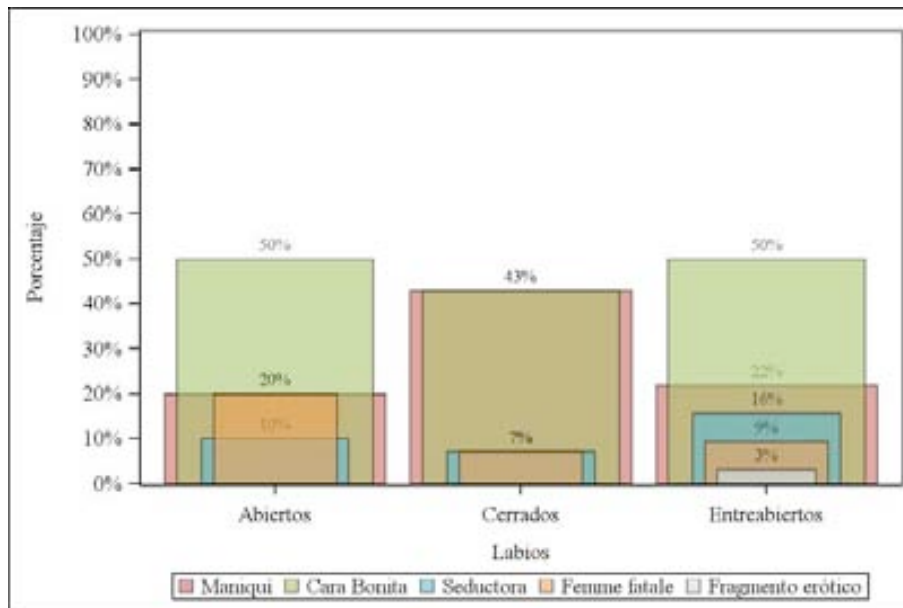
Existen diferencias estadísticamente significativas en Seria_Sonrisa según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (LR - Chi-Square Test= 6.57; p_valor=0.0104). Siendo mayor el porcentaje de imágenes ‘Pasiva’ en imágenes con la modelo que ‘Sonríe’.

6.5.3. Labios



Labios	N	%
Abiertos	18	20%
Cerrados	24	27%
Entreabierto	48	53%
Total	90	100%

6.5.3.1. Labios según Estereotipo



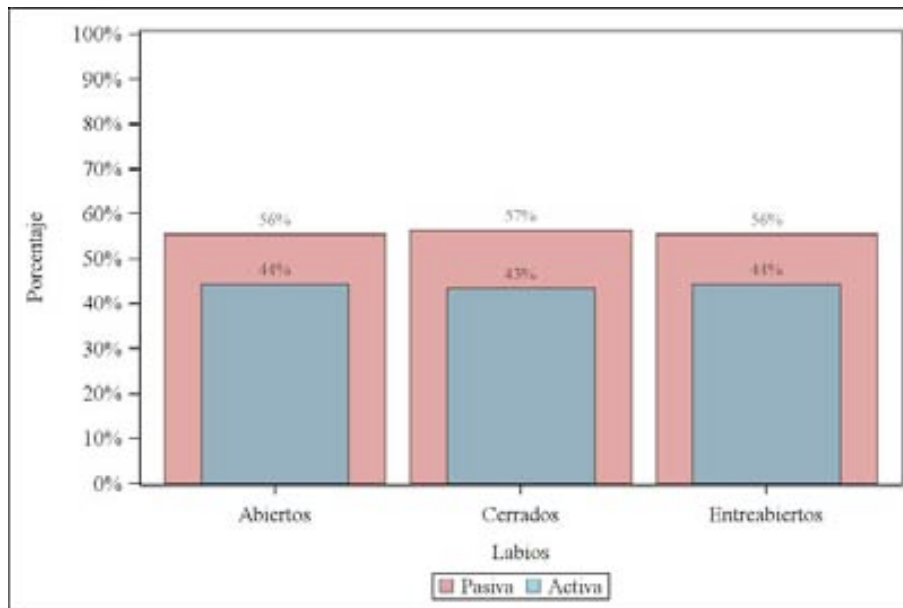
Observamos que las imágenes con las modelos con los labios ‘Abiertos’, ‘Cerrados’ o ‘Entreabiertos’ se dividen de forma similar entre los Estereotipos de dichas imágenes, siendo ‘Cara Bonita’ la más frecuente y ‘Maniquí’ la segunda más frecuente.

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Labios					
	Abiertos		Cerrados		Entreabiertos	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	2	20%	6	43%	7	22%
Cara Bonita	5	50%	6	43%	16	50%
Seductora	1	10%	1	7%	5	16%
Femme fatale	2	20%	1	7%	3	9%
Fragmento erótico	1	3%
Total	10	100%	14	100%	32	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Labios	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	4.42	8	0.8174

6.5.3.2. Labios según Estereotipo (Pasiva/Activa)



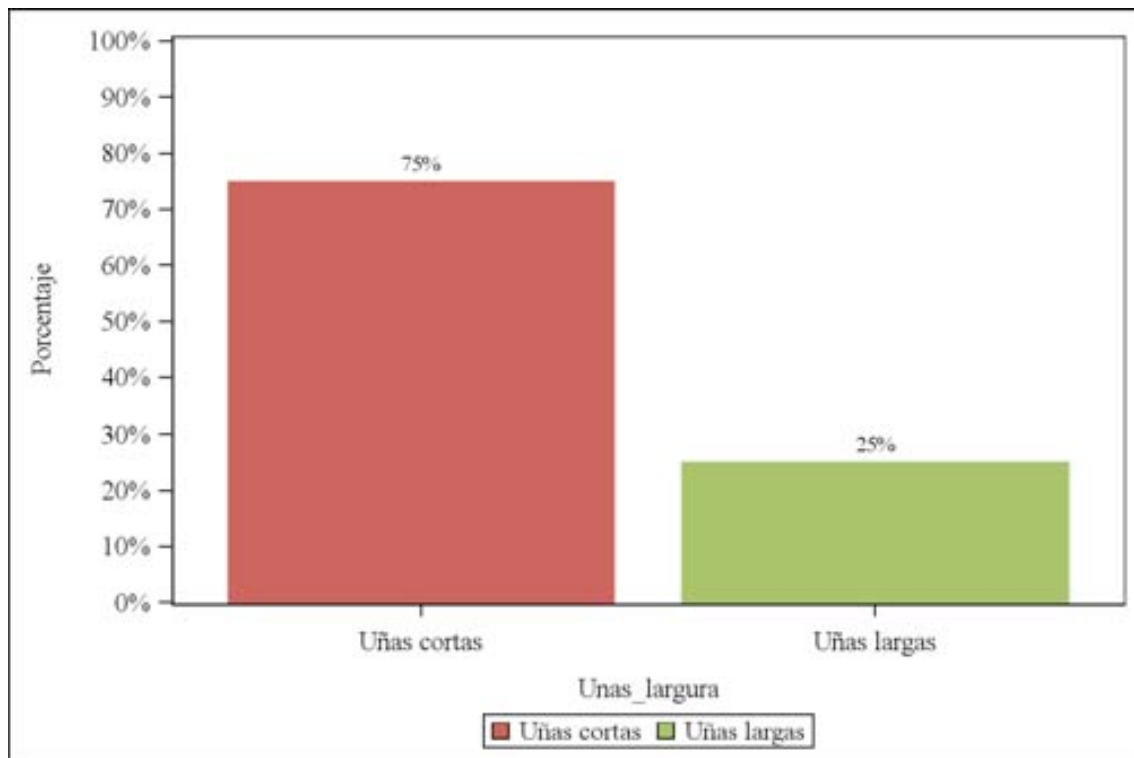
En los tres tipos de la forma que la modelo tiene los labios ('Abiertos', 'Cerrados', 'Entreabiertos') las imágenes se dividen de forma similar entre los Estereotipos 'Pasiva' y 'Activa'. Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Labios					
	Abiertos		Cerrados		Entreabiertos	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	10	56%	13	57%	25	56%
Activa	8	44%	10	43%	20	44%
Total	18	100%	23	100%	45	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Labios Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	0.01	2	0.9968

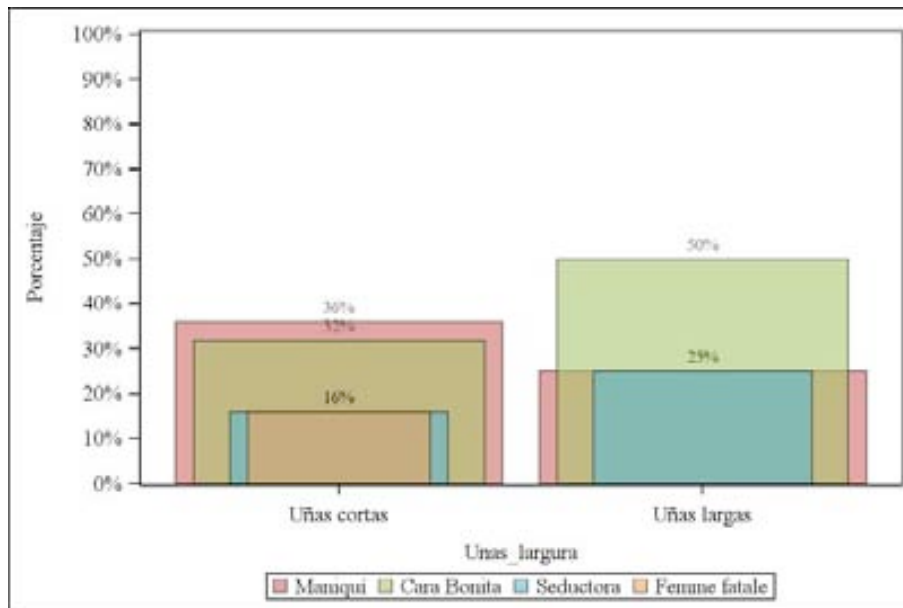
6.6. Uñas

6.6.1. Unas_largura



Unas_largura	N	%
Uñas cortas	45	75%
Uñas largas	15	25%
Total	60	100%

6.6.1.1. Unas_largura según Estereotipo

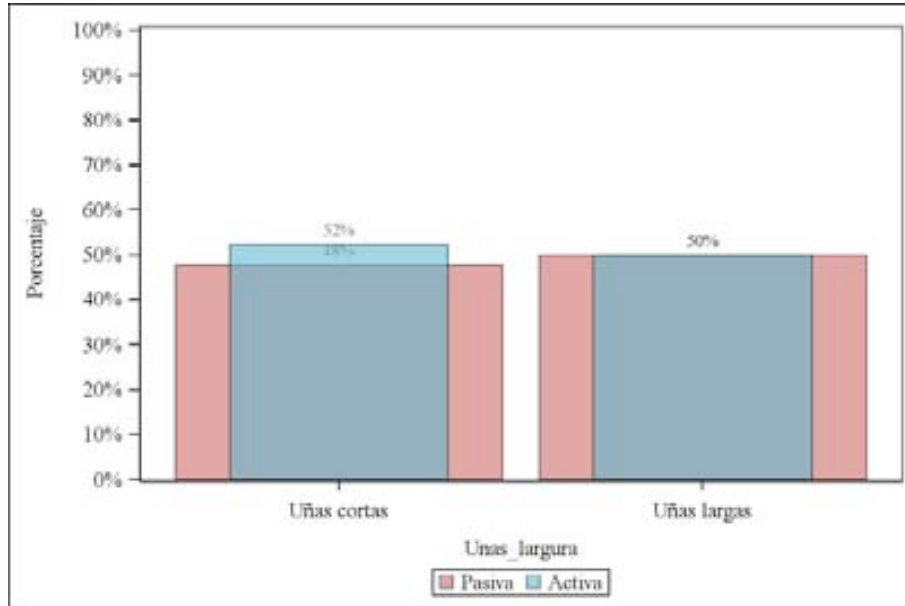


8 imágenes de las mujeres con ‘Uñas cortas’ tienen el Estereotipo ‘Cara Bonita’, representan el 32% del total de imágenes de las mujeres con ‘Uñas cortas’, 9 (un 36%) tienen el Estereotipo ‘Maniquí’. En las imágenes de las mujeres con ‘Uñas largas’: 4 (un 50%) tienen el Estereotipo ‘Cara Bonita’, 2 (un 25%) tienen el Estereotipo ‘Maniquí’, y el resto (2 que representan un 25%) tienen el Estereotipo ‘Seductora’. Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Unas_largura			
	Uñas cortas		Uñas largas	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	9	36%	2	25%
Cara Bonita	8	32%	4	50%
Seductora	4	16%	2	25%
Femme fatale	4	16%	.	.
Total	25	100%	8	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Unas_largura	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	3.21	3 0.3605

6.6.1.2. Unas_largura según Estereotipo (Pasiva/Activa)

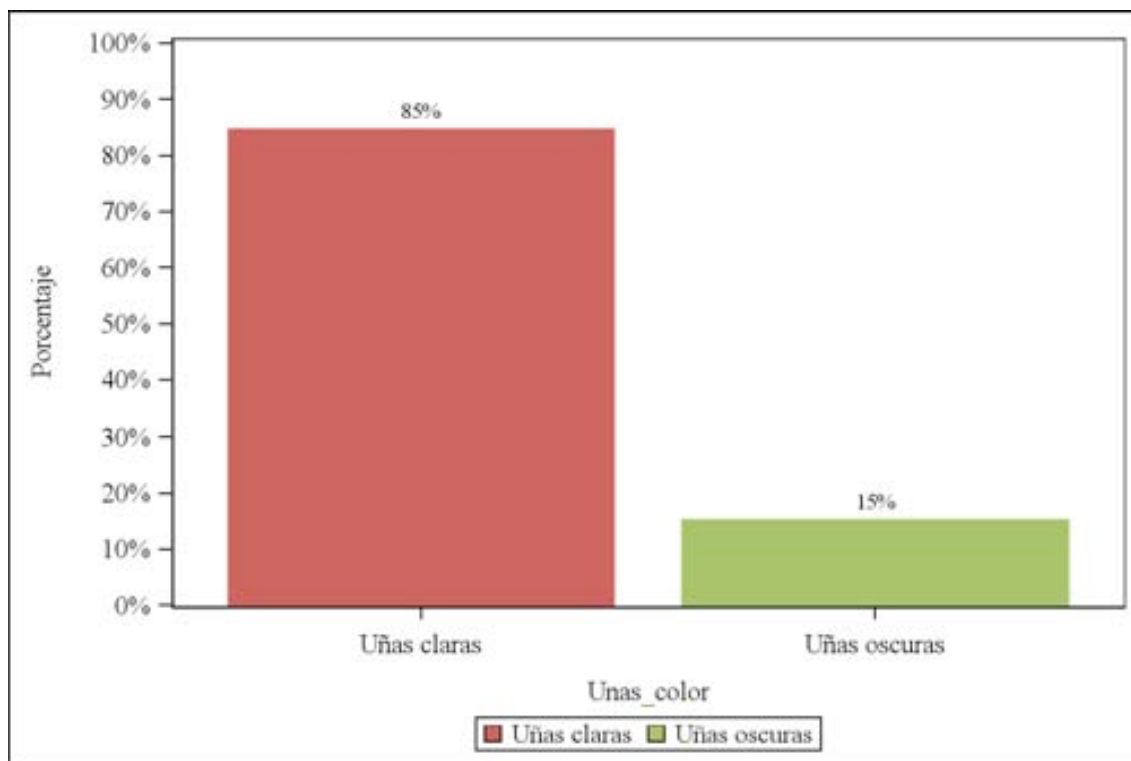


Las imágenes según si la modelo tiene las ‘Uñas cortas’ o ‘Uñas largas’ se distribuyen de forma similar entre ‘Activa’ y ‘Pasiva’, en ambos casos, cerca del 50% de las imágenes en cada tipo de Estereotipo. Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Unas_largura			
	Uñas cortas		Uñas largas	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	21	48%	7	50%
Activa	23	52%	7	50%
Total	44	100%	14	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Unas_largura (Pasiva/Activa)	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	0.02	1	0.8822

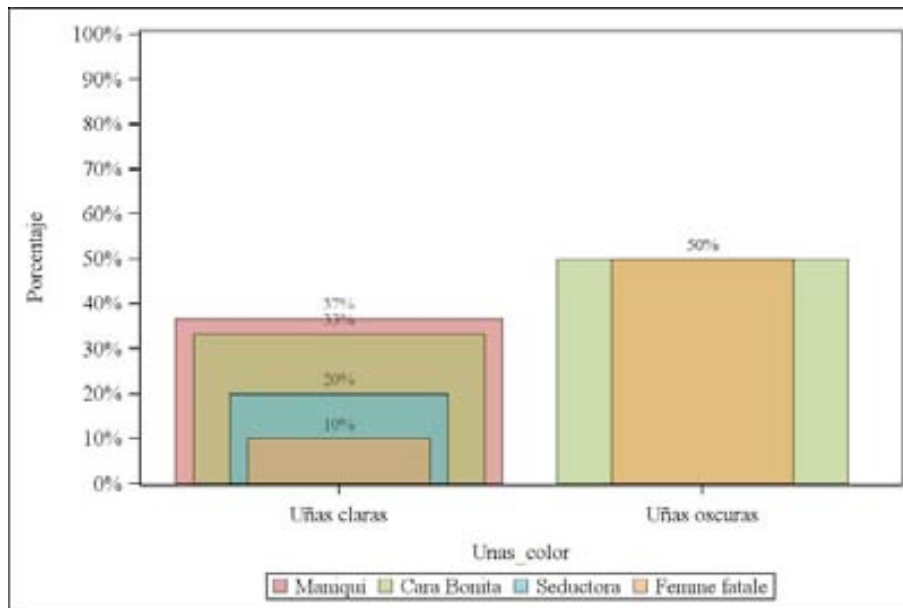
6.6.2. Unas_color



La mayor parte de las imágenes, las modelos tienen las 'Uñas claras' (50 imágenes, representando un 85% de las imágenes que tienen especificado si tienen uñas claras o oscuras).

Unas_color	N	%
Uñas claras	50	85%
Uñas oscuras	9	15%
Total	59	100%

6.6.2.1. Unas_color según Estereotipo



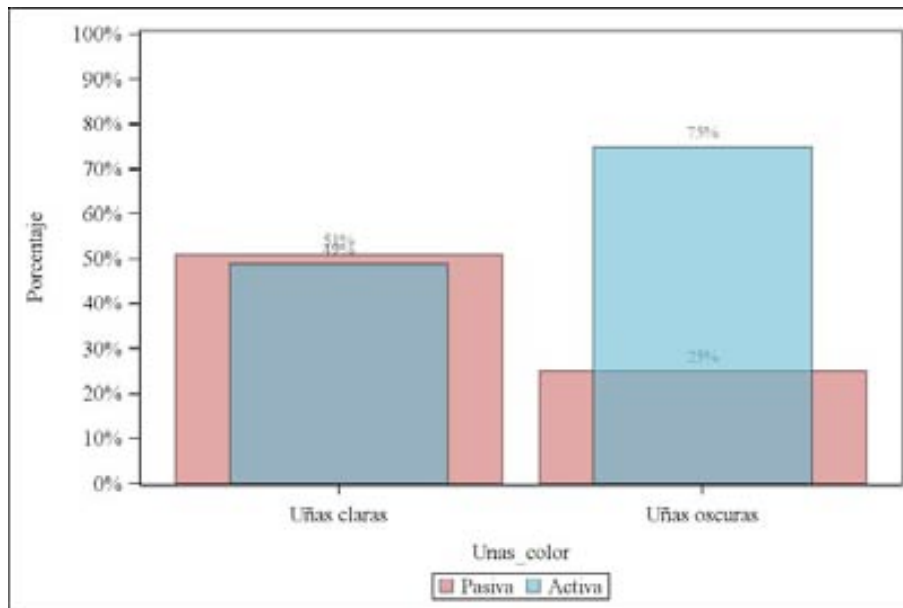
En esta ocasión, tan sólo hay 2 imágenes con la modelo con 'Uñas oscuras' que tengan especificado el Estereotipo de la imagen: una tiene 'Cara Bonita', la otra 'Femme fatale'.

Las imágenes con modelos con las 'Uñas claras' se reparten de la siguiente forma: 11 (un 37%) tienen el Estereotipo 'Maniquí', 10 (un 33%) tienen 'Cara Bonita', 6 (un 20%) 'Seductora' y 3 (un 10%) 'Femme fatale'. Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Unas_color			
	Uñas claras		Uñas oscuras	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	11	37%	.	.
Cara Bonita	10	33%	1	50%
Seductora	6	20%	.	.
Femme fatale	3	10%	1	50%
Total	30	100%	2	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Unas_color	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	3.76	3	0.2883

6.6.2.2. Unas_color según Estereotipo (Pasiva/Activa)



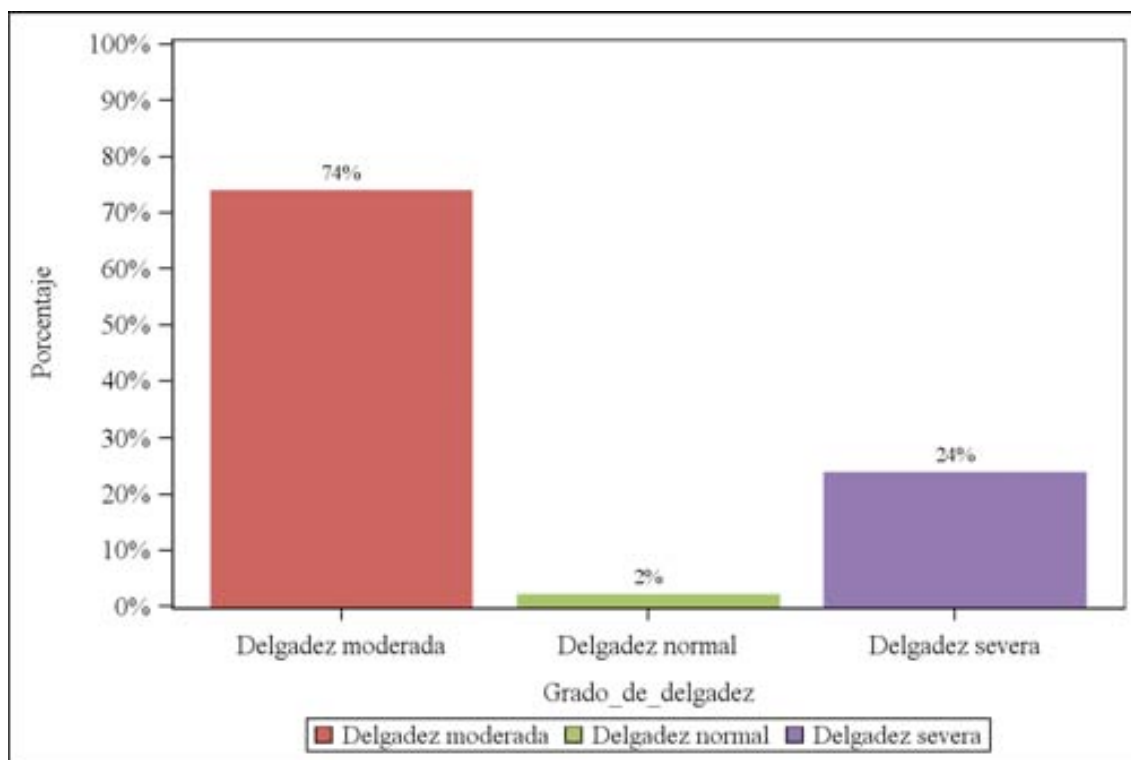
25 imágenes (un 51%) de modelos con las ‘Uñas claras’ tienen el Estereotipo ‘Pasiva’. En cambio, de las mujeres con ‘Uñas oscuras’ tan sólo hay 2 imágenes ‘Pasiva’ (un 25%), aunque hay pocas imágenes con ‘Uñas oscuras’.

Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Unas_color			
	Uñas claras		Uñas oscuras	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	25	51%	2	25%
Activa	24	49%	6	75%
Total	49	100%	8	100%

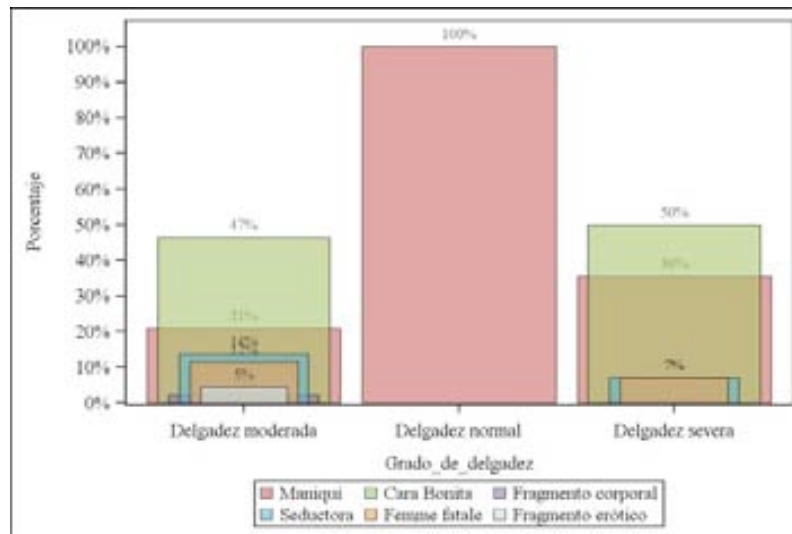
variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Unas_color Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	1.96	1	0.1620

6.7. Grado_de_delgadez



Grado_de_delgadez	N	%
Delgadez moderada	68	74%
Delgadez normal	2	2%
Delgadez severa	22	24%
Total	92	100%

6.7.1. Grado_de_delgadez según Estereotipo

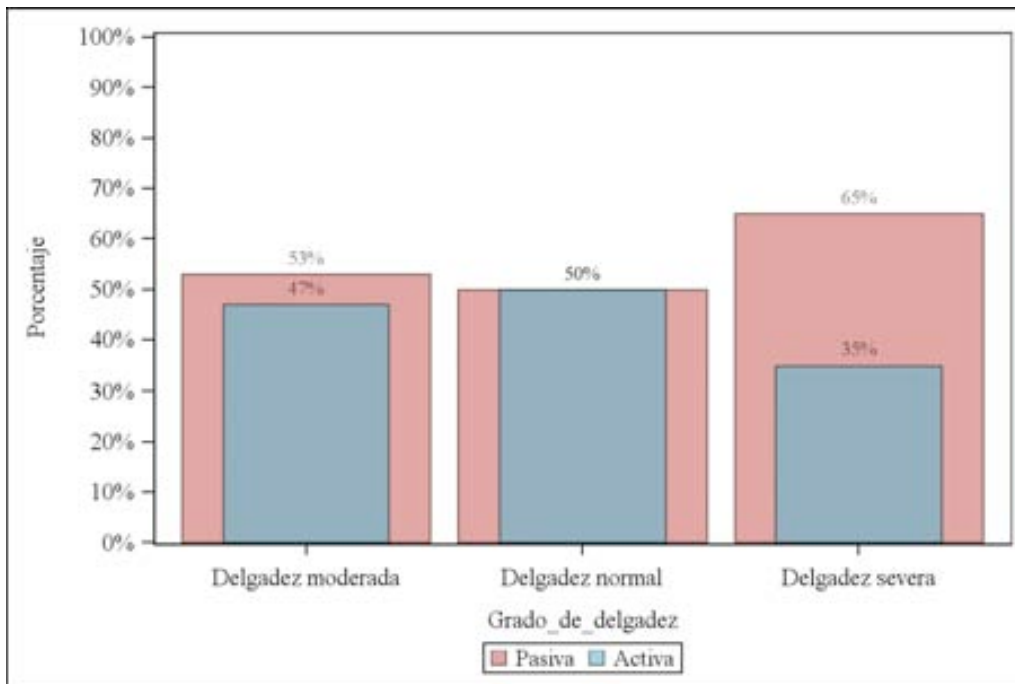


Tan sólo hay una imagen de una modelo con 'Delgadez normal' que corresponde a 'Maniquí'. De las imágenes de modelos con 'Delgadez severa': 7 (un 50%) tienen 'Cara Bonita', 5 (un 36%) tienen 'Maniquí', 1 'Seductora' y 1 'Femme fatale'. Las imágenes con modelos con 'Delgadez moderada' son las más abundantes y tienen todos los Estereotipos, 20 de ellas (un 47%) tienen 'Cara Bonita', 9 (un 21%) son 'Maniquí'. Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Grado_de_delgadez					
	Delgadez moderada		Delgadez normal		Delgadez severa	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	9	21%	1	100%	5	36%
Cara Bonita	20	47%	.	.	7	50%
Fragmento corporal	1	2%
Seductora	6	14%	.	.	1	7%
Femme fatale	5	12%	.	.	1	7%
Fragmento erótico	2	5%
Total	43	100%	1	100%	14	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Grado_de_delgadez	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	6.01 10	0.8148

6.7.2. Grado_de_delgadez según Estereotipo (Pasiva/Activa)



Un 53% de las imágenes (35 imágenes) con modelos con ‘Delgadez moderada’ tienen Estereotipo ‘Pasiva’.

Hay dos imágenes con modelos con ‘Delgadez normal’, cada una se corresponde a un tipo de Estereotipo (‘Pasiva’, ‘Activa’).

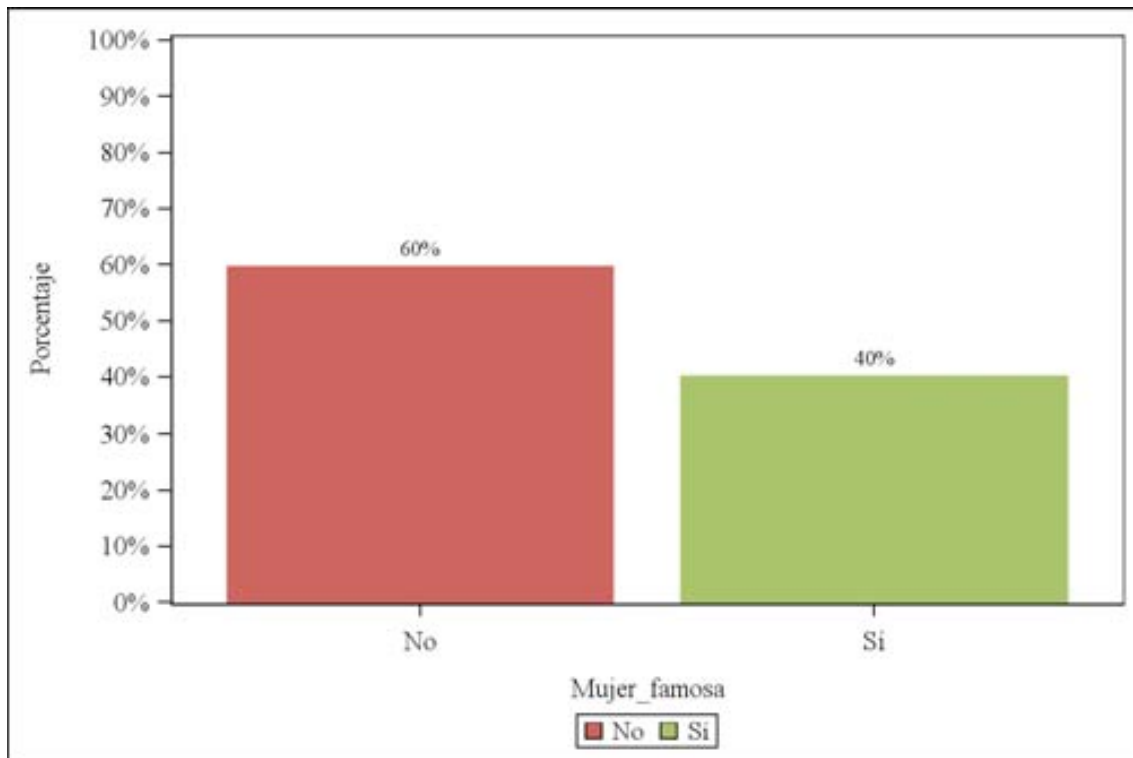
13 imágenes de modelos con ‘Delgadez normal’, un 65%, tienen el Estereotipo ‘Pasiva’.

Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Grado_de_delgadez					
	Delgadez moderada		Delgadez normal		Delgadez severa	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	35	53%	1	50%	13	65%
Activa	31	47%	1	50%	7	35%
Total	66	100%	2	100%	20	100%

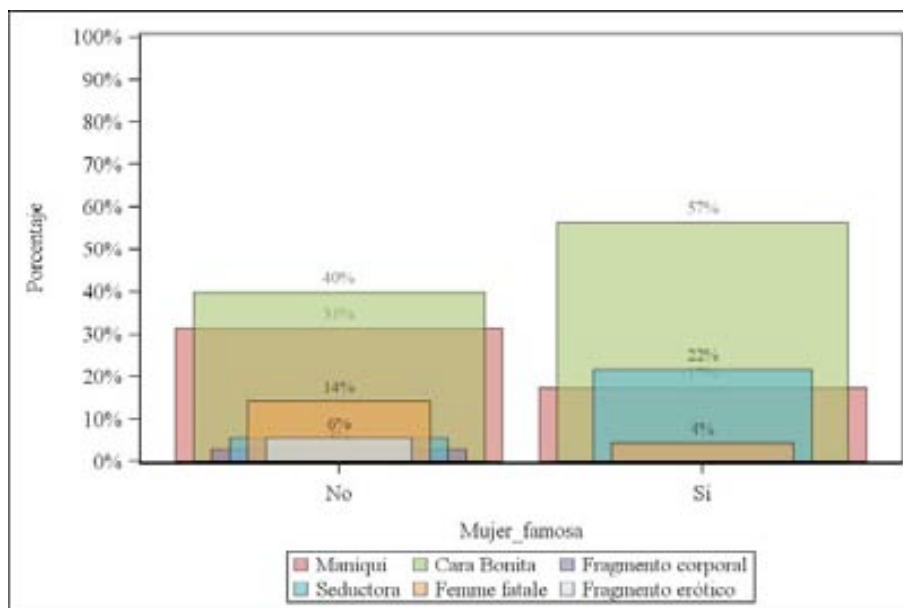
variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Grado_de_delgadez (Pasiva/Activa)	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	0.93	2	0.6276

6.8. Mujer_famosa



Mujer_famosa	N	%
No	55	60%
Si	37	40%
Total	92	100%

6.8.1. Mujer_famosa según Estereotipo



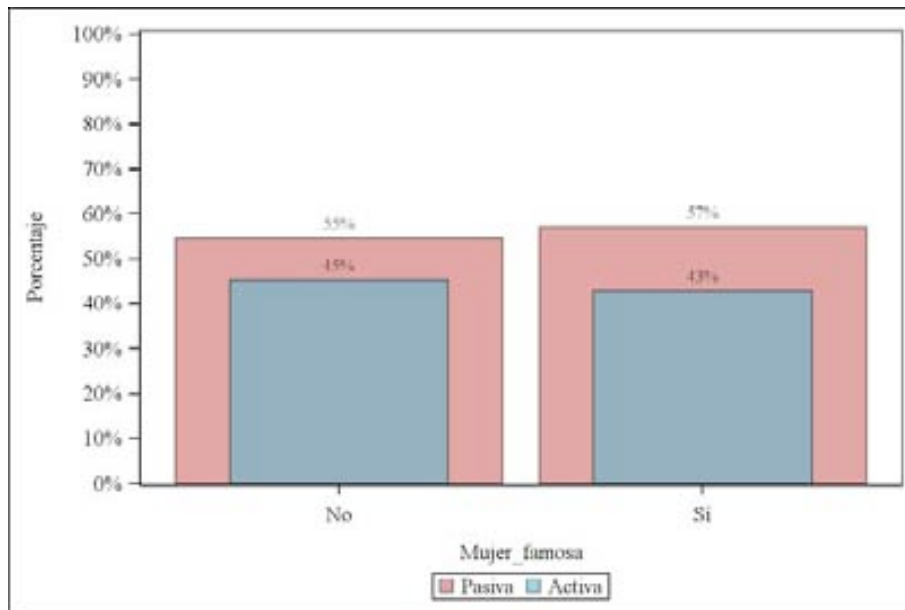
Un 40% de las imágenes de mujeres No famosas tienen el Estereotipo ‘Cara Bonita’, y 13 imágenes de mujeres famosas (un 57%) tienen este Estereotipo.

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Mujer_famosa			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	11	31%	4	17%
Cara Bonita	14	40%	13	57%
Fragmento corporal	1	3%	.	.
Seductora	2	6%	5	22%
Femme fatale	5	14%	1	4%
Fragmento erótico	2	6%	.	.
Total	35	100%	23	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Mujer_famosa	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	9.33	5	0.0966

6.8.2. Mujer_famosa según Estereotipo (Pasiva/Activa)



El porcentaje de imágenes con Estereotipo 'Pasiva' o 'Activa' es bastante similar entre las imágenes que tienen 'Mujer famosa' o no la tienen.

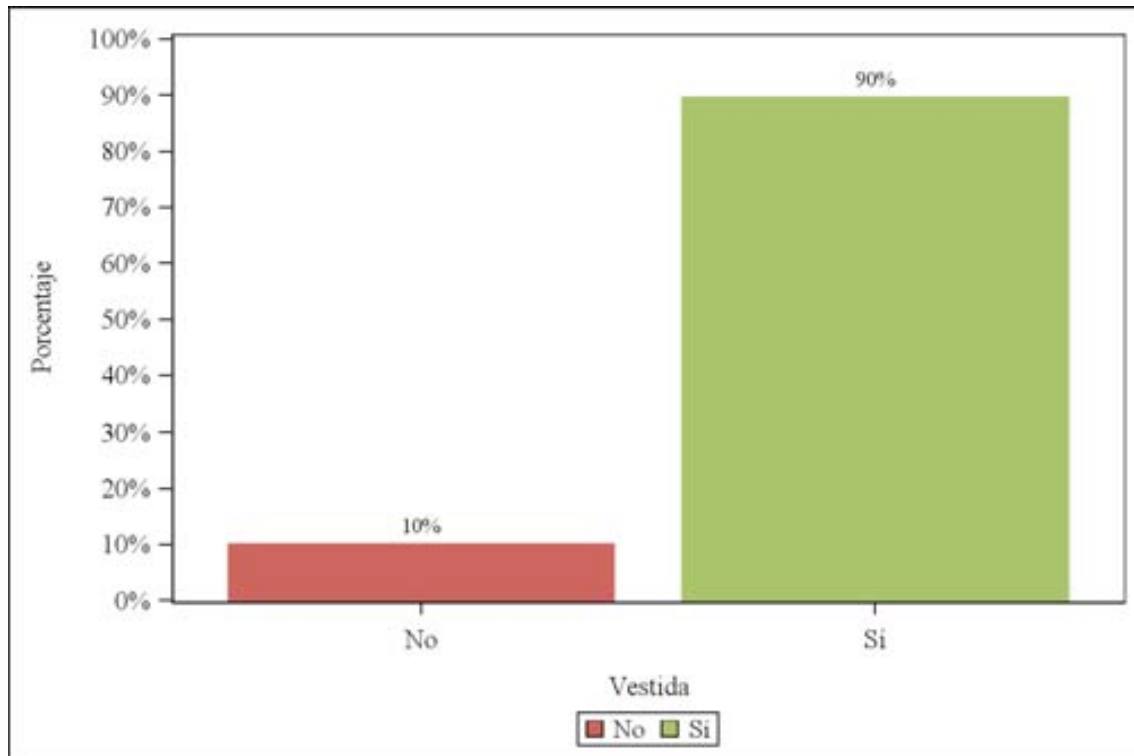
Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Mujer_famosa			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	29	55%	20	57%
Activa	24	45%	15	43%
Total	53	100%	35	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Mujer_famosa (Pasiva/Activa)	Comparación según Estereotipo	Chi-Square Test	0.05	1 0.8226

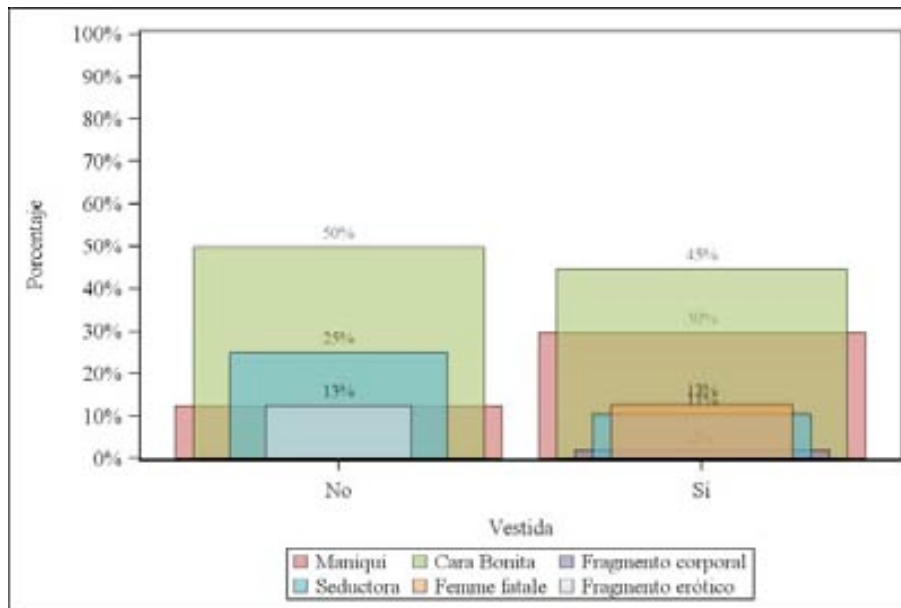
6.9. Ropa

6.9.1. Vestida



Vestida	N	%
No	9	10%
Si	79	90%
Total	88	100%

6.9.1.1. Vestida según Estereotipo



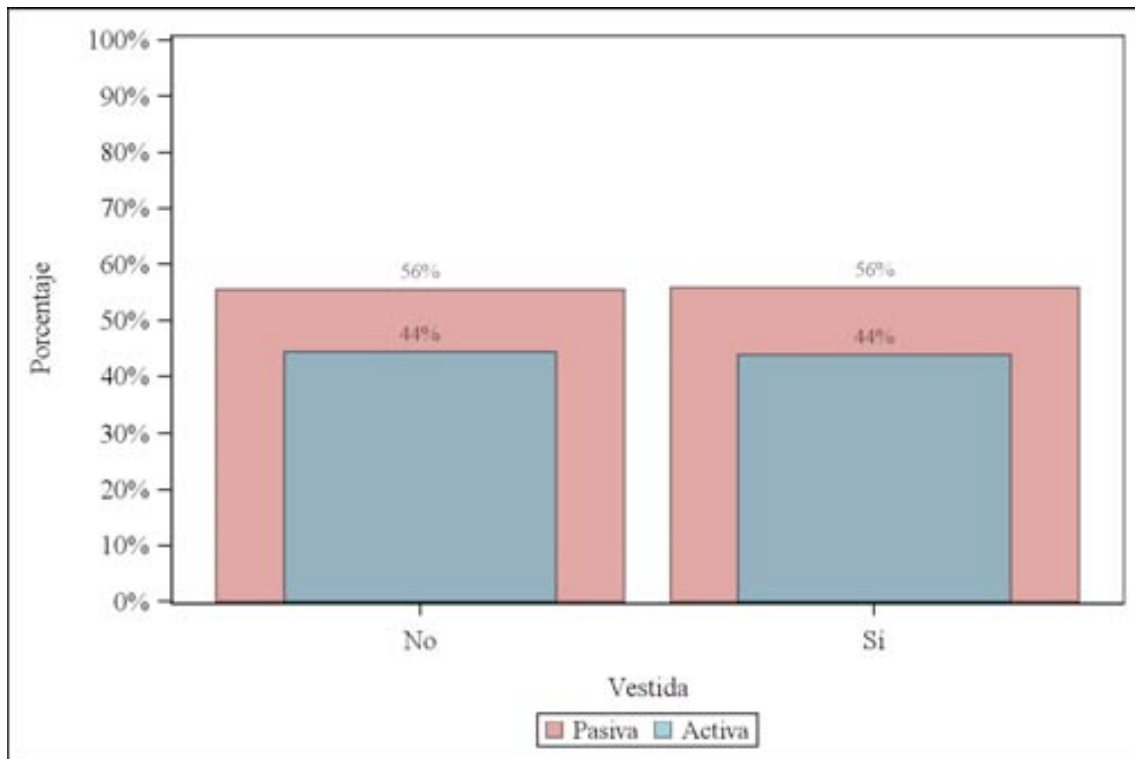
Tan sólo hay 8 imágenes en que la mujer no está vestida que tengan especificado el Estereotipo, la mitad de ellas tienen 'Cara Bonita', y 2 (un 25%) tienen 'Seductora'.

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Vestida			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	1	13%	14	30%
Cara Bonita	4	50%	21	45%
Fragmento corporal	.	.	1	2%
Seductora	2	25%	5	11%
Femme fatale	.	.	6	13%
Fragmento erótico	1	13%	.	.
Total	8	100%	47	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Vestida	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	7.91	5 0.1610

6.9.1.2. Vestida según Estereotipo (Pasiva/Activa)

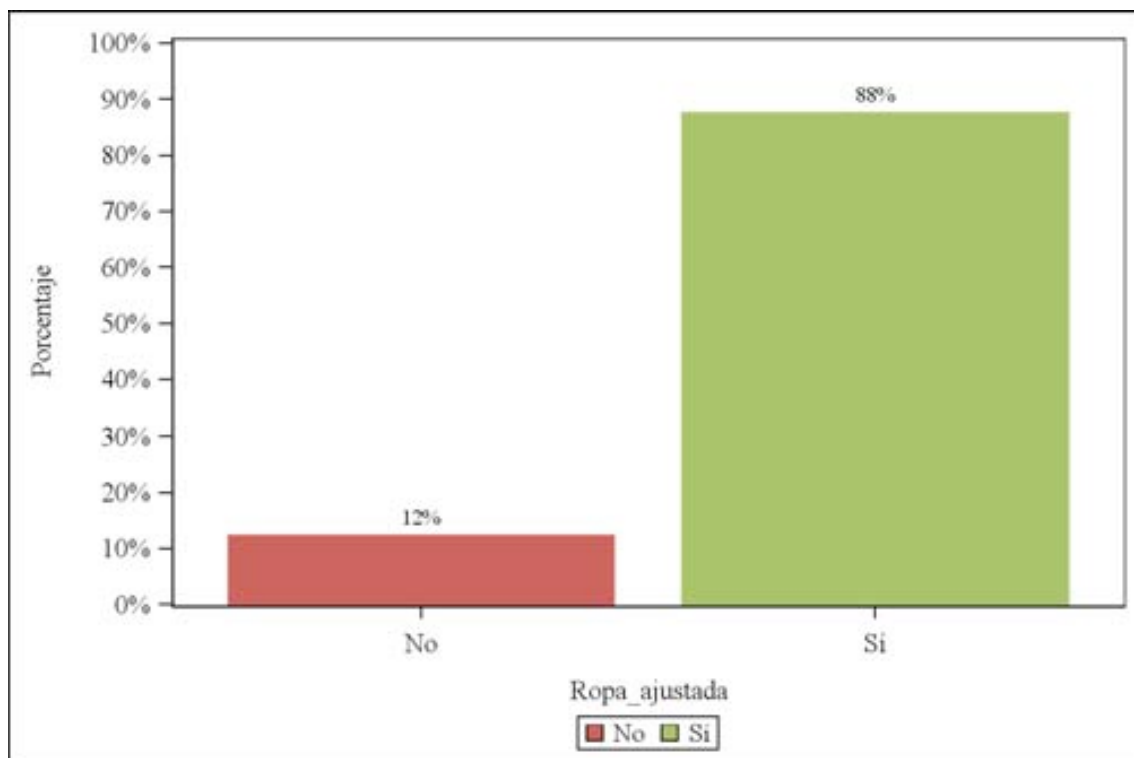


El porcentaje de imágenes 'Pasivas' se mantiene similar entre imágenes de mujeres vestidas o no. Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Vestida			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	5	56%	42	56%
Activa	4	44%	33	44%
Total	9	100%	75	100%

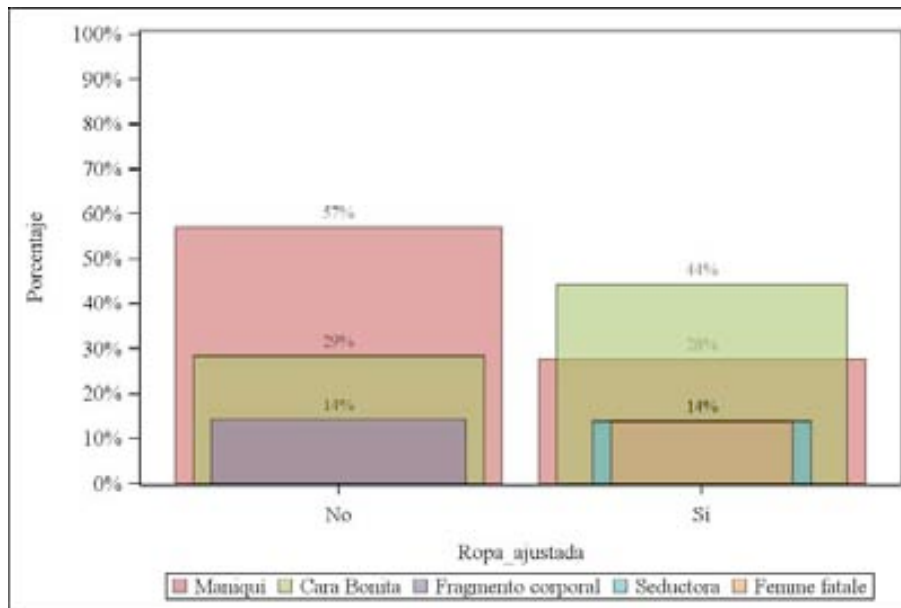
variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Vestida Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	0.00	1	0.9798

6.9.2. Ropa_ajustada



Ropa_ajustada	N	%
No	9	12%
Sí	64	88%
Total	73	100%

6.9.2.1. Ropa_ajustada según Estereotipo

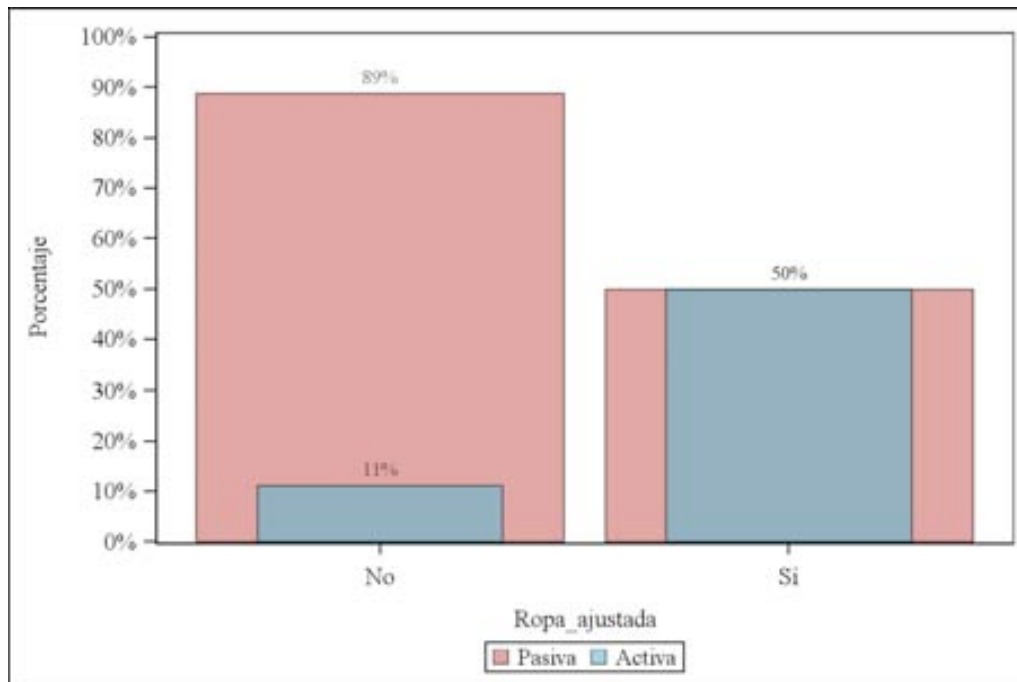


Observamos que de las imágenes sin Ropa ajustada, 4 son ‘Maniquí’ (un 57%). De las imágenes con ropa ajustada la mayor parte, 16 (un 44%), tienen el Estereotipo ‘Cara Bonita’. Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Ropa_ajustada			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	4	57%	10	28%
Cara Bonita	2	29%	16	44%
Fragmento corporal	1	14%	.	.
Seductora	.	.	5	14%
Femme fatale	.	.	5	14%
Total	7	100%	36	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Ropa_ajustada	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	8.90	4	0.0637

6.9.2.2. Ropa_ajustada según Estereotipo (Pasiva/Activa)



Las imágenes con modelos con Ropa ajustada se reparten equitativamente entre 'Pasiva' y 'Activa'. En cambio, tan sólo hay una imagen (un 11%) de modelo que no tiene Ropa ajustada que tenga el Estereotipo 'Activa'.

Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Ropa_ajustada			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	8	89%	30	50%
Activa	1	11%	30	50%
Total	9	100%	60	100%

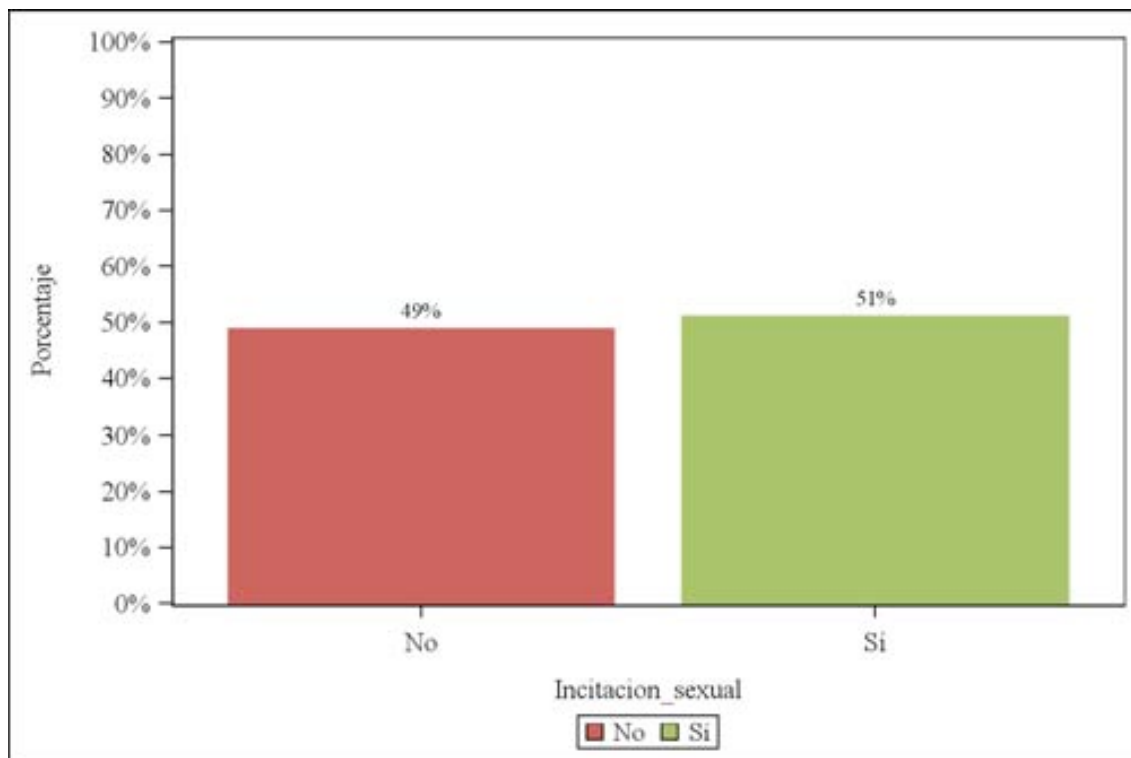
variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Ropa_ajustada	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	5.49	1 0.0192 *

Existen diferencias estadísticamente significativas en Ropa_ajustada según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (LR - Chi-Square Test= 5.49; p_valor=0.0192).

7. Características de la imagen

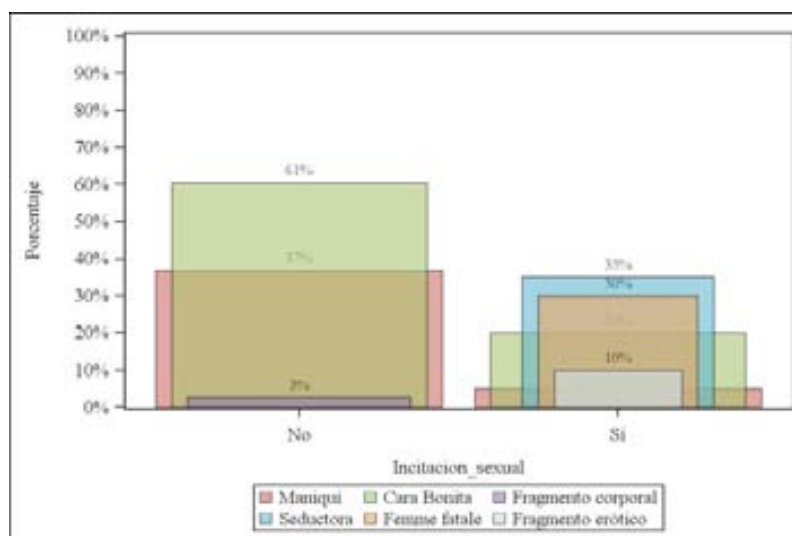
7.1. Posición, Postura

7.1.1. Incitacion_sexual



Incitacion_sexual	N	%
No	45	49%
Sí	47	51%
Total	92	100%

7.1.1.1. Incitacion_sexual según Estereotipo



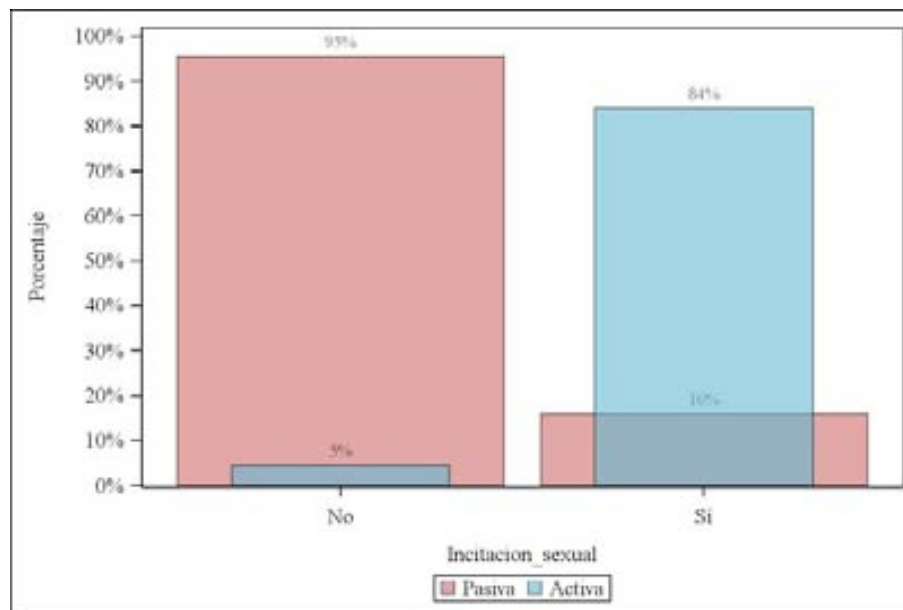
De las imágenes sin Incitación sexual el Estereotipo mayoritario es 'Cara Bonita', con 23 imágenes (un 61%). Las imágenes con Incitación sexual tienen una variedad de Estereotipos mayor, en este caso, los Estereotipo mayoritarios son 'Seductora' con 7 imágenes (un 35%), y 'Femme fatale' con 6 imágenes (un 30%). Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Incitacion_sexual			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	14	37%	1	5%
Cara Bonita	23	61%	4	20%
Fragmento corporal	1	3%	.	.
Seductora	.	.	7	35%
Femme fatale	.	.	6	30%
Fragmento erótico	.	.	2	10%
Total	38	100%	20	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Incitacion_sexual	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	44.73	5 <.0001 *

Existen diferencias estadísticamente significativas en Incitacion_sexual según el Estereotipo de la imagen (LR - Chi-Square Test= 44.73; p_valor=<.0001). Siendo las imágenes sin Incitación sexual con mayor porcentaje de imágenes 'Cara Bonita'.

7.1.1.2. Incitacion_sexual según Estereotipo (Pasiva/Activa)



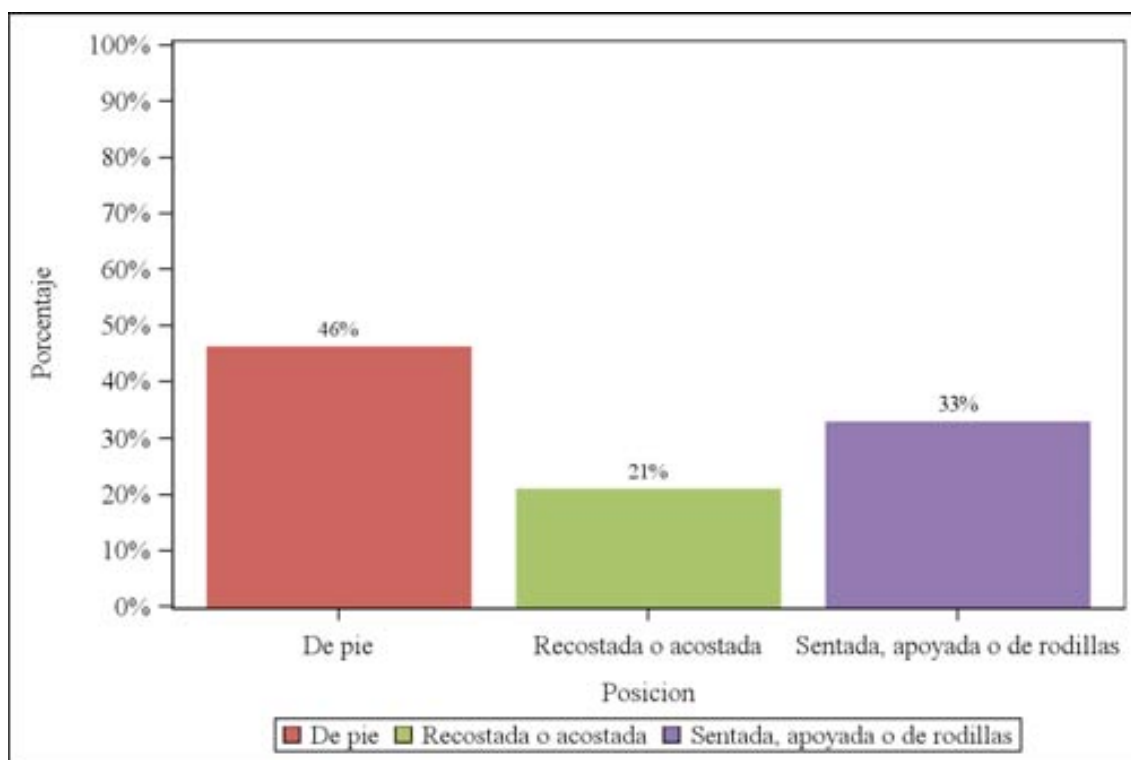
La mayor parte de imágenes, 42 (95%), sin Incitación sexual tienen el Estereotipo 'Pasiva'. En cambio, en las imágenes con Incitación sexual el porcentaje mayor corresponde al Estereotipo 'Activa', 37 (84%). Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Incitacion_sexual			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	42	95%	7	16%
Activa	2	5%	37	84%
Total	44	100%	44	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Incitacion_sexual (Pasiva/Activa)	Comparación según Estereotipo	Chi-Square Test	56.41	1 <.0001 *

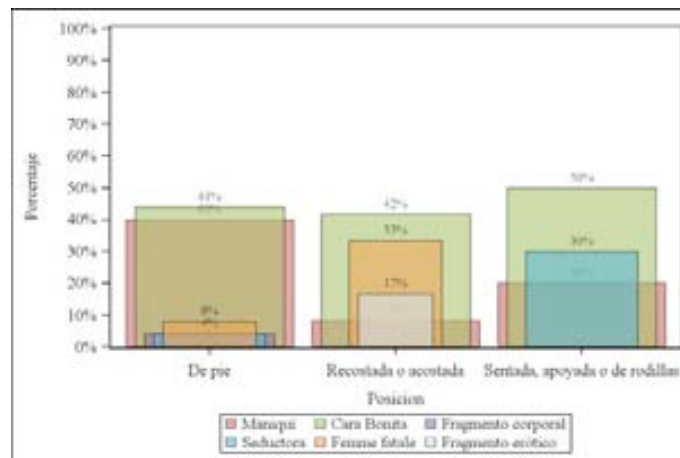
Existen diferencias estadísticamente significativas en Incitacion_sexual según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (Chi-Square Test = 56.41; p_valor=<.0001). Siendo mayor el porcentaje de imágenes 'Pasiva' en imágenes sin Incitación sexual.

7.1.2. Posición



Posición	N	%
De pie	42	46%
Recostada o acostada	19	21%
Sentada, apoyada o de rodillas	30	33%
Total	91	100%

7.1.2.1. Posición según Estereotipo



En los 3 tipos de Posición de la modelo, el Estereotipo mayoritario es 'Cara Bonita'. Aunque, observamos que el segundo Estereotipo mayoritario varía entre las 3 posturas.

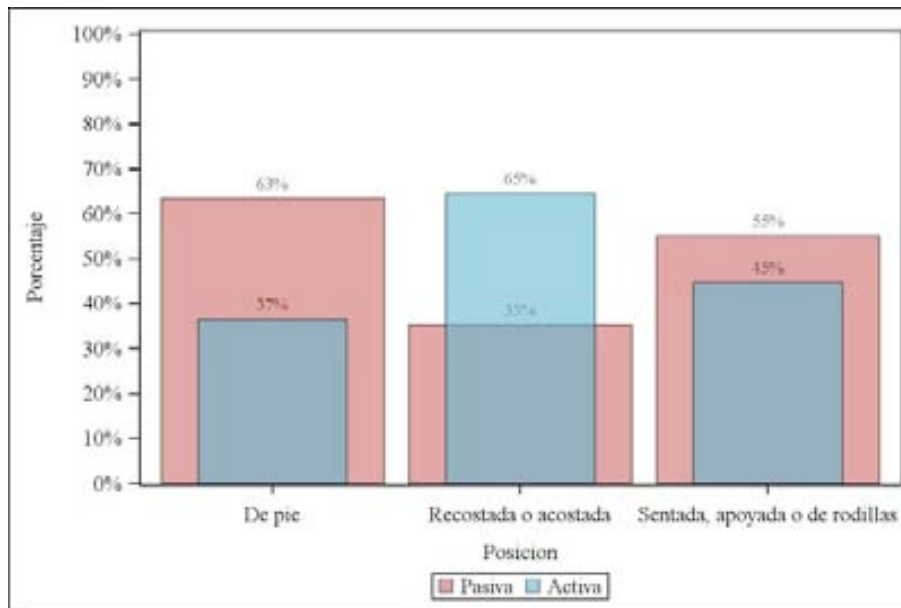
Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Posición					
	De pie		Recostada o acostada		Sentada, apoyada o de rodillas	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	10	40%	1	8%	4	20%
Cara Bonita	11	44%	5	42%	10	50%
Fragmento corporal	1	4%
Seductora	1	4%	.	.	6	30%
Femme fatale	2	8%	4	33%	.	.
Fragmento erótico	.	.	2	17%	.	.
Total	25	100%	12	100%	20	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Posicion	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	28.50	10 0.0015 *

Existen diferencias estadísticamente significativas en Posición según el Estereotipo de la imagen (LR - Chi-Square Test= 28.50; $p_{valor}=0.0015$). 'Cara Bonita' es mayoritaria en los 3 tipos de posición, pero los segundos Estereotipos definidos en las imágenes con modelos 'De pie', un 40% son 'Maniquí'; en las imágenes de modelos 'Recostada o acostada', un 33% son 'Femme fatale'; y en las imágenes de modelos 'Sentada, apoyada o de rodillas', un 30% son 'Seductora'.

7.1.2.2. Posición según Estereotipo (Pasiva/Activa)



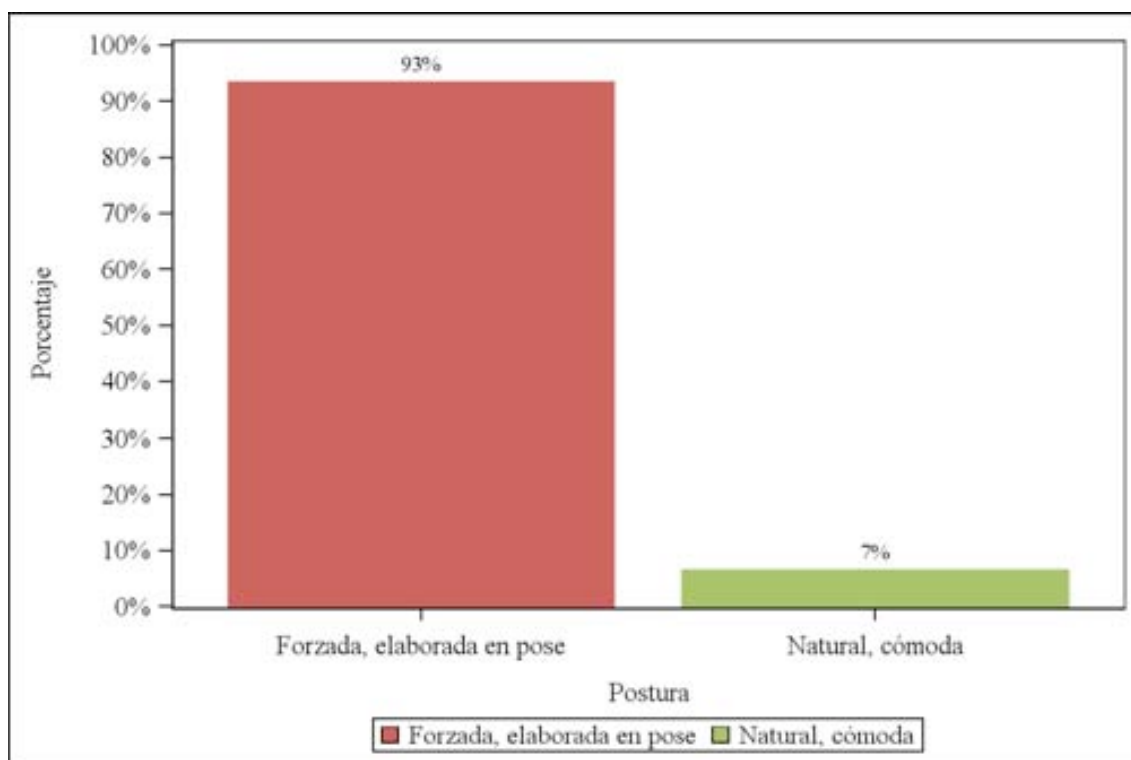
En las imágenes de modelos ‘De pie’ y ‘Sentada, apoyada o de rodillas’ se observa que hay una mayoría de imágenes ‘Pasiva’. En cambio, en las imágenes de modelos ‘Recostada o acostada’ la mayoría de Estereotipos son ‘Activa’.

Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Posición					
	De pie		Recostada o acostada		Sentada, apoyada o de rodillas	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	26	63%	6	35%	16	55%
Activa	15	37%	11	65%	13	45%
Total	41	100%	17	100%	29	100%

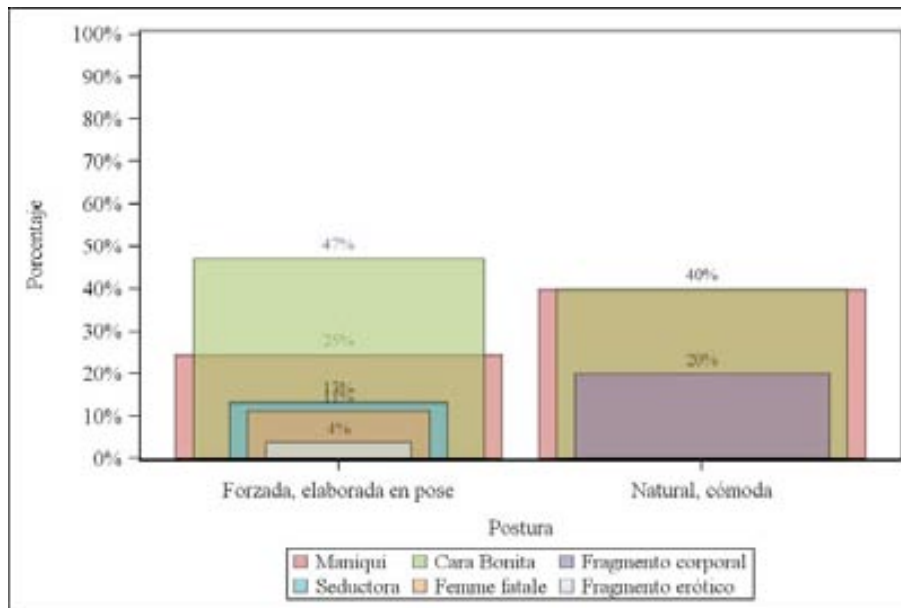
variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Posición Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	3.84	2	0.1464

7.1.3. Postura



Postura	N	%
Forzada, elaborada en pose	86	93%
Natural, cómoda	6	7%
Total	92	100%

7.1.3.1. Postura según Estereotipo



Tan sólo hay 5 imágenes con Postura 'Natural, cómoda' que tengan especificado el Estereotipo: 2 son 'Maniquí', 2 son 'Cara Bonita' y 1 es 'Fragmento corporal'.

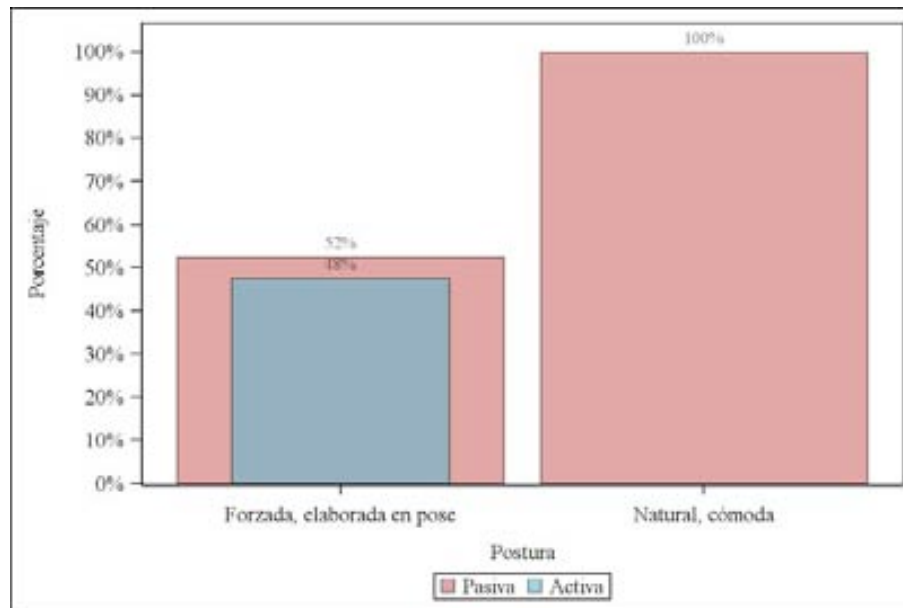
En las imágenes con la postura de la modelo 'Forzada, elaborada en pose' se reparten en casi todos los Estereotipos, siendo 'Cara Bonita' el mayoritario.

Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Postura			
	Forzada, elaborada en pose		Natural, cómoda	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	13	25%	2	40%
Cara Bonita	25	47%	2	40%
Fragmento corporal	.	.	1	20%
Seductora	7	13%	.	.
Femme fatale	6	11%	.	.
Fragmento erótico	2	4%	.	.
Total	53	100%	5	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Postura	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	8.03	5 0.1548

7.1.3.2. Postura según Estereotipo (Pasiva/Activa)



Observamos que la mitad de imágenes con postura 'Forzada, elaborada en pose' tienen el Estereotipo 'Pasiva'. En cambio las imágenes con postura 'Natural, cómoda' todas tienen el Estereotipo 'Pasiva'. Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

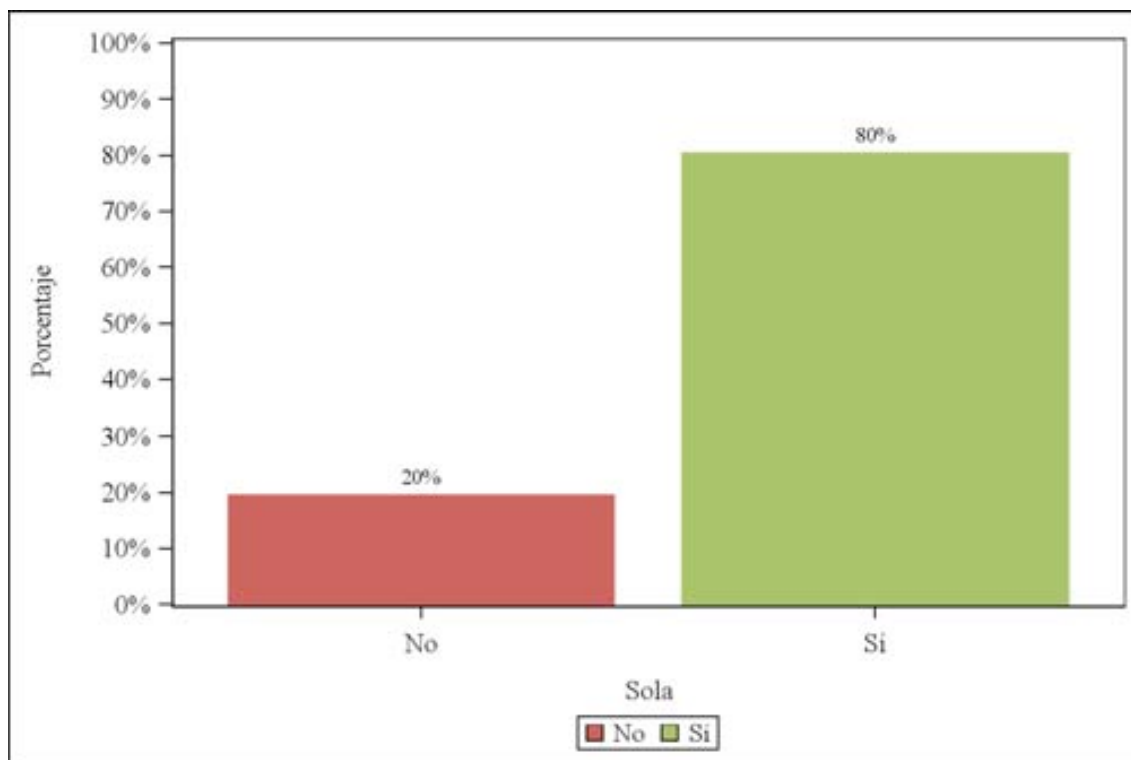
Estereotipo (Pasiva/Activa)	Postura			
	Forzada, elaborada en pose		Natural, cómoda	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	43	52%	6	100%
Activa	39	48%	.	.
Total	82	100%	6	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Postura Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Exact's Fisher Test	5.12	1	0.0318 *

Existen diferencias estadísticamente significativas en Postura según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (Exact's Fisher Test = 5.12; p_valor=0.0318). Siendo 'Pasiva' más frecuente entre imágenes con modelos con postura 'Natural, cómoda'.

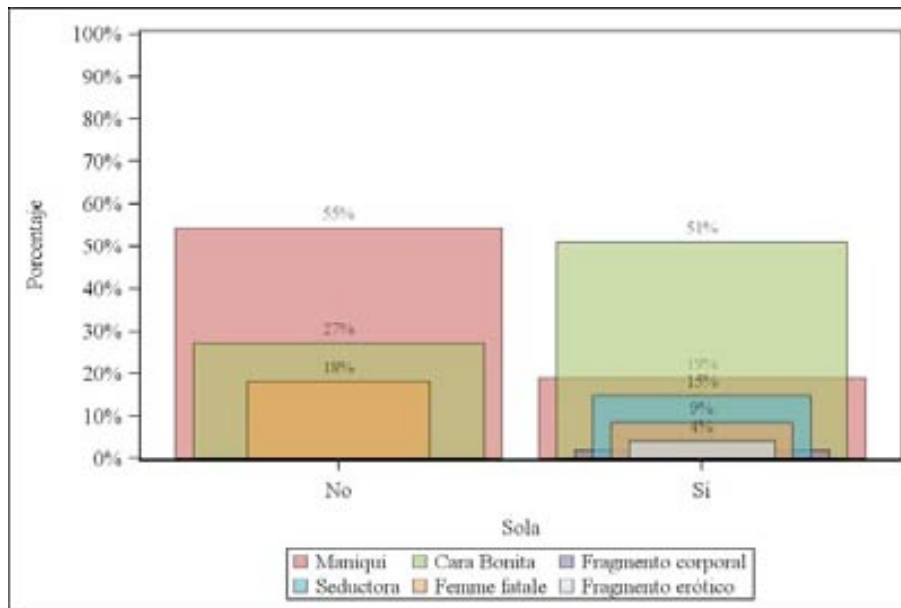
7.2. Sola-Acompañada

7.2.1. Sola



Sola	N	%
No	18	20%
Sí	74	80%
Total	92	100%

7.2.1.1. Sola según Estereotipo

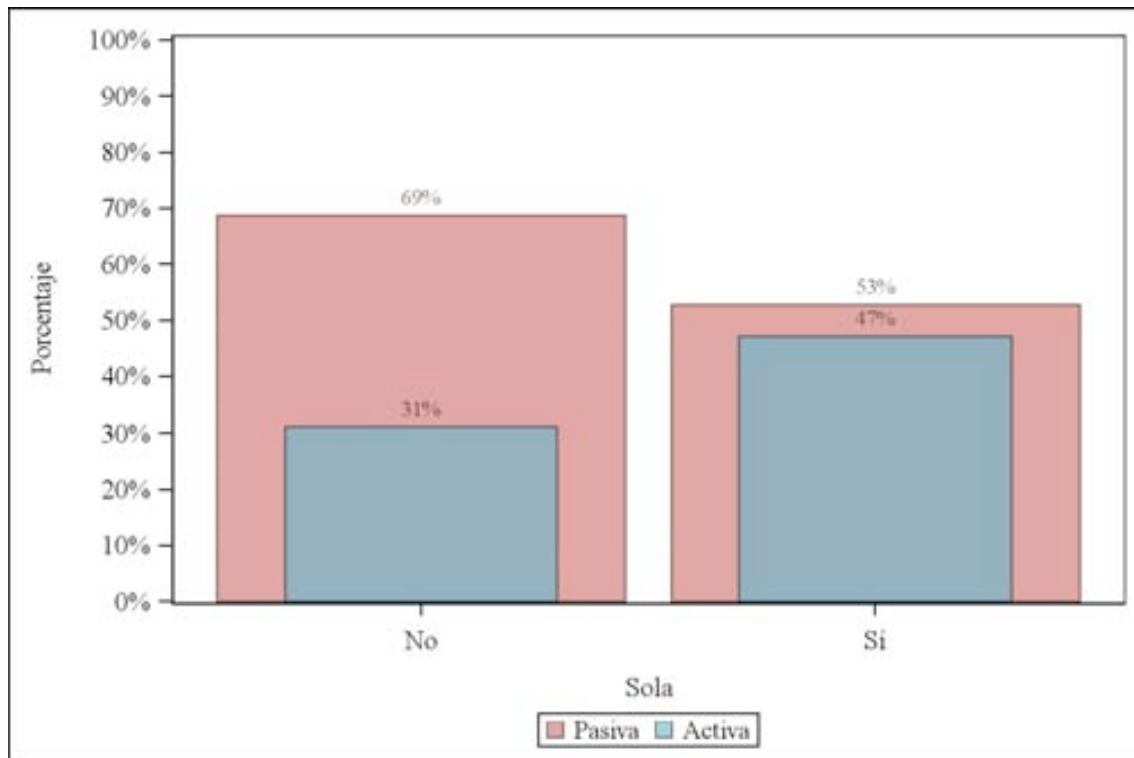


De las imágenes que hay varias mujeres, el Estereotipo mayoritario es 'Maniquí', 6 imágenes (55%). De las imágenes en que hay una mujer solo, el Estereotipo mayoritario es 'Cara Bonita' (51%). Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Sola			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	6	55%	9	19%
Cara Bonita	3	27%	24	51%
Fragmento corporal	.	.	1	2%
Seductora	.	.	7	15%
Femme fatale	2	18%	4	9%
Fragmento erótico	.	.	2	4%
Total	11	100%	47	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Sola	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	9.68	5 0.0849

7.2.1.2. Sola según Estereotipo (Pasiva/Activa)



11 imágenes en que hay varias mujeres en la imagen corresponden al Estereotipo 'Pasiva'. En las imágenes en que la mujer está sola, un total de 38 (53%) corresponden al Estereotipo 'Pasiva'.

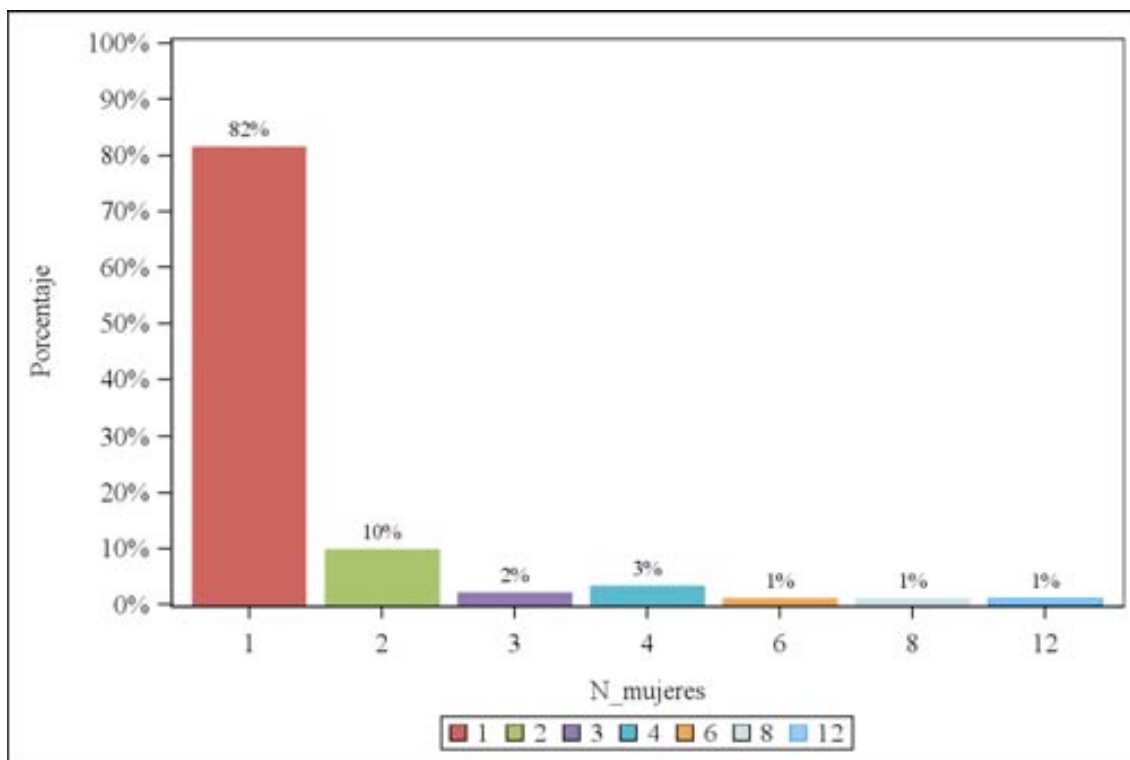
Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Sola			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	11	69%	38	53%
Activa	5	31%	34	47%
Total	16	100%	72	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Sola	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	1.35	1 0.2447

7.2.2. N_mujeres

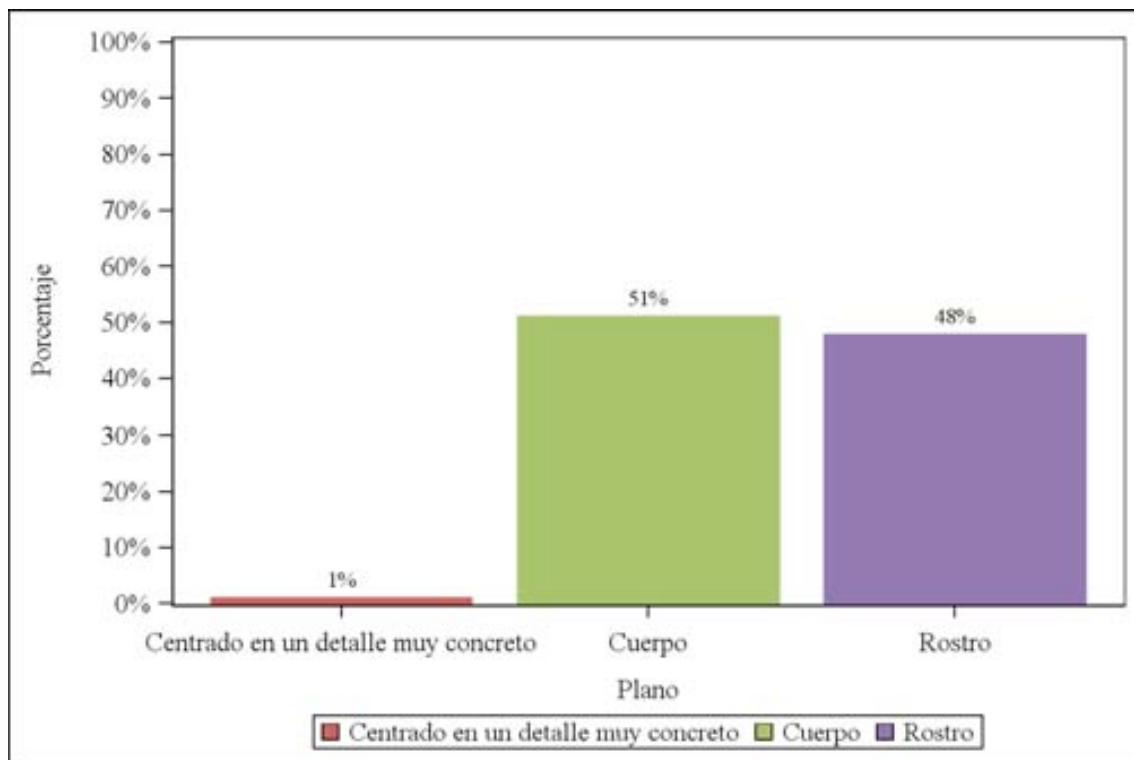
En esta ocasión se presenta el análisis descriptivo univariante de esta variable. No se realizan análisis bivariados debido a la gran cantidad de categorías que hay.



N_mujeres	N	%
1	75	82%
2	9	10%
3	2	2%
4	3	3%
6	1	1%
8	1	1%
12	1	1%
Total	92	100%

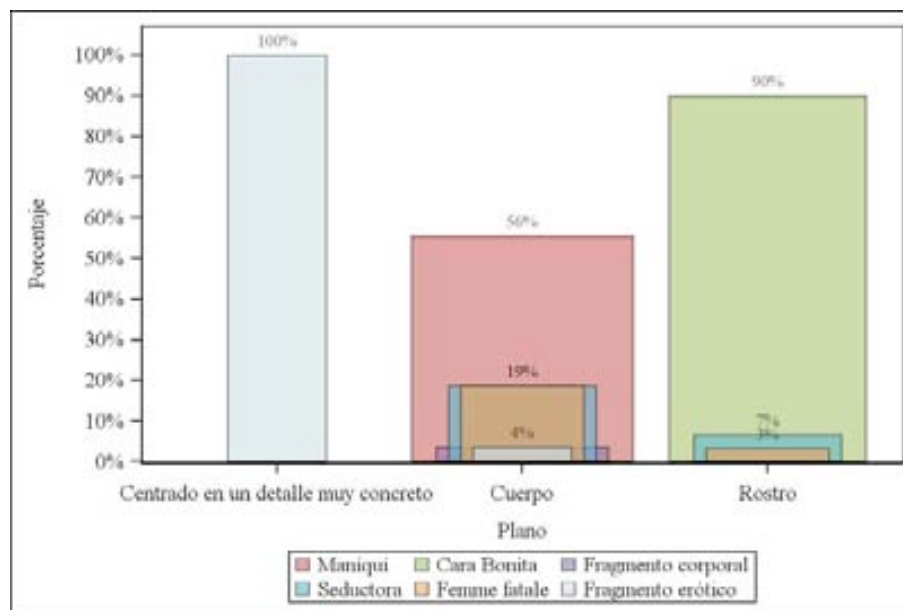
En 75 imágenes hay 1 mujer, representa el 82% del total de imágenes. En 9 imágenes hay 2 mujeres, corresponden a un 10% del total. Hay una imagen en que aparecen 12 mujeres (1%).

7.3. Plano



Plano	N	%
Centrado en un detalle muy concreto	1	1%
Cuerpo	47	51%
Rostro	44	48%
Total	92	100%

7.3.1. Plano según Estereotipo



Tan sólo hay una imagen con el plano 'Centrado en un detalle muy concreto' y esa imagen tiene el Estereotipo 'Fragmento erótico'. De las imágenes que se centran en el 'Cuerpo' la mitad tienen el Estereotipo 'Maniquí' (15 imágenes, 56%). De las imágenes que se centran en el 'Rostro' un 90% tienen el Estereotipo 'Cara Bonita' (27 imágenes).

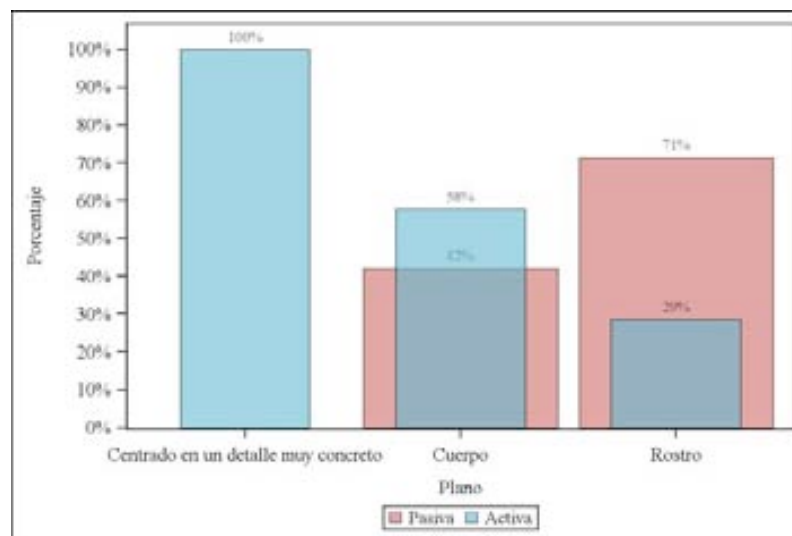
Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Plano					
	Centrado en un detalle muy concreto		Cuerpo		Rostro	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	.	.	15	56%	.	.
Cara Bonita	27	90%
Fragmento corporal	.	.	1	4%	.	.
Seductora	.	.	5	19%	2	7%
Femme fatale	.	.	5	19%	1	3%
Fragmento erótico	1	100%	1	4%	.	.
Total	1	100%	27	100%	30	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Plano	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	72.41	10 <.0001 *

Existen diferencias estadísticamente significativas en Plano según el Estereotipo de la imagen (LR - Chi-Square Test= 72.41; p_valor=<.0001). Siendo 'Maniquí' el Estereotipo más frecuente en imágenes que se centran en 'Cuerpo', y 'Cara Bonita' más frecuente en imágenes que se centran en 'Rostro'.

7.3.2. Plano según Estereotipo (Pasiva/Activa)



19 imágenes que se centran en 'Cuerpo' (un 42%) tienen el Estereotipo 'Pasiva'. En cambio, en las imágenes que se centran en el 'Rostro' el porcentaje de 'Pasiva' es mayor (30 imágenes, 71%). Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

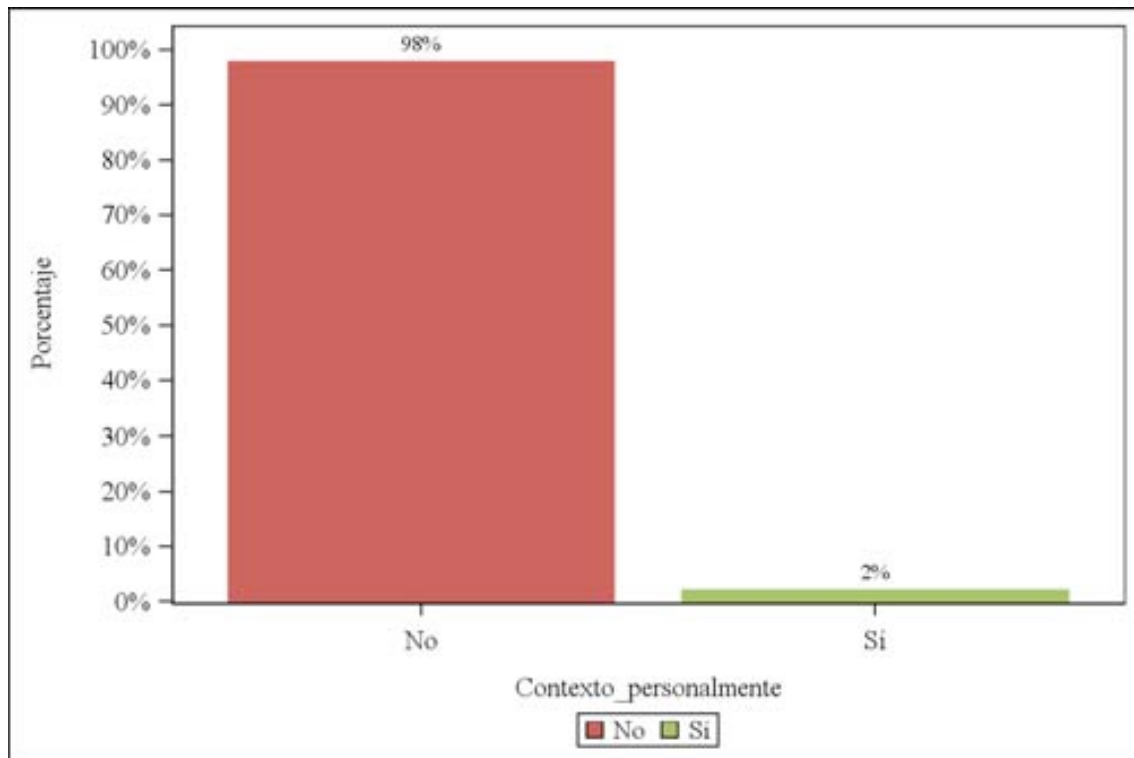
Estereotipo (Pasiva/Activa)	Plano					
	Centrado en un detalle muy concreto		Cuerpo		Rostro	
	N	% Columna	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	.	.	19	42%	30	71%
Activa	1	100%	26	58%	12	29%
Total	1	100%	45	100%	42	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Plano Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	9.31	2	0.0095 *

Existen diferencias estadísticamente significativas en Plano según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (LR - Chi-Square Test= 9.31; p_valor=0.0095). Siendo mayor el porcentaje de imágenes 'Activa' en esas que se centran en el 'Cuerpo', y el porcentaje de imágenes 'Pasiva' mayor en las imágenes que se centran en 'Rostro'.

7.4. Contexto

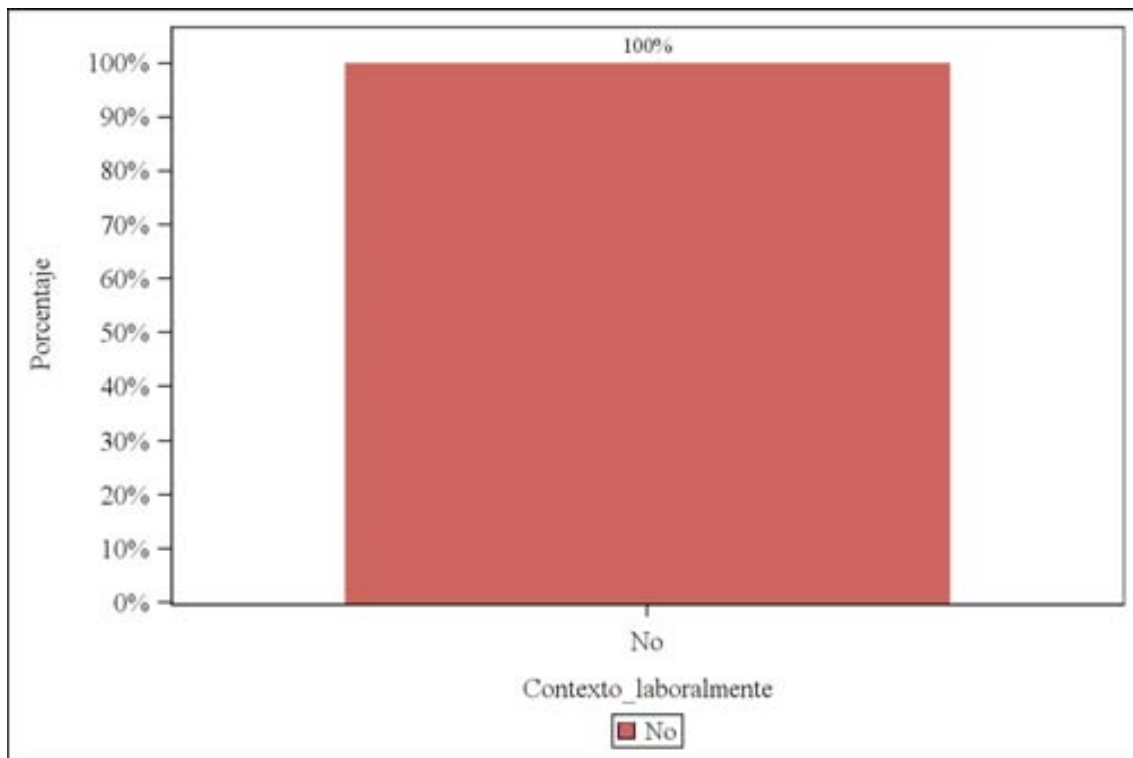
7.4.1. Contexto_personalmente



Contexto_personalmente	N	%
No	90	98%
Sí	2	2%
Total	92	100%

En 2 imágenes el contexto es personalmente, un 2% del total.

7.4.2. Contexto_laboralmente

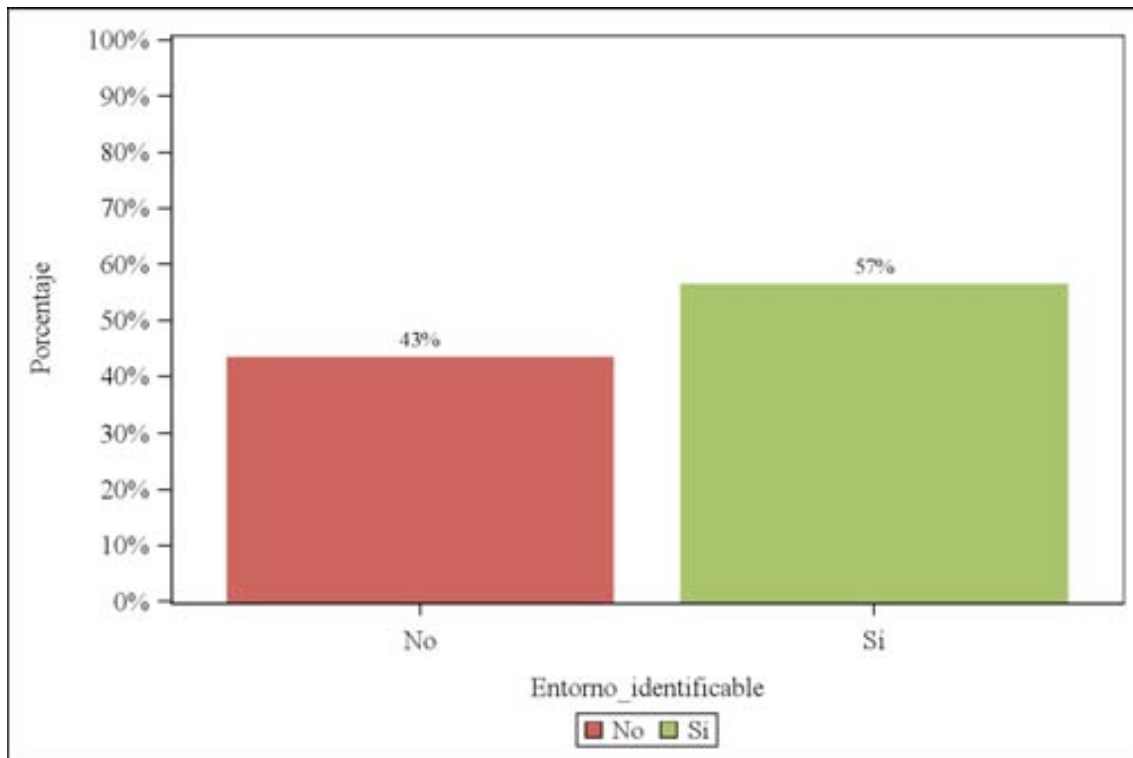


Contexto_laboralmente	N	%
No	92	100%
Total	92	100%

No hay ninguna imagen que tenga el 'Contexto laboralmente'.

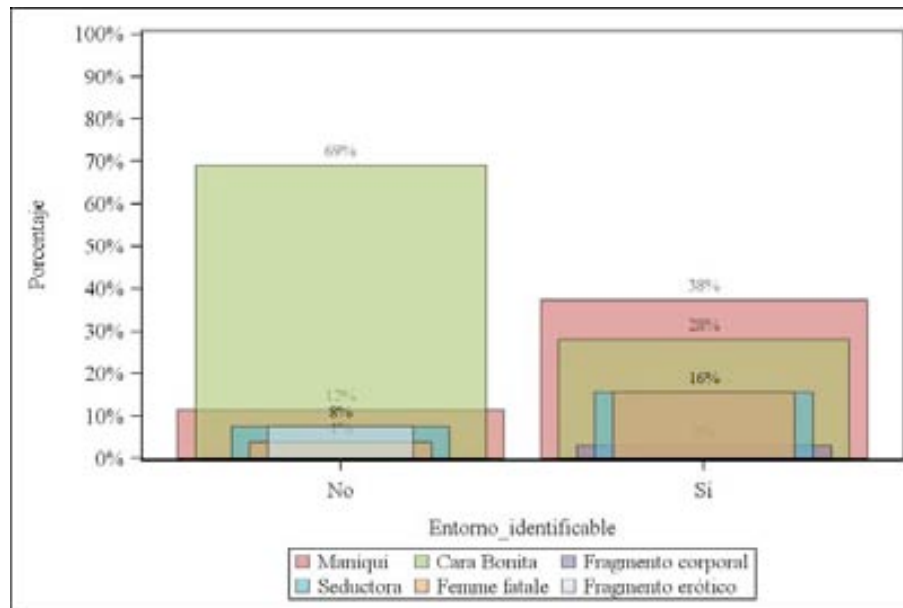
7.5. Entorno

7.5.1. Entorno_identificable



Entorno_identificable	N	%
No	40	43%
Sí	52	57%
Total	92	100%

7.5.1.1. Entorno_identificable según Estereotipo



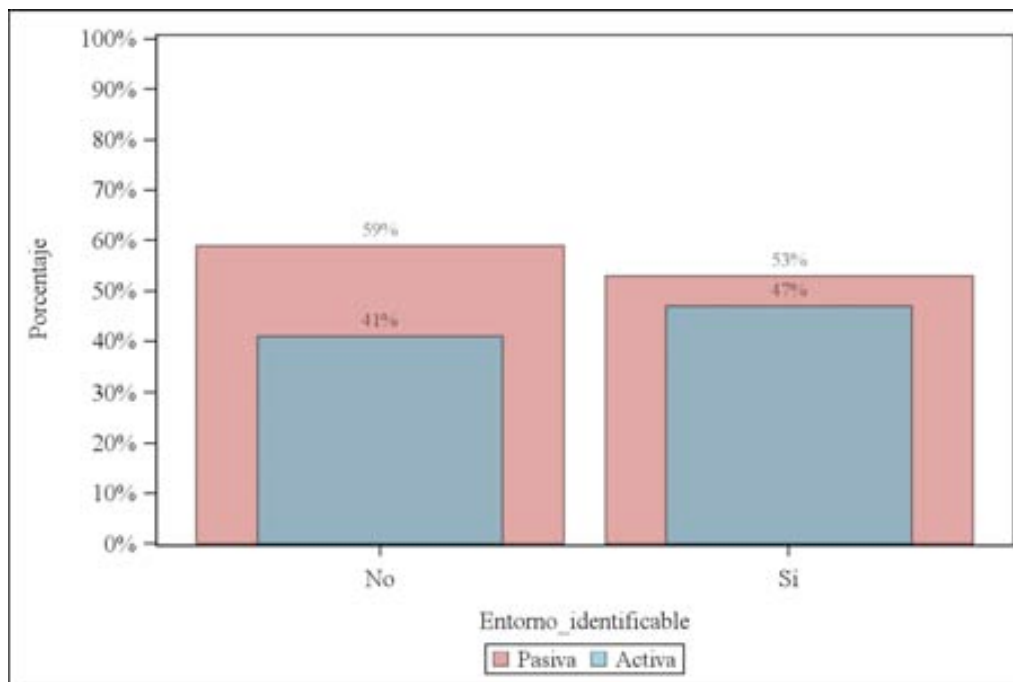
De las imágenes en que el Entorno no es identificable, la mayor parte son 'Cara Bonita' (18 que representan el 69%). En cambio, en las imágenes en que el Entorno es identificable el Estereotipo mayoritario es 'Maniquí' aunque el porcentaje es mucho menor, 12 imágenes que corresponden a un 38%. Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Entorno_identificable			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	3	12%	12	38%
Cara Bonita	18	69%	9	28%
Fragmento corporal	.	.	1	3%
Seductora	2	8%	5	16%
Femme fatale	1	4%	5	16%
Fragmento erótico	2	8%	.	.
Total	26	100%	32	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Entorno_identificable	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	16.62	5 0.0053 *

Existen diferencias estadísticamente significativas en Entorno_identificable según el Estereotipo de la imagen (LR - Chi-Square Test= 16.62; p_valor=0.0053). Siendo 'Cara Bonita' el Estereotipo más frecuente en imágenes sin entorno identificable y 'Maniquí' más frecuente en imágenes con entorno identificable.

7.5.1.2. Entorno_identificable según Estereotipo (Pasiva/Activa)



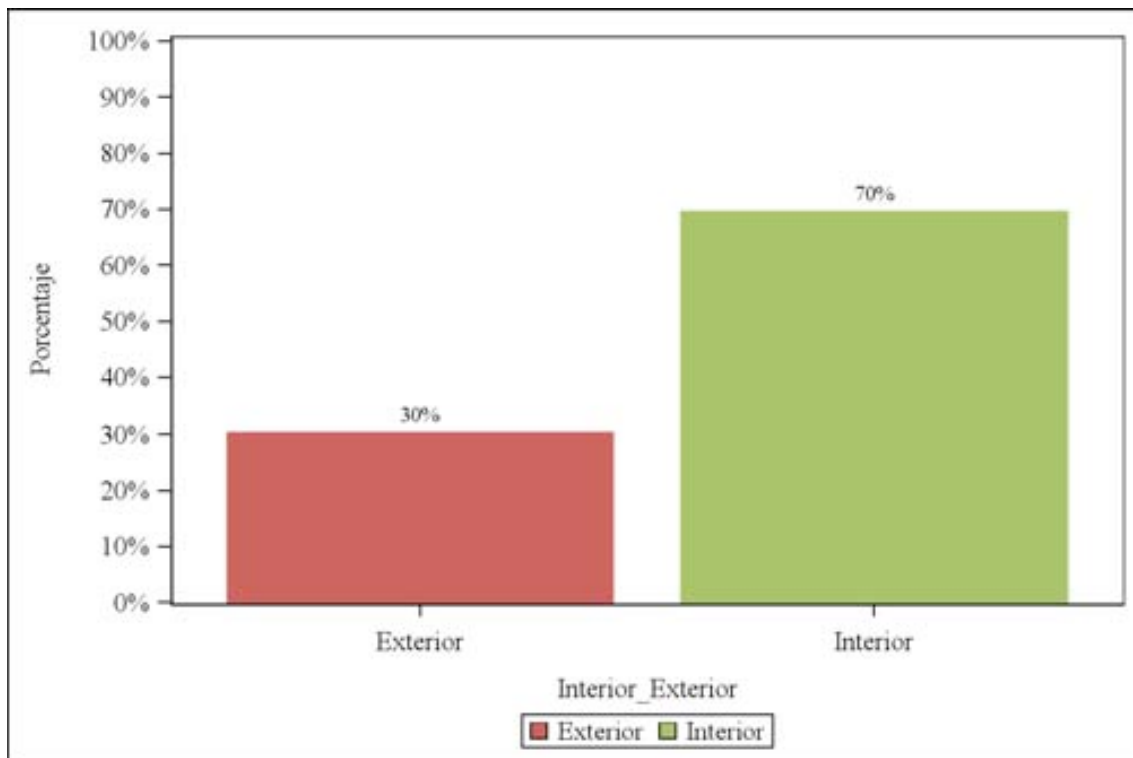
Observamos que el 50-60% de las imágenes tienen el Estereotipo 'Pasiva', tanto si el Entorno es identificable cómo si no lo es.

Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Entorno_identificable			
	No		Sí	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	23	59%	26	53%
Activa	16	41%	23	47%
Total	39	100%	49	100%

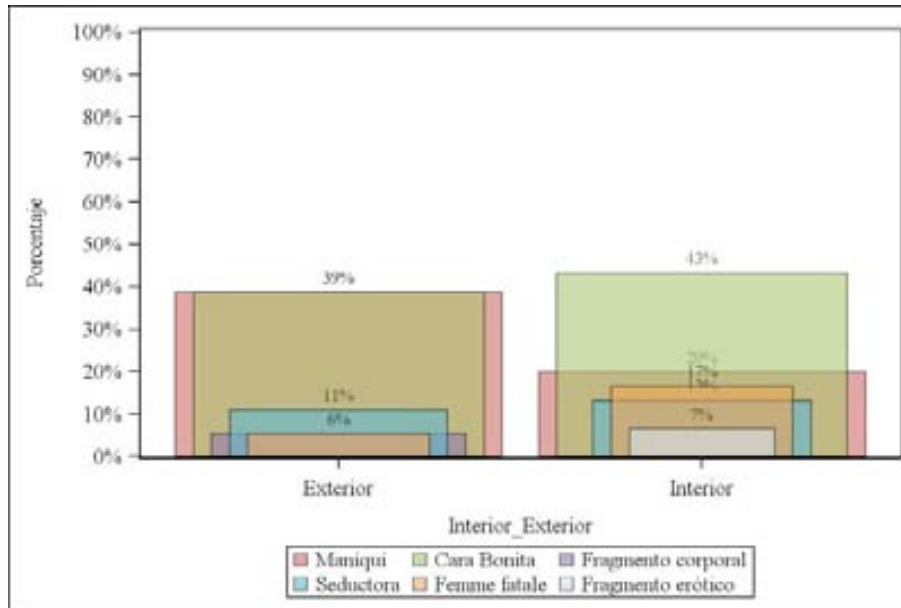
variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Entorno_identificable	Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	Chi-Square Test	0.31	1 0.5791

7.5.2. Interior_Exterior



Interior_Exterior	N	%
Exterior	24	30%
Interior	55	70%
Total	79	100%

7.5.2.1. Interior_Exterior según Estereotipo

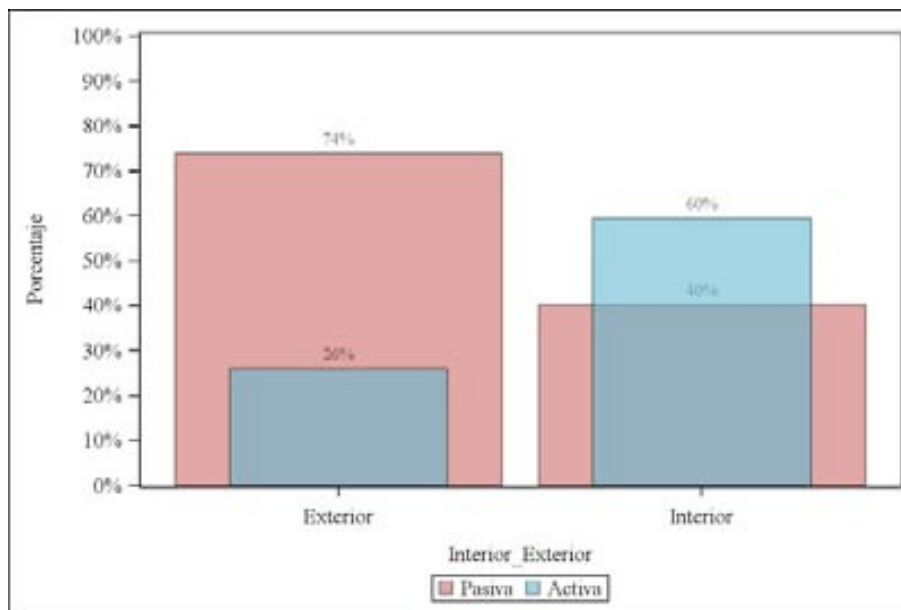


7 imágenes de Exterior son ‘Maniquí’, y 7 más son ‘Cara Bonita’, ambas corresponden al 39% del total de imágenes con Estereotipo que son de Exterior. Hay 13 imágenes que tienen ‘Cara Bonita’ de las imágenes de Interior (corresponden a un 43%), en cambio la mitad, 6 son ‘Maniquí’, un 20%. Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Interior_Exterior			
	Exterior		Interior	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	7	39%	6	20%
Cara Bonita	7	39%	13	43%
Fragmento corporal	1	6%	.	.
Seductora	2	11%	4	13%
Femme fatale	1	6%	5	17%
Fragmento erótico	.	.	2	7%
Total	18	100%	30	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Interior_Exterior	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	6.62	5	0.2503

7.5.2.2. Interior_Exterior según Estereotipo (Pasiva/Activa)



17 imágenes de Exterior tienen el Estereotipo 'Pasiva', un 74%. En cambio, 21 imágenes de Interior tienen este Estereotipo, un 40%.

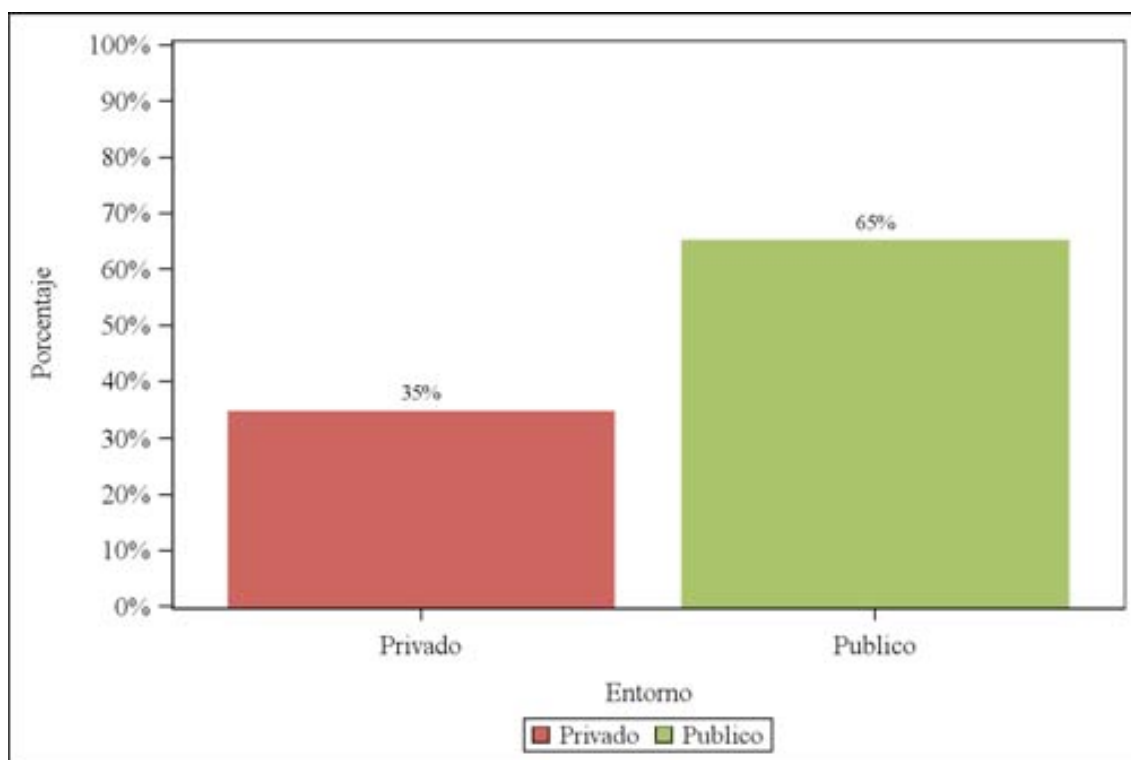
Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Interior_Exterior			
	Exterior		Interior	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	17	74%	21	40%
Activa	6	26%	31	60%
Total	23	100%	52	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Interior_Exterior (Pasiva/Activa)	Comparación según Estereotipo LR - Chi-Square Test	7.40	1	0.0065 *

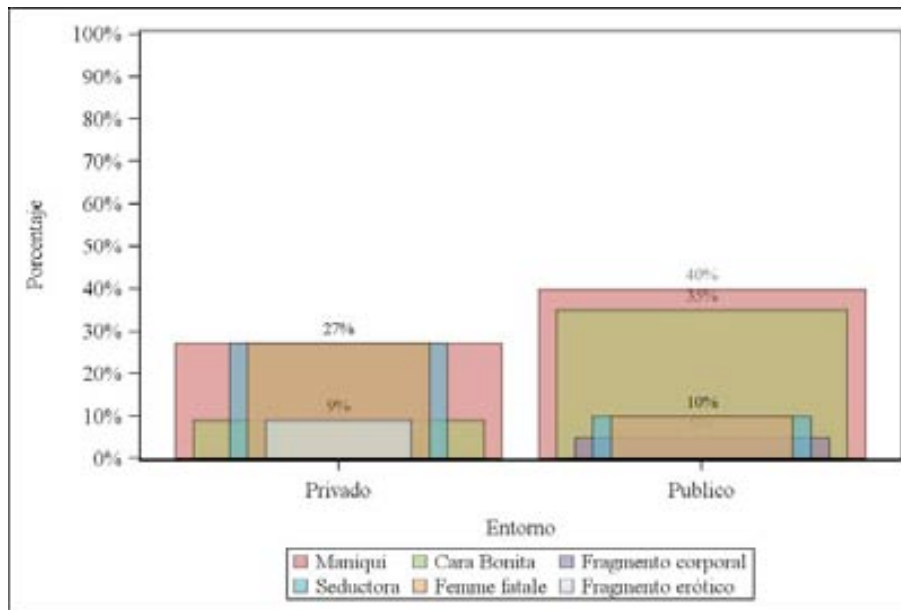
Existen diferencias estadísticamente significativas en Interior_Exterior según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (LR - Chi-Square Test= 7.40; p_valor=0.0065). Siendo 'Pasiva' más frecuente en imágenes de 'Exterior'.

7.5.3. Entorno



Entorno	N	%
Privado	15	35%
Publico	28	65%
Total	43	100%

7.5.3.1. Entorno según Estereotipo

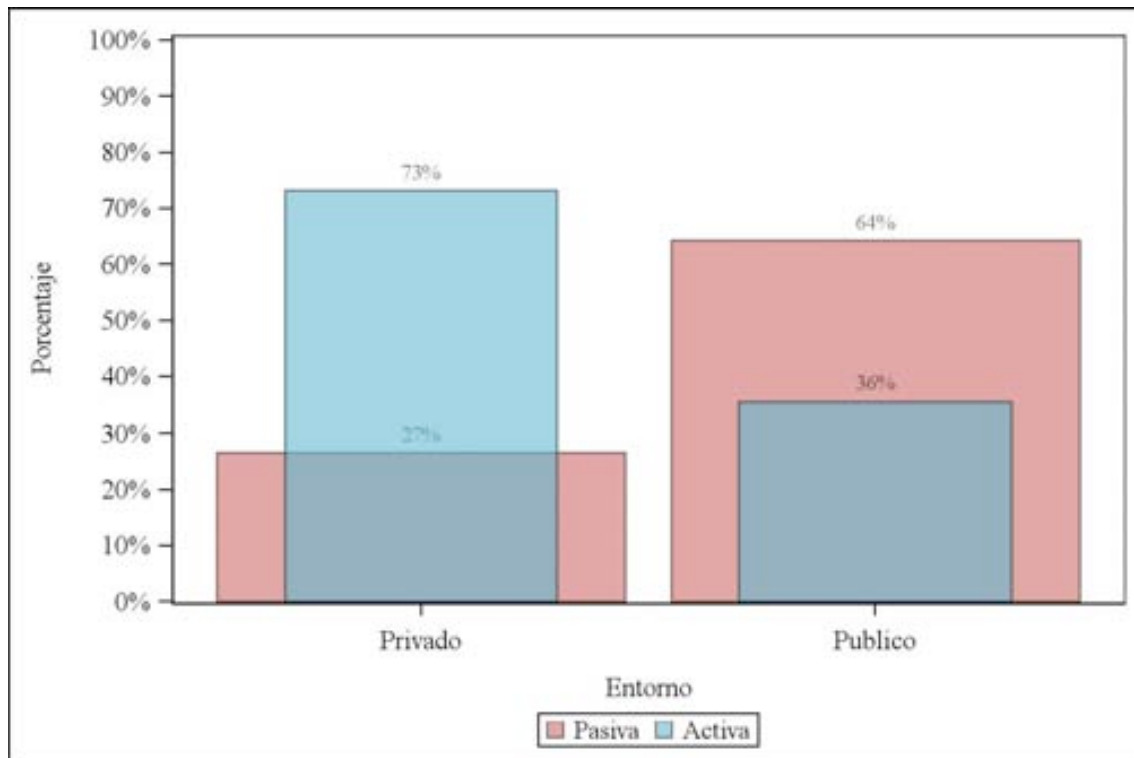


De las imágenes que tienen el entorno 'Privado' los Estereotipos mayoritarios son 'Maniquí', 'Seductora' y 'Femme fatale' todas ellas con 3 imágenes que corresponden a un 27% de las imágenes con Entorno Privado. Un 40% de las imágenes con entorno 'Publico' son 'Maniquí'. Hay 34 imágenes en las que el Estereotipo no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo	Entorno			
	Privado		Publico	
	N	% Columna	N	% Columna
Maniquí	3	27%	8	40%
Cara Bonita	1	9%	7	35%
Fragmento corporal	.	.	1	5%
Seductora	3	27%	2	10%
Femme fatale	3	27%	2	10%
Fragmento erótico	1	9%	.	.
Total	11	100%	20	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Entorno	Comparación según Estereotipo	LR - Chi-Square Test	7.94	5	0.1593

7.5.3.2. Entorno según Estereotipo (Pasiva/Activa)



4 imágenes de las que tienen entorno 'Privado' son 'Pasiva', un 27%. En cambio, 18 imágenes de las que son con entorno 'Publico' son 'Pasiva' un 64%.

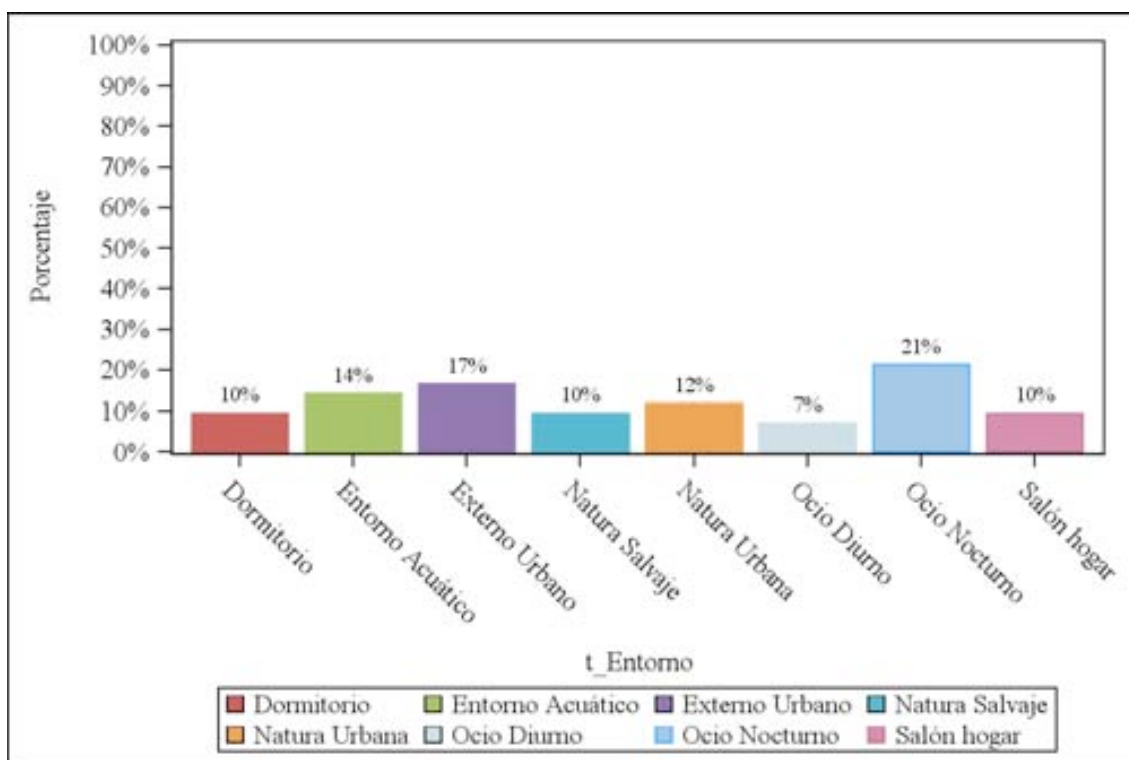
Hay 4 imágenes en las que Activa/Pasiva no está definido, son aquellas imágenes que no fueron elegidas por al menos 28 mujeres en el 'Informe elección de Estereotipos de las imágenes'.

Estereotipo (Pasiva/Activa)	Entorno			
	Privado		Publico	
	N	% Columna	N	% Columna
Pasiva	4	27%	18	64%
Activa	11	73%	10	36%
Total	15	100%	28	100%

variable	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Entorno Comparación según Estereotipo (Pasiva/Activa)	LR - Chi-Square Test	5.69	1	0.0170 *

Existen diferencias estadísticamente significativas en Entorno según el Estereotipo de la imagen sea Pasiva/Activa (LR - Chi-Square Test= 5.69; p_valor=0.0170). Siendo 'Activa' el Estereotipo mayoritario en imágenes con entorno 'Privado' y 'Pasiva' mayoritario en imágenes con entorno 'Publico'.

7.5.4. t_Entorno



t_Entorno	N	%
Dormitorio	4	10%
Entorno Acuático	6	14%
Externo Urbano	7	17%
Natura Salvaje	4	10%
Natura Urbana	5	12%
Ocio Diurno	3	7%
Ocio Nocturno	9	21%
Salón hogar	4	10%
Total	42	100%

Hay 9 imágenes con tipo de entorno ‘Ocio Nocturno’, es el tipo de entorno con más imágenes, un 21% del total.

MODELOS DEL DESEO

Modelado de los rasgos visuales y evaluación de valores
de los estereotipos Mujer Objeto de Deseo en las revistas de moda.
(Tesis Doctoral: Ana Lage Fombuena)

**GRÁFICOS DE LAS
CARACTERÍSTICAS DE LAS
IMÁGENES: LOS RASGOS VISUALES
DE LOS TIPOS Y ESTEREOTIPOS.
- corpus I -**

Índice

1	Objetivo.....	4
2	Material y métodos	4
2.1	Material.....	4
2.2	Métodos Estadísticos	5
3	Estereotipo.....	6
3.1	Maniquí.....	6
3.2	Cara Bonita	10
3.3	Seductora.....	14
3.4	Femme-fatale	17
3.5	Tabla resumen	20
4	Activa/Pasiva.....	24
4.1	Pasiva	24
4.2	Activa.....	28
4.3	Tabla resumen	32

1 Objetivo

Este informe contiene los gráficos y tablas según el Estereotipo definido de las características de los anuncios. Se dispone de 92 imágenes.

2 Material y métodos

2.1 Material

Se han analizado las elecciones de Estereotipo para cada imagen, datos correspondientes a 'BASE DATOS-ETIQUETADO-ANUNCIOS (version 22_5).mdb'.

Los posibles Estereotipos son los siguientes:

- Maniquí
- Cara Bonita
- Fragmento corporal
- Seductora
- Femme fatale
- Fragmento erótico

Se han incorporado las siguientes modificaciones en la Base de Datos:

- Se ha incorporado la elección de Estereotipo de las 55 mujeres procedentes del excel '00TEST-RECEPCION-MUJERES_nov13.xls'. Los resultados de dicha elección pueden ser consultados en el informe previo 'Informe rasgos estables.doc'.
- Accesorios: An=Anillos, Co=Collares, Pu=Pulseras, Bo=Bolso, Go=Gorro, Ga=Gafas, Ot=Otros, Pe=Pendientes, Di=Diadema, Re=Reloj.
Go y Di se pueden sumar a "Ot" (Otros).
(dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52).
- Se han creado los indicadores de los siguientes elementos Atrezzo (datos correspondientes al documento Clasificacion Elementos Atrezzo.doc enviado el 23/12/2013 15:50):
 - Vegetales.
 - Animales.
 - Muebles.
 - Ropa de fiesta.
 - Coche.
 - Rascacielos.
 - Espejo.
- Marca (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Bvlgari, Bvulgari corresponen a Bulgari.
 - Carolina Herrera correspon a Carolina Herrera.
 - Chloe correspon a Chloé.
 - Dolce & Gabbana, Dolce&Gabanna correspon a Dolce&Gabbana.
- Pelo (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 34: Peinado=.
- Ojos (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 77: Ojos Abiertos=Sí
 - Foto 1, Foto 15, Foto 40, Foto 69: Ojos_Abiertos=. Mirada_a_camara=.
- Labios (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 4: Seria_Sonrisa=Seria
 - Foto 22: Seria_Sonrisa=Sonríe

- Foto 34: Labios_maquillados=No
- Sola (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 83: Sola=Sí
- Entorno(dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 4, Foto 5, Foto 21, Foto 36, Foto 39, Foto 79: Entorno=.
 - Foto 15: Entorno=Privado
 - Foto 27, Foto 31, Foto 32, Foto 33, Foto 38, Foto 48, Foto 61, Foto 91): Interior_Exterior=.
 - Foto 46, Foto 56, Foto 57, Foto 67, Foto 73, Foto 77: Interior_Exterior=Interior
 - Foto 47, Foto 76, Foto 90: t_Entorno=.
- Se han incorporado nuevas nomenclaturas de las variables para los gráficos que se presentan a continuación ('LISTADO RASGOS DE LA IMAGEN.docx' enviado el 04/03/2014 15:53).

2.2 Métodos Estadísticos

Por construcción del estudio, los datos analizados son magnitudes categóricas, es decir, son magnitudes que sirven para clasificar a la muestra en grupos o categorías.

Se presenta el gráfico y la tabla con los recuentos y porcentajes de las características de la imagen por cada Estereotipo.

Todos los resultados se han obtenido con el software SAS versión 9.3 (SAS System, Cary, NC, USA, 2013).

MODELOS DEL DESEO

Modelado de los rasgos visuales y evaluación de valores
de los estereotipos Mujer Objeto de Deseo en las revistas de moda.
(Tesis Doctoral: Ana Lage Fombuena)

**ANÁLISIS ESTADÍSTICO
VALIDACIÓN DE
ESTEREOTIPOS
- corpus 2-**

Índex

1 MATERIAL Y MÉTODOS	4
1.1 MATERIAL	4
1.2 LECTURA Y VALIDACIÓN DE LA BASE DE DATOS	4
1.3 OBJETIVO	4
1.4 MÉTODOS ESTADÍSTICOS	4
2 ELECCIÓN DE ESTEREOTIPO	6
2.1 PATRÓN	6
2.2 TIPOS DE MUJER OBJETO DE DESEO: ACTIVA/PASIVA	8
2.3 ESTEREOTIPO DE LA IMAGEN	10
3 RESULTADOS POR IMAGEN	12
3.1 IMAGEN 1	12
3.1.1 PATRÓN	12
3.1.2 TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	15
3.1.3 ESTEREOTIPO	18
3.2 IMAGEN 2	21
3.2.1 PATRÓN	21
3.2.2 TIPOS DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	23
3.2.3 ESTEREOTIPO	26
3.3 IMAGEN 3	29
3.3.1 PATRÓN	29
3.3.2 TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	32
3.3.3 ESTEREOTIPO	35
3.4 IMAGEN 4	38
3.4.1 PATRÓN	38
3.4.2 TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	39
3.4.3 ESTEREOTIPO	42
3.5 IMAGEN 5	45
3.5.1 PATRÓN	45
3.5.2 TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	46
3.5.3 ESTEREOTIPO	49
3.6 IMAGEN 6	52
3.6.1 PATRÓN	52
3.6.2 TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	55
3.6.3 ESTEREOTIPO	58
3.7 IMAGEN 7	61
3.7.1 PATRÓN	61
3.7.2 TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	62
3.7.3 ESTEREOTIPO	65
3.8 IMAGEN 8	68
3.8.1 PATRÓN	68
3.8.2 TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	71

3.8.3	ESTEREOTIPO	74
3.9	IMAGEN 9	77
3.9.1	PATRÓN	77
3.9.2	TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	78
3.9.3	ESTEREOTIPO	81
3.10	IMAGEN 10	84
3.10.1	PATRÓN	84
3.10.2	TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	87
3.10.3	ESTEREOTIPO	90
3.11	IMAGEN 11	93
3.11.1	PATRÓN	93
3.11.2	TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	94
3.11.3	ESTEREOTIPO	97
3.12	IMAGEN 12	100
3.12.1	PATRÓN	100
3.12.2	TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	101
3.12.3	ESTEREOTIPO	104
3.13	IMAGEN 13	107
3.13.1	PATRÓN	107
3.13.2	TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	108
3.13.3	ESTEREOTIPO	111
3.14	IMAGEN 14	114
3.14.1	PATRÓN	114
3.14.2	TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	117
3.14.3	ESTEREOTIPO	120
3.15	IMAGEN 15	123
3.15.1	PATRÓN	123
3.15.2	TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	124
3.15.3	ESTEREOTIPO	127
3.16	IMAGEN 16	130
3.16.1	PATRÓN	130
3.16.2	TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO: PASIVA / ACTIVA	133
3.16.3	ESTEREOTIPO	136
3.17	TABLA RESUMEN CONTRASTES	139
3.17.1	EDAD	139
3.17.2	SEXO	140
4	DEFINICIÓN DE ESTEREOTIPOS ASOCIADOS A CADA IMAGEN	141

1 Material y Métodos

1.1 Material

Se dispone de la base de Datos “RESPUESTAS-ESTEREOTIPOS.xls” recibida el día 22/06/2015, con la información de la elección de estereotipos de las 16 imágenes de 59 personas.

1.2 Lectura y validación de la Base de Datos

La lectura y gestión de la base de datos ha sido realizada con el software: SAS v9.3, SAS Institute Inc., Cary, NC, USA.

Se ha realizado una validación de la consistencia interna de las variables de la base de datos, así como, valores fuera de rango y valores faltantes, para asegurar totalmente su fiabilidad. Una vez finalizado el proceso de validación, la base de datos ha sido cerrada.

La mayoría de las personas encuestadas corresponden a estudiantes con un perfil muy similar. Es por este motivo que se presentan las comparaciones de la edad (en dos grupos: 14-34 y 35 o más) y el sexo, para ver si estas características influyen en la elección de estereotipos.

1.3 Objetivo

El objetivo de este estudio es poder definir el tipo de estereotipo de cada una de las 16 imágenes en las que se centra el estudio.

Los participantes responden para cada imagen 3 características:

- ¿Es Mujer Objeto de Deseo? Sí, No, o bien, NS/NC
- Pasiva / Activa: Pasiva, Activa, Ninguno de éstos, o bien, NS/NC
- Estereotipo de la imagen: Maniquí, Cara Bonita, Seductora, Mujer Fatal, Ninguno de éstos, o bien, NS/NC

A partir de los análisis de esta parte se verifica que es Mujer Objeto de Deseo y se define el tipo de mujer objeto de Deseo (Pasiva/Activa) y el estereotipo (Maniquí, Cara Bonita, Seductora, Mujer Fatal) de cada imagen que viene definido por mayoría absoluta. Es decir, si más del 50% de los 59 participantes han elegido un mismo Estereotipo, este será el Estereotipo de la imagen; en otro caso, esa imagen no tendrá asociado ningún Estereotipo.

1.4 Métodos Estadísticos

Por construcción del estudio, los datos analizados son magnitudes categóricas, es decir, son magnitudes que sirven para clasificar a la muestra en grupos o categorías.

En primer lugar, se presenta para todas las imágenes, el gráfico y la tabla resumen con los recuentos y porcentajes de:

- Patrón: Mujer Objeto de Deseo.
- Tipos: Pasiva/Activa.
- Estereotipo de la imagen: Maniquí, Cara Bonita, Seductora, Mujer Fatal.

En segundo lugar, se presentan los resultados de la elección de Estereotipo. Por cada imagen se presentan:

- El gráfico y la tabla con los porcentajes de cada elección de Estereotipo: Patrón, Tipos y Estereotipo.
- Análisis bivariado de la elección de Estereotipo de la imagen según cada categoría de Edad ('14-34' y '35 o más'). Para este análisis se presenta el gráfico y la tabla con los recuentos y porcentajes de cada Estereotipo según la edad de los participantes. Estos resultados descriptivos se apoyan con la prueba Chi-cuadrado de Pearson (o el test de razón de verosimilitudes según sea conveniente, LR - Chi-Square test, Fisher Exact Test) para contrastar la asociación entre la edad de la electora y el Estereotipo elegido.
- Análisis bivariado de la elección de Estereotipo de la imagen según el género de los participantes. Para este análisis se presenta el gráfico y la tabla con los recuentos y porcentajes de cada Estereotipo según el sexo de cada votante. Estos resultados descriptivos se apoyan con la prueba Chi-cuadrado de Pearson (o el test de razón de verosimilitudes según sea conveniente, LR - Chi-Square test, Fisher Exact Test) para contrastar la asociación entre el nivel de estudios de la electora y el Estereotipo elegido.

En tercer lugar, se reporta una tabla resumen de los contrastes de elección de Estereotipo según edad y sexo: ¿Hay diferencias estadísticamente significativas en la elección del Estereotipo según la Edad/el sexo de los participantes?

Finalmente, se presenta la tabla con todas las imágenes y la asignación de Estereotipo y Activa/Pasiva según se cumpla la condición establecida anteriormente de que haya más de la mitad de mujeres con la misma elección.

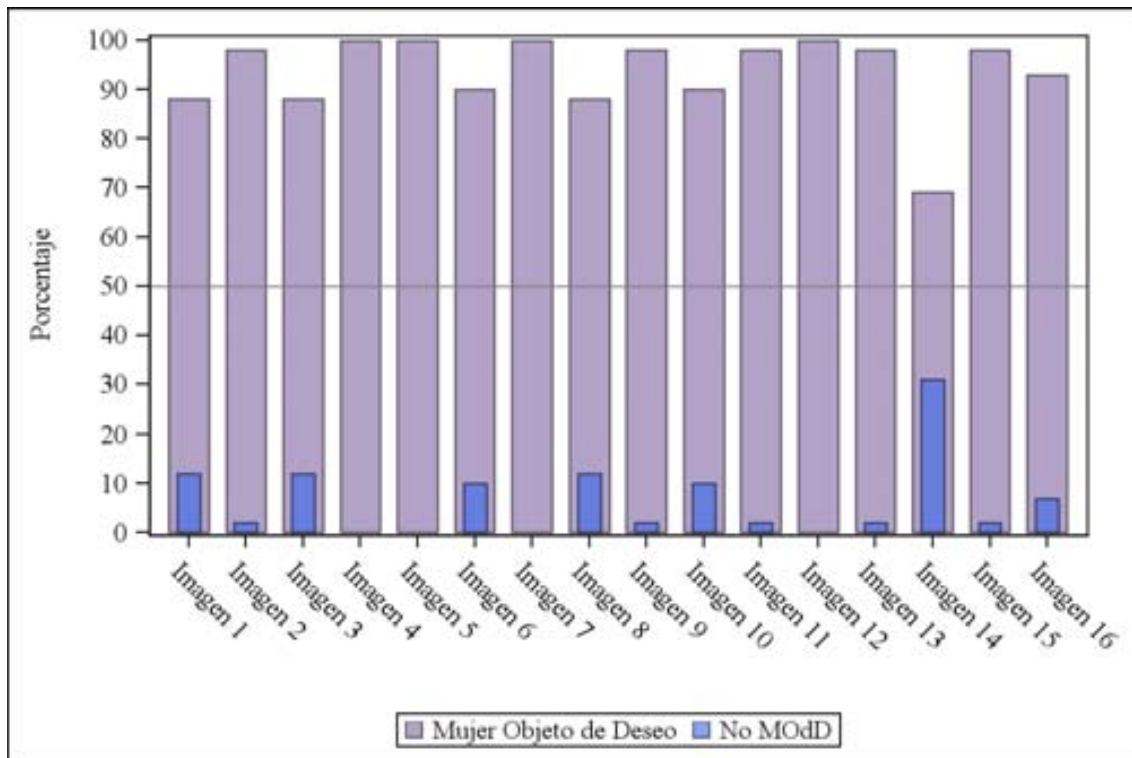
Para la toma de decisiones estadísticas se ha fijado el nivel de significación del 5%.

Todos los resultados se han obtenido con el software SAS versión 9.3 (SAS System, Cary, NC, USA, 2013).

2 Elección de Estereotipo

Se presenta una tabla y un gráfico con el recuento y porcentaje de todos los individuos a la elección de estereotipo de cada imagen.

2.1 Patrón



Todas las imágenes han sido definidas como Mujer Objeto de Deseo por la mayoría de los individuos.

En la mayoría de casos, la imagen ha sido valorada como Mujer Objeto de Deseo por más de 50 personas (de las 59 personas que respondieron).

Se debe destacar que la imagen 14 es la imagen con menos unanimidad en este aspecto, ya que, tan sólo ha sido elegida con Patrón Mujer Objeto de Deseo por 41 personas (69%).

En la siguiente tabla se presenta la tabla con los recuentos, y el porcentaje que representa entre paréntesis.

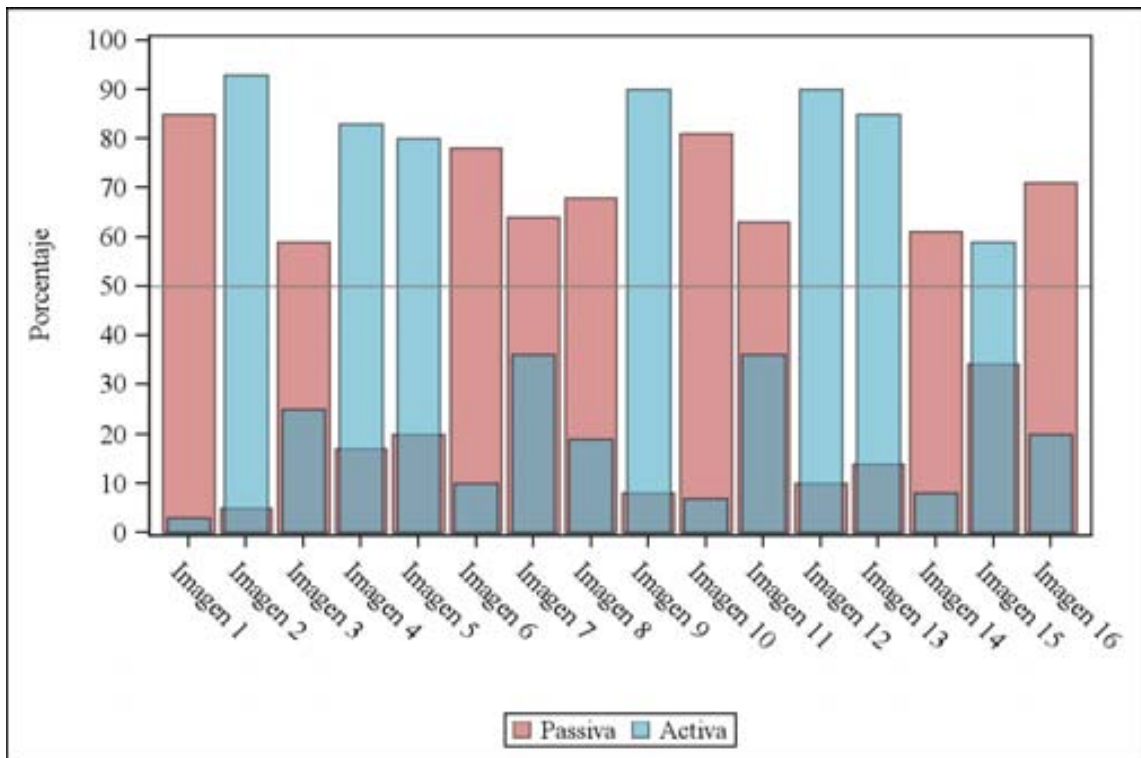
La imagen 1, ha sido elegida por 52 personas (88%) como Mujer Objeto de Deseo. En cambio, por 7 personas (12%), esta imagen no corresponde a una Mujer Objeto de Deseo.

Patrón			
Imagen	Mujer Objeto de Deseo	No MO	Total_respuestas
Imagen 1	52 (88%)	7 (12%)	59
Imagen 2	58 (98%)	1 (2%)	59
Imagen 3	52 (88%)	7 (12%)	59
Imagen 4	59 (100%)		59
Imagen 5	59 (100%)		59
Imagen 6	53 (90%)	6 (10%)	59
Imagen 7	59 (100%)		59
Imagen 8	52 (88%)	7 (12%)	59
Imagen 9	58 (98%)	1 (2%)	59
Imagen 10	53 (90%)	6 (10%)	59
Imagen 11	58 (98%)	1 (2%)	59
Imagen 12	59 (100%)		59
Imagen 13	58 (98%)	1 (2%)	59
Imagen 14	41 (69%)	18 (31%)	59
Imagen 15	58 (98%)	1 (2%)	59
Imagen 16	55 (93%)	4 (7%)	59

2.2 Tipos de Mujer Objeto de Deseo: Activa/Pasiva

Se presenta un gráfico y una tabla con los recuentos y porcentaje de la elección de las 11 imágenes. Marcado en **negrita** la opción con mayoría absoluta (más del 50% de respuestas).

En el siguiente gráfico tan sólo se presentan los porcentajes de respuestas Pasiva/Activa, no se han representado las respuestas: No responde y Ninguno de éstos.



Todas las imágenes han sido definidas como Mujer Objeto de Deseo Pasiva o Activa, en algunos casos es evidente, el porcentaje es muy elevado. En otras, como la imagen 3, 7, 8, 11, 14 y 15, la mayoría absoluta se alcanza por menos del 70% de respuestas.

Observamos que la imagen 14, ha sido elegida como Pasiva por 36 personas (un 61% del total) y como Activa por 5 personas (8%). Además No han respondido 18 personas (31%), debemos resaltar que ésta imagen, por muchos participantes (31%), no era una Mujer Objeto de Deseo.

La imagen 3, ha sido elegida cómo Mujer Objeto de Deseo Pasiva por 35 personas (un 59%). Además:

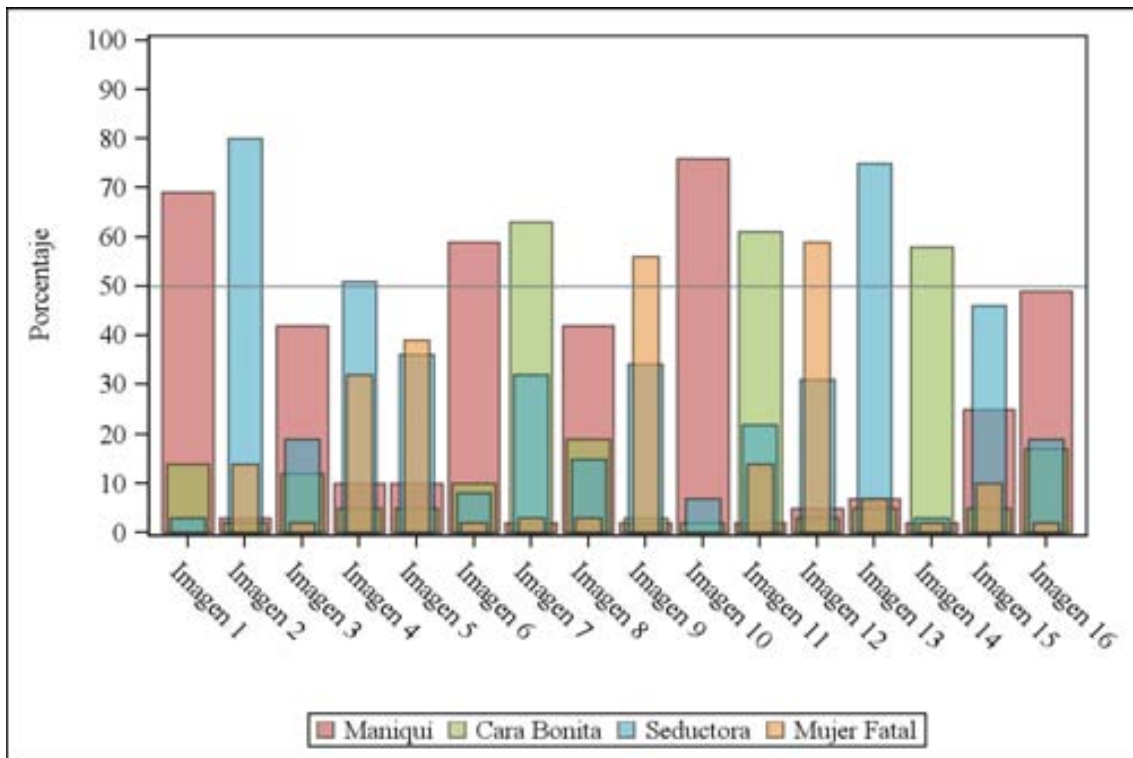
- 15 personas han votado Activa (25%).
- 7 personas (12%) no han respondido.
- 2 personas (3%) encuentran que es Mujer Objeto de Deseo, pero no es ni Pasiva, ni Activa.

Imagen	Tipo de Mujer Objeto de Deseo				Total_respuestas
	Pasiva	Activa	No responde	Ninguno de éstos	
Imagen 1	50 (85%)	2 (3%)	7 (12%)		59
Imagen 2	3 (5%)	55 (93%)	1 (2%)		59
Imagen 3	35 (59%)	15 (25%)	7 (12%)	2 (3%)	59
Imagen 4	10 (17%)	49 (83%)			59
Imagen 5	12 (20%)	47 (80%)			59
Imagen 6	46 (78%)	6 (10%)	6 (10%)	1 (2%)	59
Imagen 7	38 (64%)	21 (36%)			59
Imagen 8	40 (68%)	11 (19%)	7 (12%)	1 (2%)	59
Imagen 9	5 (8%)	53 (90%)	1 (2%)		59
Imagen 10	48 (81%)	4 (7%)	6 (10%)	1 (2%)	59
Imagen 11	37 (63%)	21 (36%)	1 (2%)		59
Imagen 12	6 (10%)	53 (90%)			59
Imagen 13	8 (14%)	50 (85%)	1 (2%)		59
Imagen 14	36 (61%)	5 (8%)	18 (31%)		59
Imagen 15	20 (34%)	35 (59%)	1 (2%)	3 (5%)	59
Imagen 16	42 (71%)	12 (20%)	4 (7%)	1 (2%)	59

2.3 Estereotipo de la imagen

Se presenta un gráfico y una tabla con los recuentos y porcentaje de la elección de las 11 imágenes. Marcado en **negrita** la opción con mayoría absoluta (más del 50% de respuestas).

En el siguiente gráfico tan sólo se presentan los porcentajes de respuestas de algún Estereotipo, no se han representado las respuestas: No responde y Ninguno de éstos.



En las imágenes 1, 2, 10 y 13 más del 65% de personas han votado el mismo Estereotipo. En las imágenes 4, 6, 7, 9, 11, 12 y 14 entre el 50-65% de las personas han elegido el mismo Estereotipo. Es decir, se ha alcanzado la mayoría absoluta aunque en esta ocasión hay más variabilidad en las respuestas.

Las imágenes 3, 5, 8, 15 y 16 no se ha alcanzado mayoría absoluta, entonces, para estas imágenes no se ha podido establecer el Estereotipo de la imagen.

La imagen 2, ha sido elegida como Seductora por 47 personas (80%). Además hay 2 personas que la votaron como Maniquí, 1 como Cara Bonita, 8 como Mujer Fatal, y una persona No respondió.

Para la imagen 3 no se ha podido establecer el Estereotipo de la imagen, ya que, 25 personas han valorado que la imagen correspondía al Estereotipo Maniquí, aunque tan sólo representan un 42% del total (menos del 50%). Además esta imagen también la han valorado como Seductora 11 personas (19%), Cara Bonita por 7 personas y Mujer Fatal por 1 persona. 9 personas no han respondido, y 6 han contestado que no es ninguno de los disponibles en el cuadro.

La imagen 4, ha sido elegida cómo Seductora por 30 personas (un 51%). Además:

- 6 personas han votado Maniquí (10%), 3 personas Cara Bonita (5%).
- 19 personas (32%) Mujer Fatal.
- 1 persona ha expresado que no era ningún Estereotipo de los disponibles.

Imagen	Estereotipo						Total_respuestas
	Maniquí	Cara Bonita	Seductora	Mujer Fatal	No responde	Ninguno de éstos	
Imagen 1	41 (69%)	8 (14%)	2 (3%)		7 (12%)	1 (2%)	59
Imagen 2	2 (3%)	1 (2%)	47 (80%)	8 (14%)	1 (2%)		59
Imagen 3	25 (42%)	7 (12%)	11 (19%)	1 (2%)	9 (15%)	6 (10%)	59
Imagen 4	6 (10%)	3 (5%)	30 (51%)	19 (32%)		1 (2%)	59
Imagen 5	6 (10%)	3 (5%)	21 (36%)	23 (39%)		6 (10%)	59
Imagen 6	35 (59%)	6 (10%)	5 (8%)	1 (2%)	7 (12%)	5 (8%)	59
Imagen 7	1 (2%)	37 (63%)	19 (32%)	2 (3%)			59
Imagen 8	25 (42%)	11 (19%)	9 (15%)	2 (3%)	8 (14%)	4 (7%)	59
Imagen 9	1 (2%)	2 (3%)	20 (34%)	33 (56%)	1 (2%)	2 (3%)	59
Imagen 10	45 (76%)	1 (2%)	4 (7%)		7 (12%)	2 (3%)	59
Imagen 11	1 (2%)	36 (61%)	13 (22%)	8 (14%)	1 (2%)		59
Imagen 12	3 (5%)	2 (3%)	18 (31%)	35 (59%)		1 (2%)	59
Imagen 13	4 (7%)	3 (5%)	44 (75%)	4 (7%)	1 (2%)	3 (5%)	59
Imagen 14	1 (2%)	34 (58%)	2 (3%)	1 (2%)	18 (31%)	3 (5%)	59
Imagen 15	15 (25%)	3 (5%)	27 (46%)	6 (10%)	3 (5%)	5 (8%)	59
Imagen 16	29 (49%)	10 (17%)	11 (19%)	1 (2%)	5 (8%)	3 (5%)	59

3 Resultados por imagen

En este apartado se presenta por cada imagen, los resultados de la elección del tipo de Estereotipo de manera desagregada.

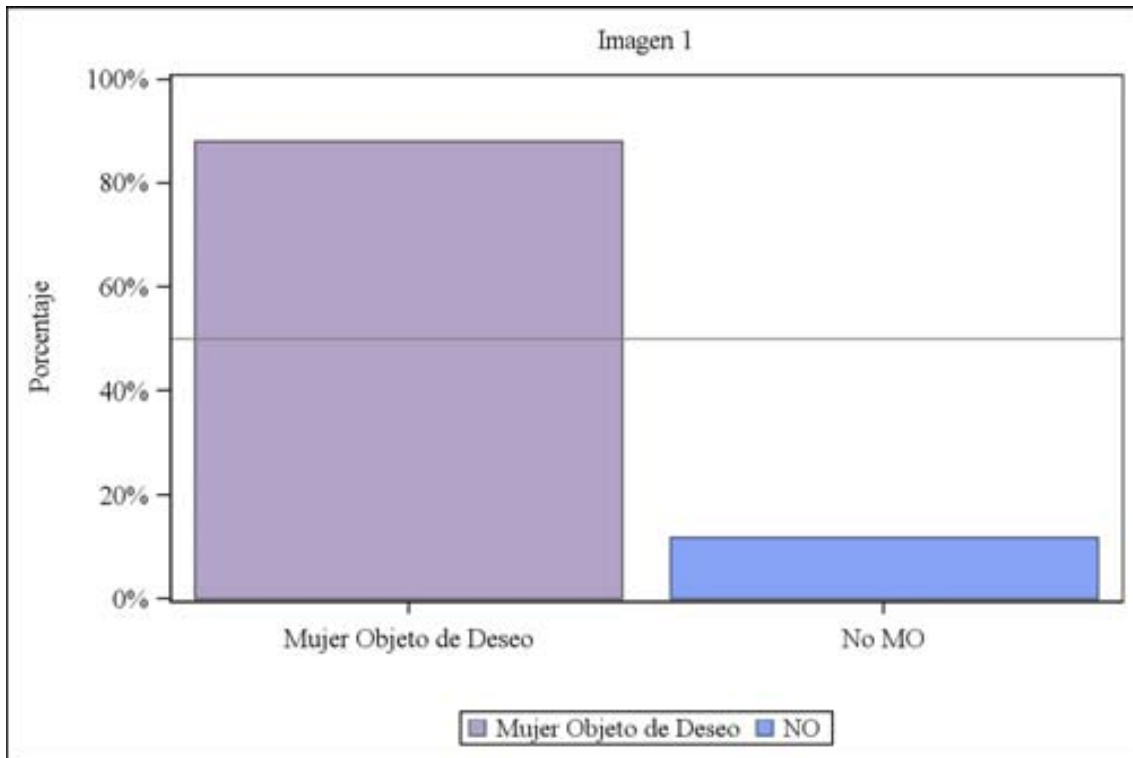
Se presentan 3 partes correspondientes a la Elección de: Patrón, Tipos y Estereotipo.

En cada una de estas partes se presenta:

- El gráfico y la tabla con el recuento y porcentaje de cada una de las opciones elegidas.
- El cruce de la elección según la edad de los participantes, para determinar si hay diferencias en la elección según la edad.
- El cruce de la elección según el sexo de los participantes, para determinar si hay diferencias en la elección según género.

3.1 Imagen 1

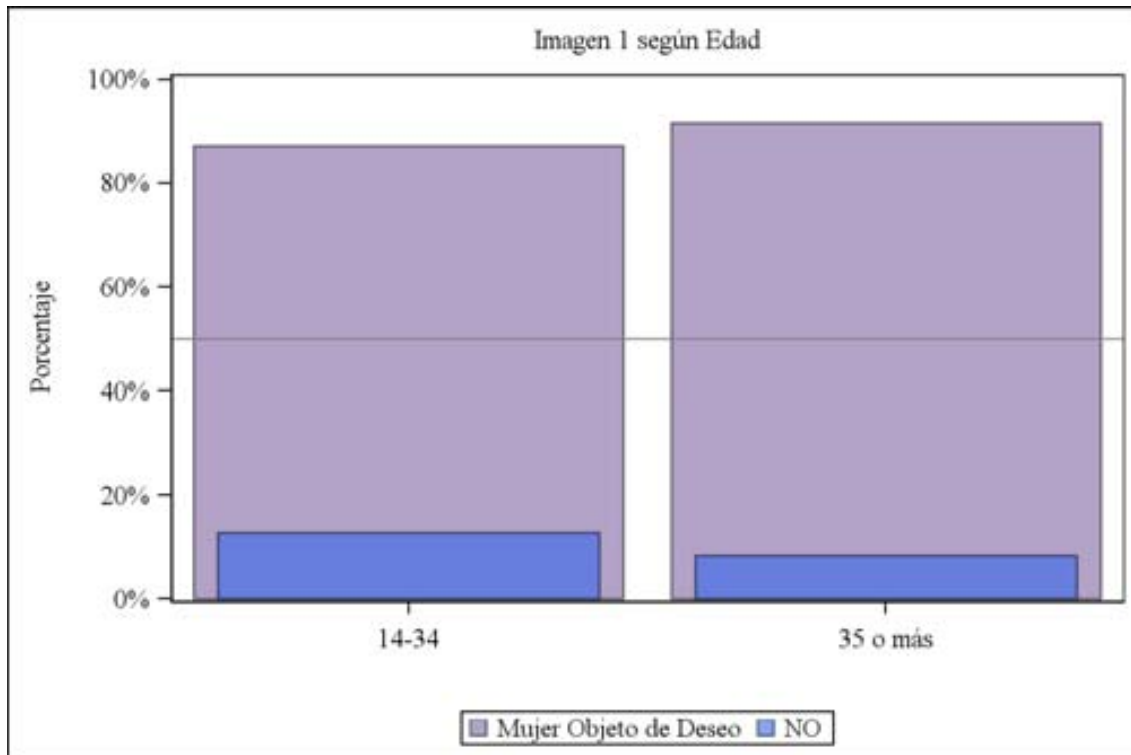
3.1.1 Patrón



52 personas (un 88.1%) han elegido que la imagen correspondía a Mujer Objeto de Deseo.

Patrón		N	%
Imagen 1	Mujer Objeto de Deseo	52	88.1%
	No MO	7	11.9%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

Imagen 1 según Edad



De las 47 personas de 14-34 años: hay 41 (un 87%) que han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo. El resto, 6 personas, han votado que la imagen no es Mujer Objeto de Deseo.

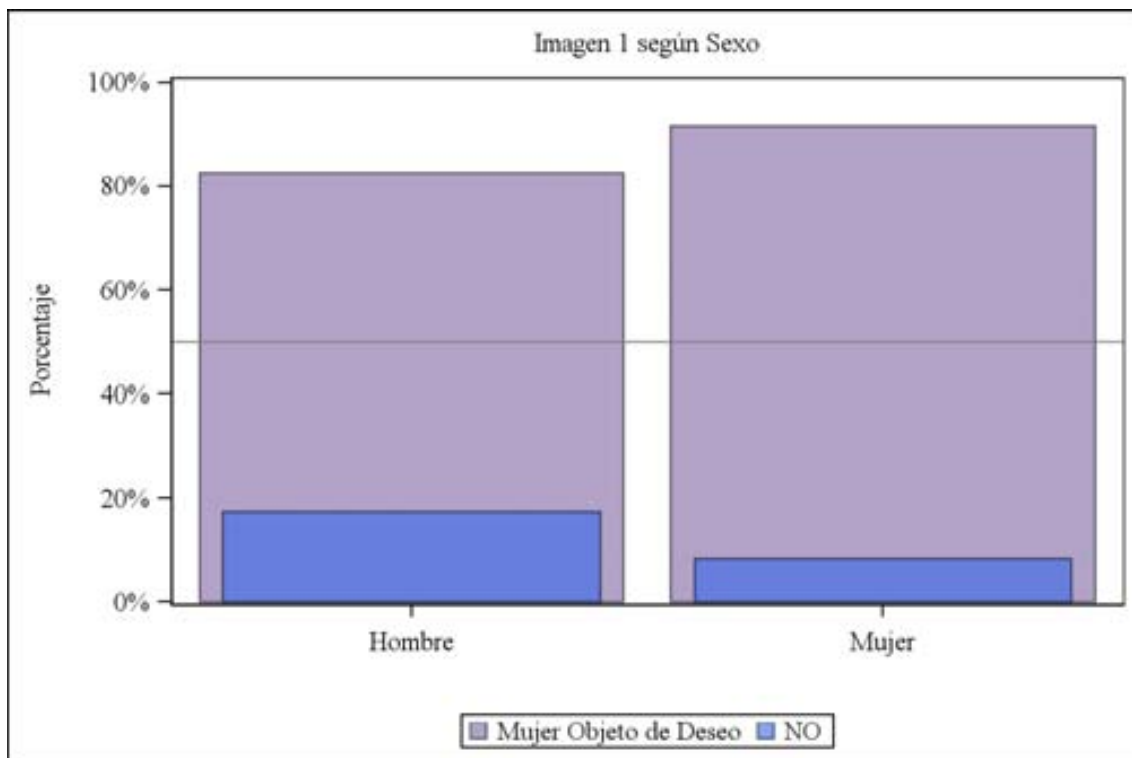
De las 12 persona de 35 años o más: el 91.7% la han identificado como Mujer Objeto de Deseo.

		14-34		35 o más	
Patrón		N	%	N	%
Imagen 1	Mujer Objeto de Deseo	41	87.2%	11	91.7%
	No MO	6	12.8%	1	8.3%
		47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en el patrón de la imagen:

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 1	Comparación según Edad Patrón	Chi-Square Test	0.18	1	0.6717

Imagen 1 según Sexo



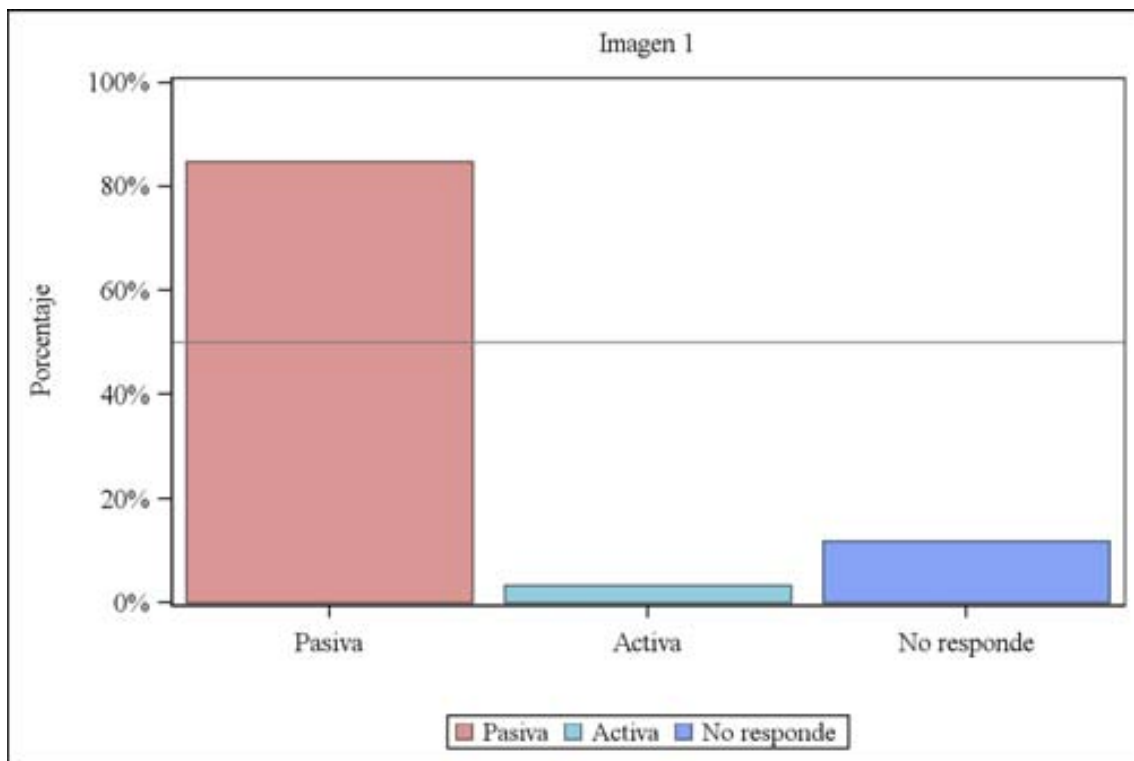
En la Imagen 1, de los 23 hombres, un 82% han elegido la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo. De las 36 mujeres, un 91.7% han elegido la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo.

		Hombre		Mujer	
Patrón		N	%	N	%
Imagen 1	Mujer Objeto de Deseo	19	82.6%	33	91.7%
	No MO	4	17.4%	3	8.3%
		23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de si el Patrón de la imagen:

			Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 1	Comparación según sexo	Patrón	Exact's Fisher Test	1.10	1	0.4146

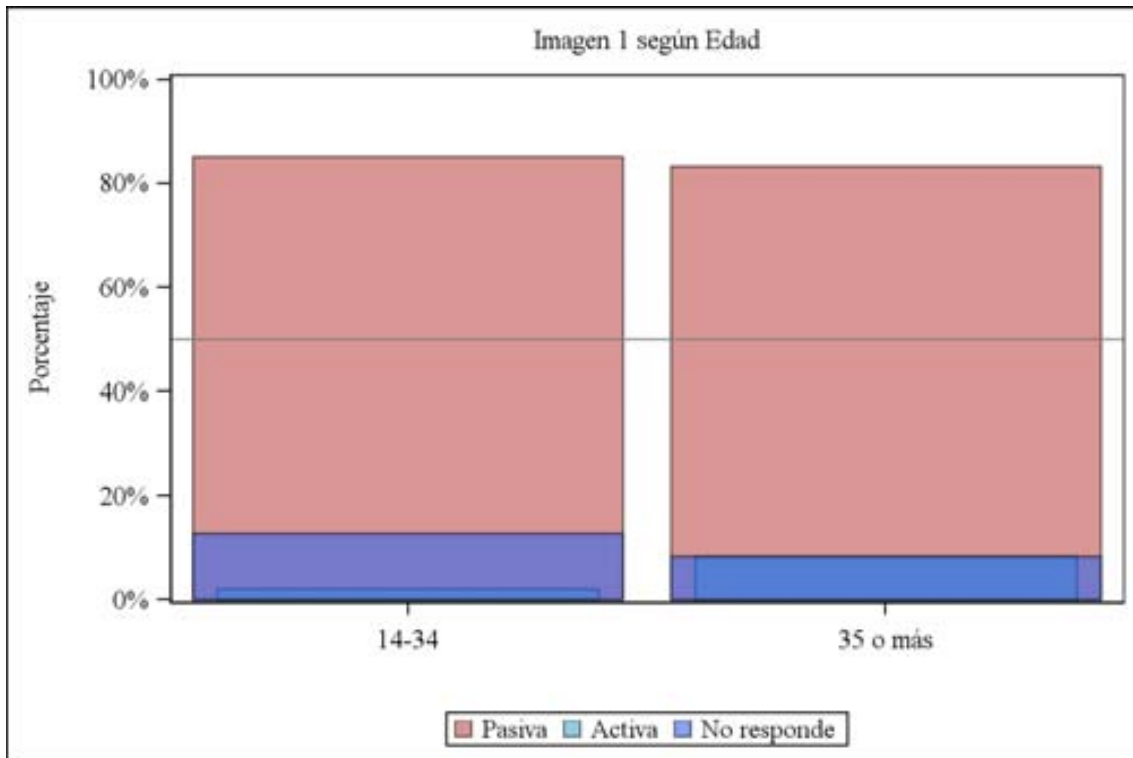
3.1.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 84.7% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 1	Pasiva	50	84.7%
	Activa	2	3.4%
	No responde	7	11.9%
		59	100.0%
TIPOS: Pasiva			

Imagen 1 según Edad



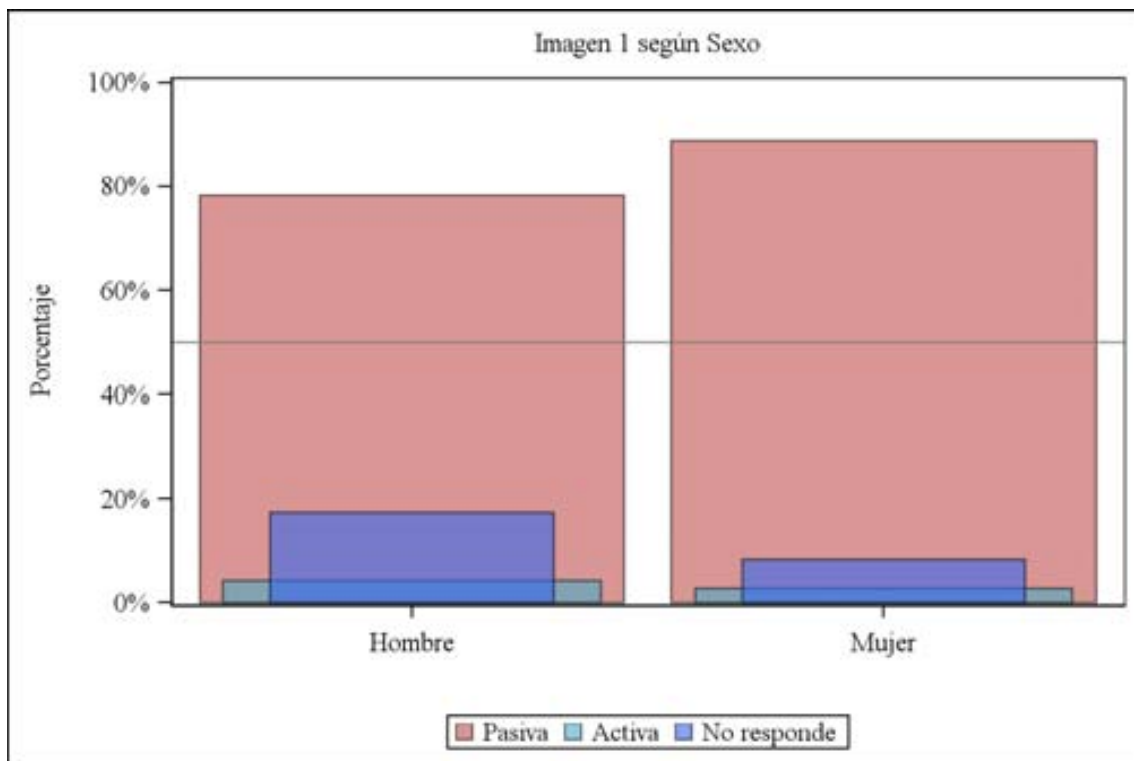
En ambas categorías de edad: cerca de un 85% de los participantes han elegido que esta imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 1 Pasiva	40	85.1%	10	83.3%
Activa	1	2.1%	1	8.3%
No responde	6	12.8%	1	8.3%
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 1	Comparación según Edad Tipos	LR - Chi-Square Test	1.04	2	0.5935

Imagen 1 según Sexo



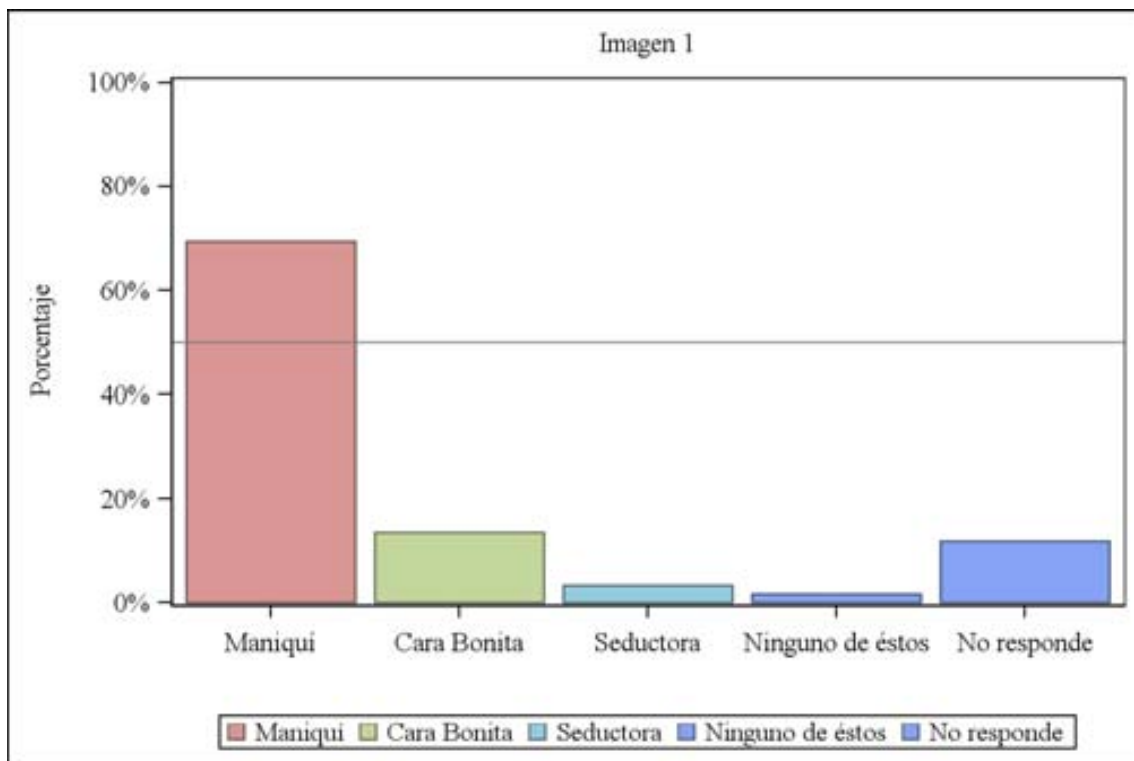
Observamos que en ambos sexos se obtiene un porcentaje de respuestas imagen Pasiva superior al 75%. Aunque en el caso de los hombres, hay un 17% que no han respondido a ésta pregunta.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 1 Pasiva	18	78.3%	32	88.9%
Activa	1	4.3%	1	2.8%
No responde	4	17.4%	3	8.3%
	23	100.0%	36	100.0%
Tipo de Estereotipo: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 1 Comparación según sexo	Tipos LR - Chi-Square Test	1.23	2	0.5411

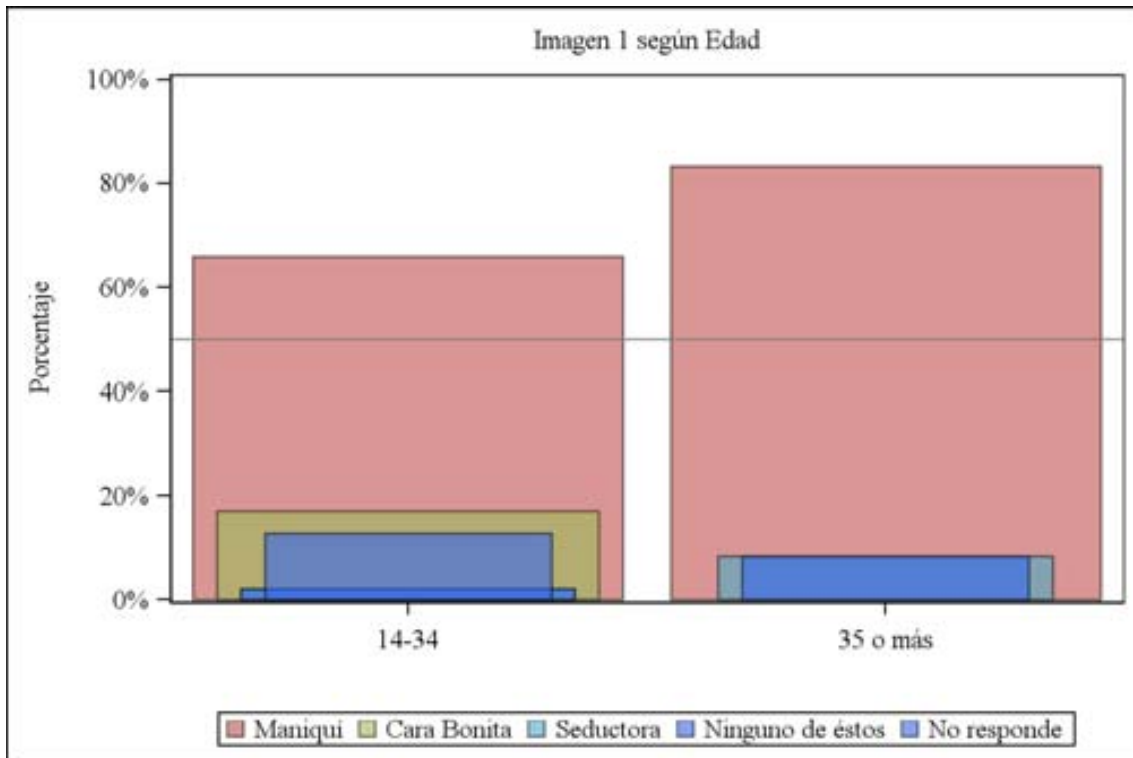
3.1.3 Estereotipo



La mayoría de personas han elegido que la imagen 1 corresponde al Estereotipo Maniquí, 41 personas (69.5%).

	Estereotipo	N	%
Imagen 1	Maniquí	41	69.5%
	Cara Bonita	8	13.6%
	Seductora	2	3.4%
	Ninguno de éstos	1	1.7%
	No responde	7	11.9%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO: Maniquí			

Imagen 1 según Edad



Observamos que en los más jóvenes hay más variabilidad en la elección de Estereotipo, aunque esto ocurre también por la diferencia de personas en cada categoría. El Estereotipo Maniquí ha sido elegido por:

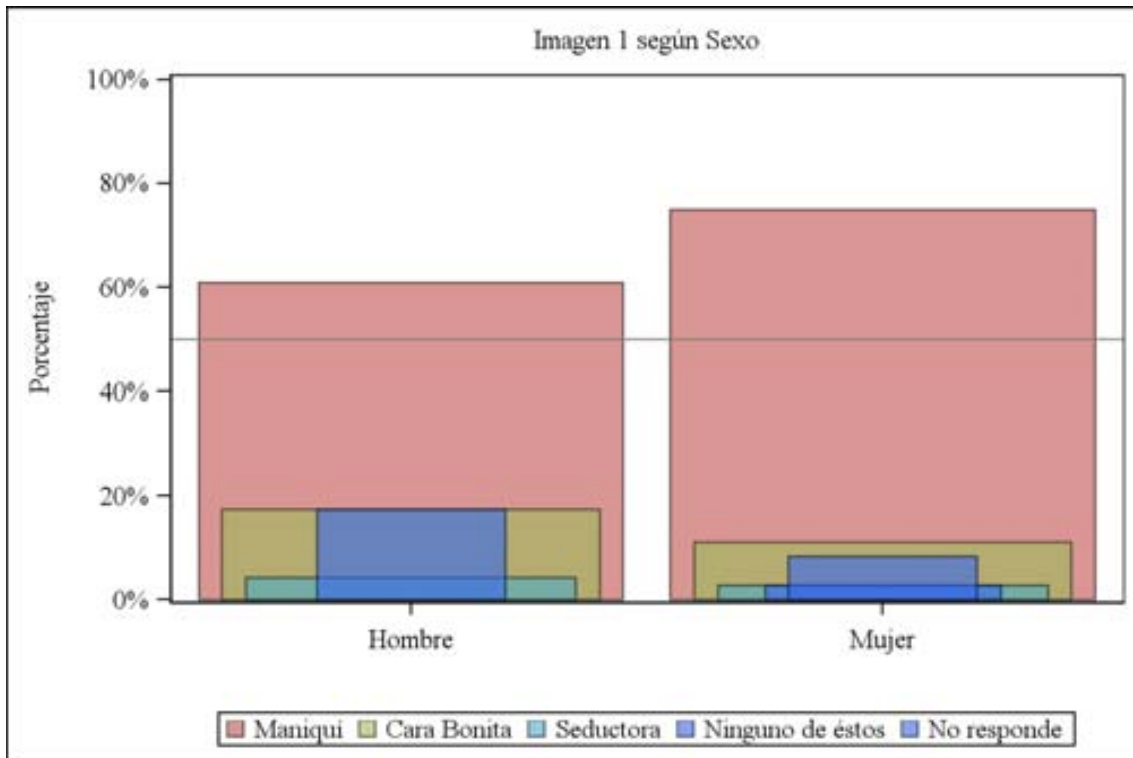
- un 66% de las personas de 14-34 años.
- Un 83.3% de las personas de 35 años o más.

Estereotipo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 1 Maniquí	31	66.0%	10	83.3%
Cara Bonita	8	17.0%	.	.
Seductora	1	2.1%	1	8.3%
Ninguno de éstos	1	2.1%	.	.
No responde	6	12.8%	1	8.3%
	47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO: Maniquí				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 1 Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	5.53	4	0.2371

Imagen 1 según Sexo



La imagen 1 ha sido elegida cómo maniquí. Observamos que el porcentaje de mujeres que han valorado este Estereotipo es superior al de hombres:

- un 60.1% de los hombres.
- un 75% de las mujeres.

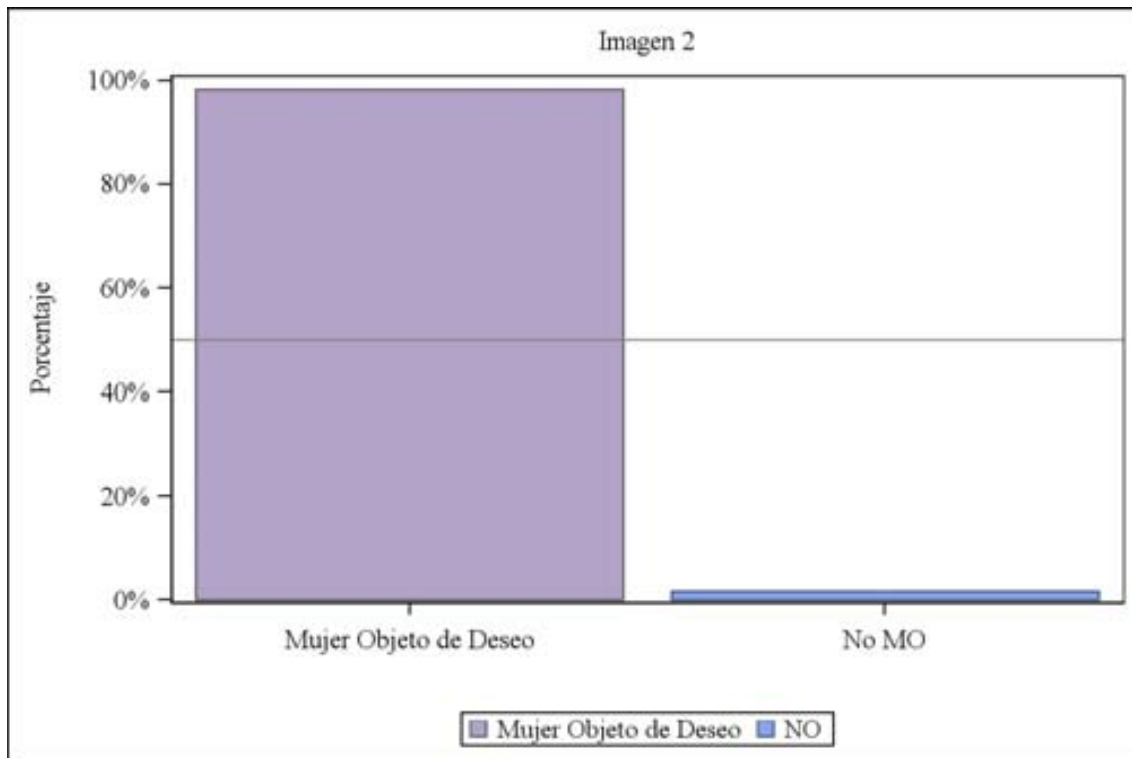
Estereotipo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 1 Maniquí	14	60.9%	27	75.0%
Cara Bonita	4	17.4%	4	11.1%
Seductora	1	4.3%	1	2.8%
Ninguno de éstos	.	.	1	2.8%
No responde	4	17.4%	3	8.3%
	23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO: Maniquí				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 1 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	2.84	4	0.5857

3.2 Imagen 2

3.2.1 Patrón



58 personas (un 98.3%) han elegido que la imagen correspondía a Mujer Objeto de Deseo. Tan sólo una persona NO ha considerado que la imagen correspondía a una Mujer Objeto de Deseo.

	Patrón	N	%
Imagen 2	Mujer Objeto de Deseo	58	98.3%
	No MO	1	1.7%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

Imagen 2 según Edad

La persona que ha considerado que la imagen NO corresponde a una Mujer Objeto de Deseo tiene entre 14 y 34 años.

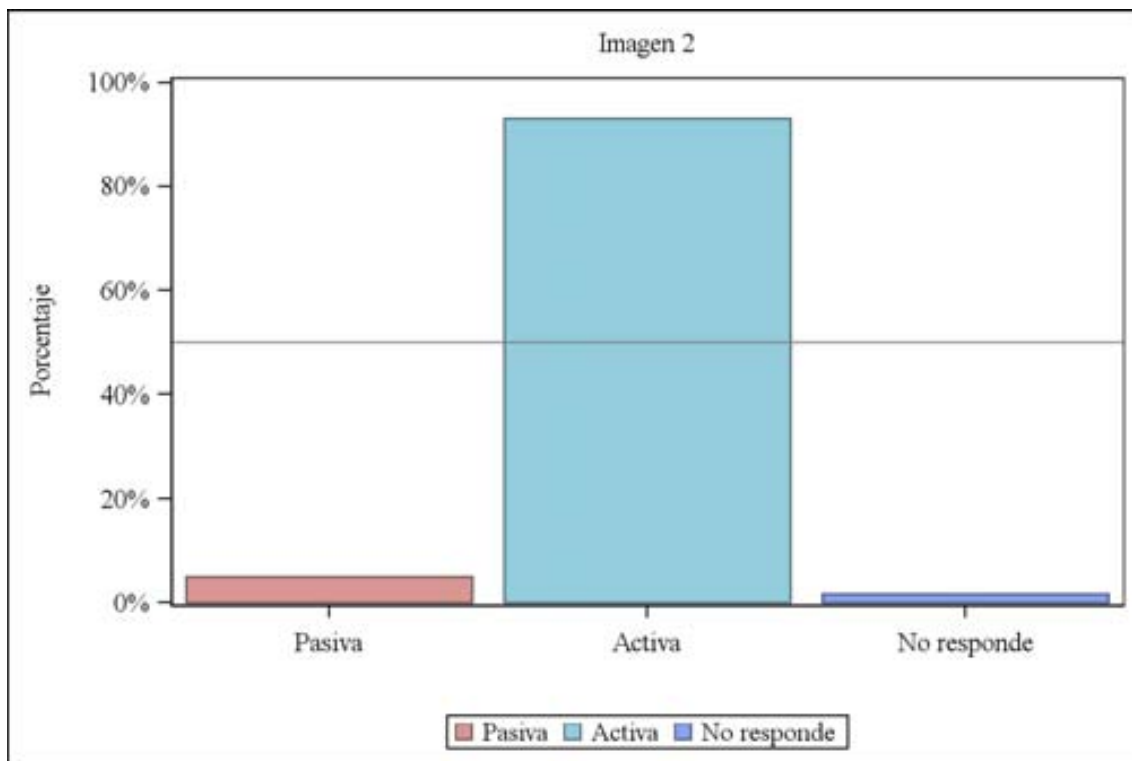
Patrón	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 2 Mujer Objeto de Deseo	46	97.9%	12	100.0%
No MO	1	2.1%	.	.
	47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo				

Imagen 2 según Sexo

La persona que ha considerado que la imagen NO corresponde a una Mujer Objeto de Deseo es un hombre.

Patrón	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 2 Mujer Objeto de Deseo	22	95.7%	36	100.0%
No MO	1	4.3%	.	.
	23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo				

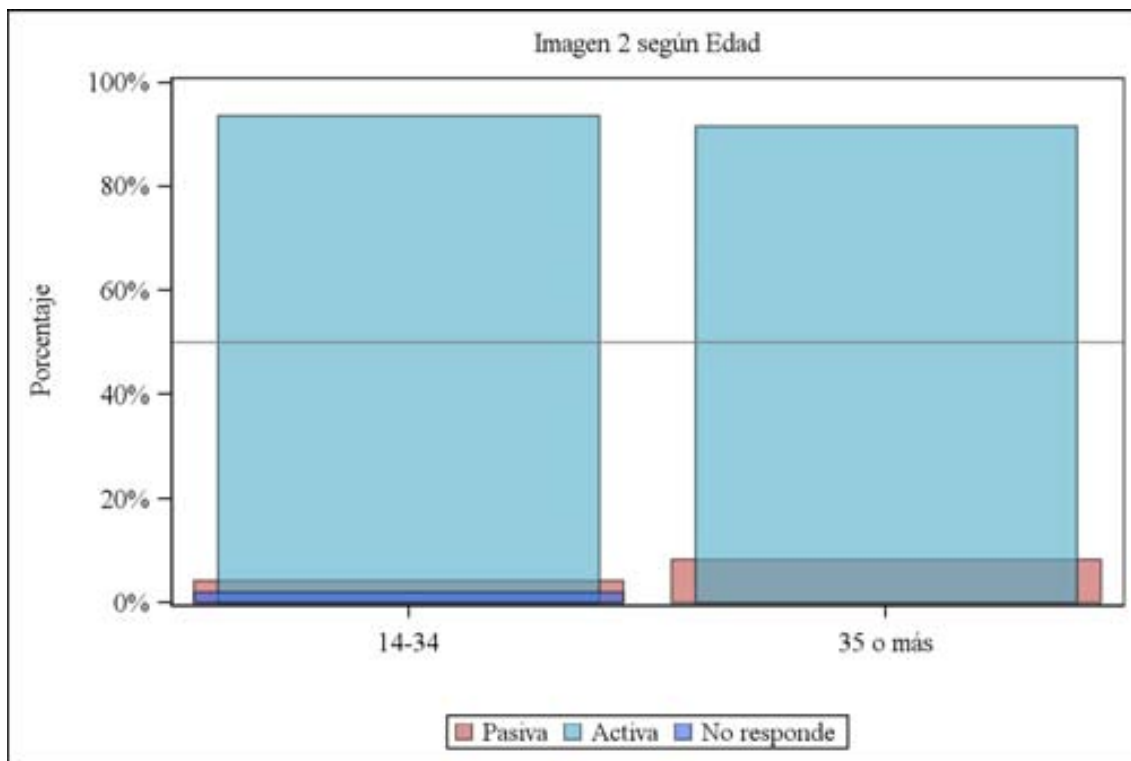
3.2.2 Tipos de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 93.2% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Activa. Además, 3 personas han considerado que la imagen es Pasiva y una persona No ha respondido.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 2	Pasiva	3	5.1%
	Activa	55	93.2%
	No responde	1	1.7%
		59	100.0%
TIPOS: Activa			

Imagen 2 según Edad



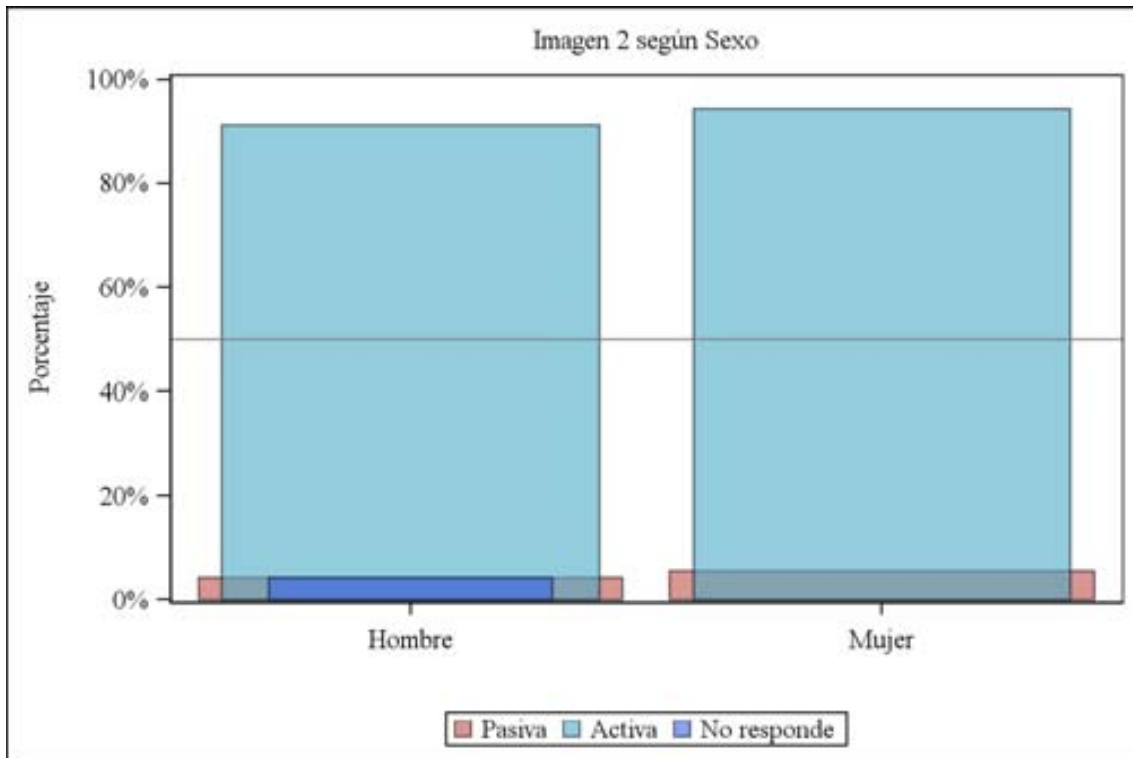
En ambas categorías de edad: cerca de un 85% de los participantes han elegido que esta imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo Activa.

		14-34		35 o más	
Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%	N	%
Imagen 2	Pasiva	2	4.3%	1	8.3%
	Activa	44	93.6%	11	91.7%
	No responde	1	2.1%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Activa					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 2	Comparación según Edad	Tipos LR - Chi-Square Test	0.73	2	0.6927

Imagen 2 según Sexo



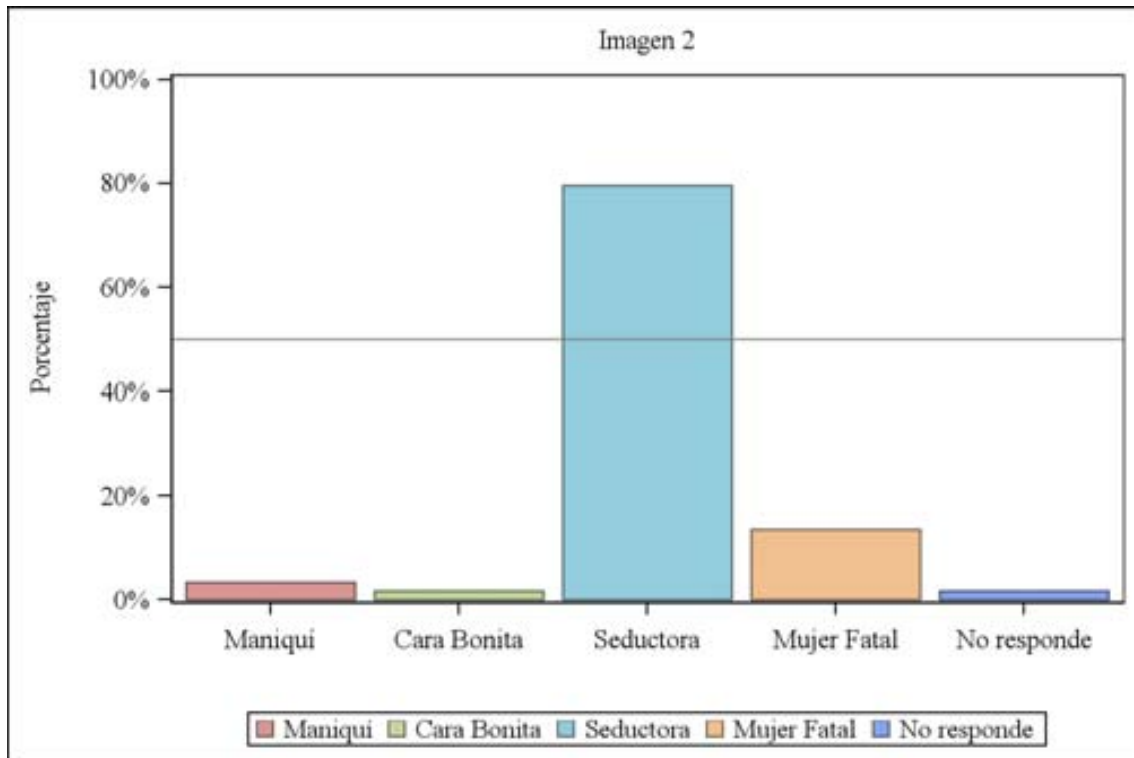
Observamos que en ambos sexos se obtiene un porcentaje de respuestas imagen Activa superior al 90%.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 2 Pasiva	1	4.3%	2	5.6%
Activa	21	91.3%	34	94.4%
No responde	1	4.3%	.	.
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Activa				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 2 Comparación según sexo Tipos	LR - Chi-Square Test	1.94	2	0.3791

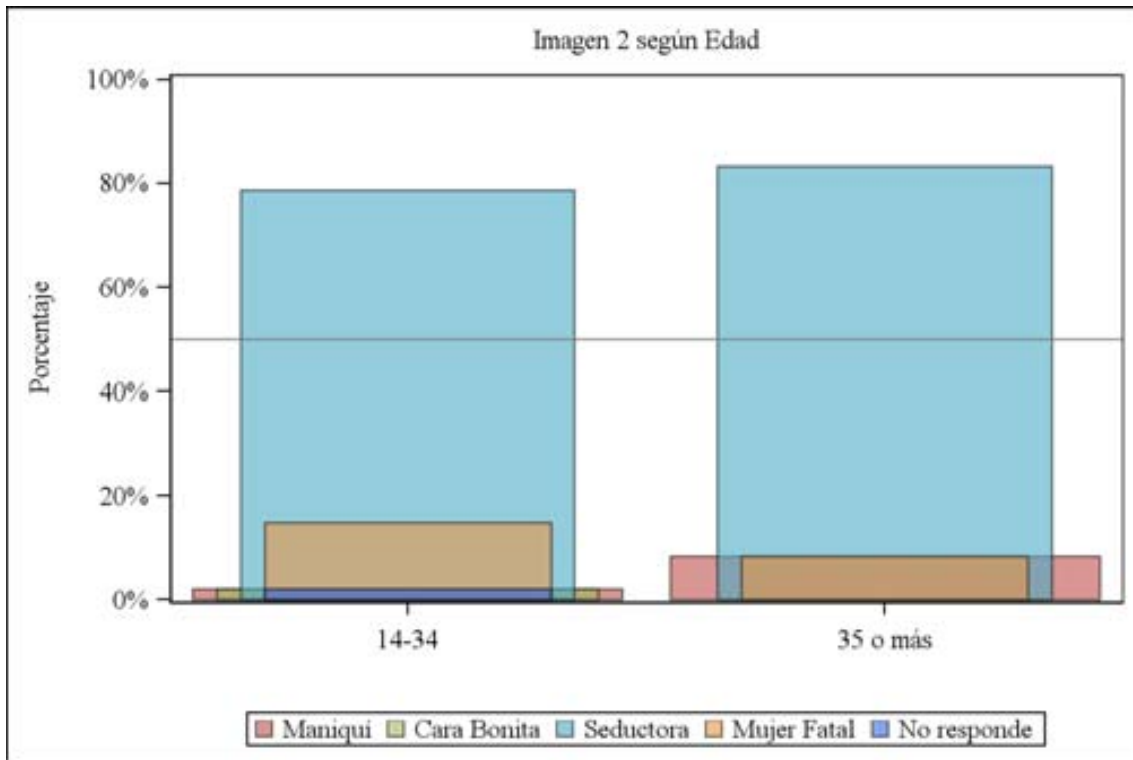
3.2.3 Estereotipo



La mayoría de personas han elegido que la imagen 1 corresponde al Estereotipo Seductora, 47 personas (79.7%).

Estereotipo		N	%
Imagen 2	Maniquí	2	3.4%
	Cara Bonita	1	1.7%
	Seductora	47	79.7%
	Mujer Fatal	8	13.6%
	No responde	1	1.7%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO: Seductora			

Imagen 2 según Edad



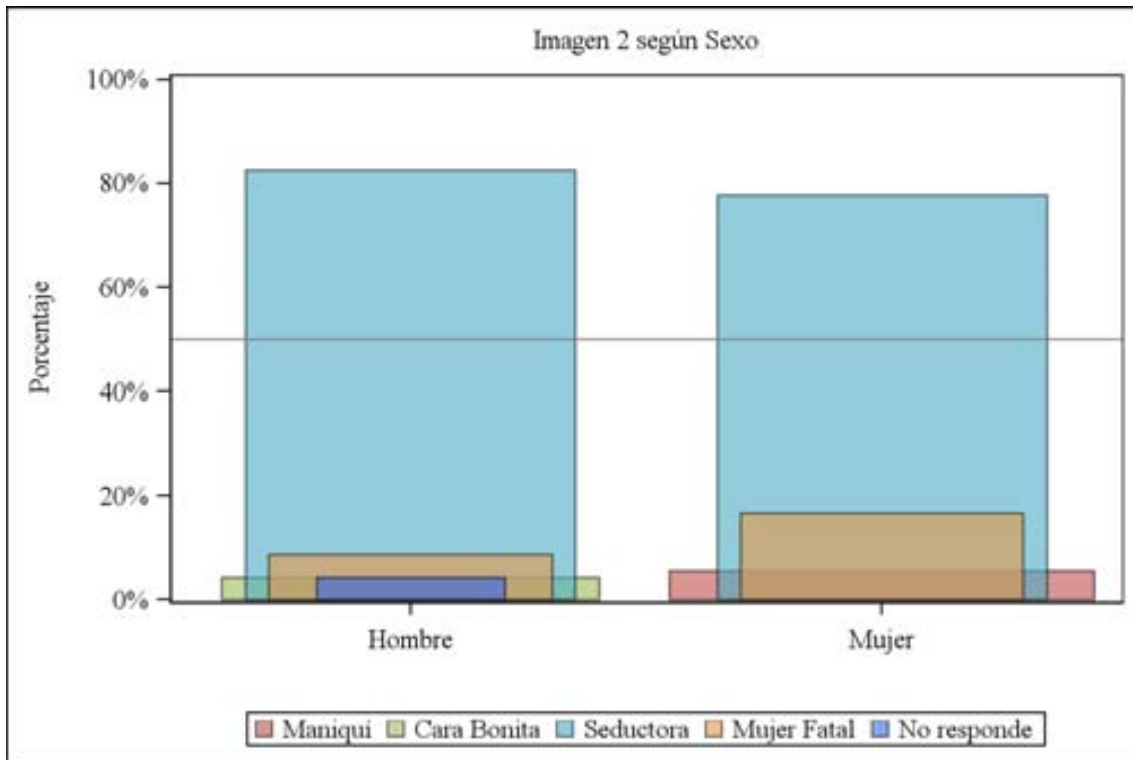
El Estereotipo elegido es Seductora, aunque hay alrededor de un 15% de los encuestados que encuentra que la imagen corresponde a Mujer Fatal. En los jóvenes el porcentaje de respuestas de Mujer Fatal es ligeramente superior que en las personas de 35 años o más.

Imagen 2	Estereotipo	14-34		35 o más	
		N	%	N	%
Imagen 2	Maniquí	1	2.1%	1	8.3%
	Cara Bonita	1	2.1%	.	.
	Seductora	37	78.7%	10	83.3%
	Mujer Fatal	7	14.9%	1	8.3%
	No responde	1	2.1%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO: Seductora					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 2	Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	2.14	4	0.7095

Imagen 2 según Sexo



El porcentaje de hombres que han elegido esta imagen como Seductora es un poco superior al de mujeres. Hay una pequeña porción de mujeres que encuentra que esta imagen corresponde al Estereotipo Mujer Fatal.

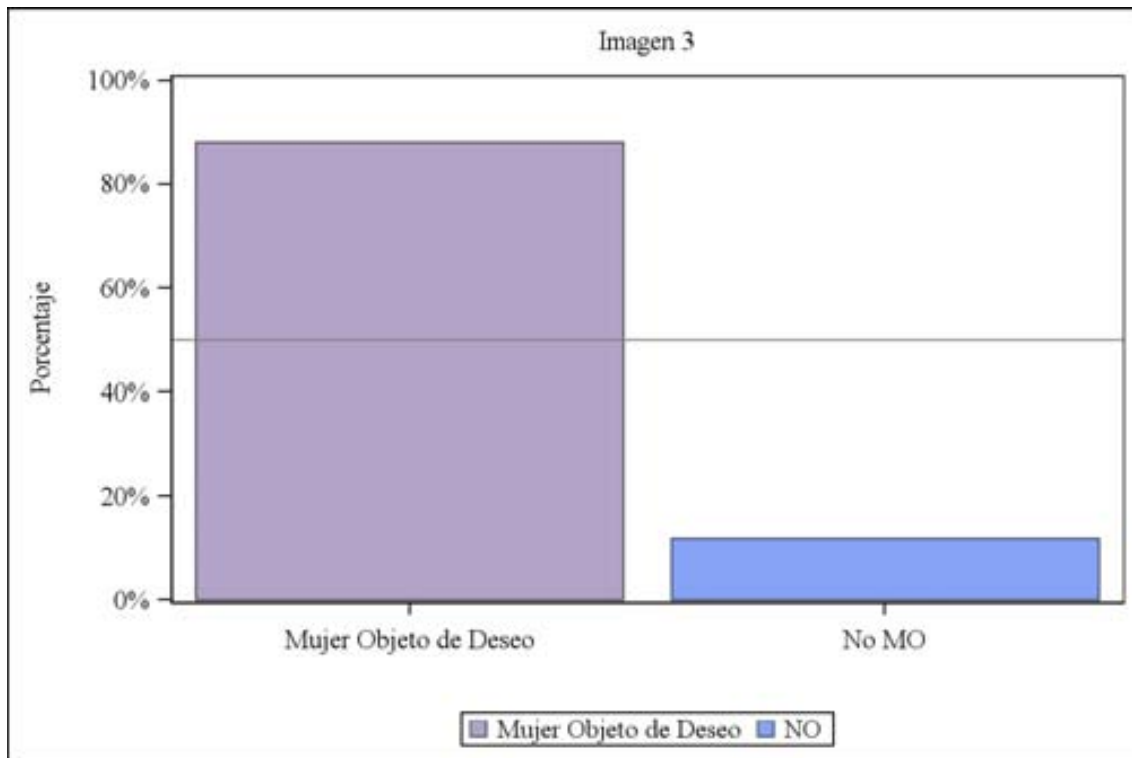
Imagen 2	Estereotipo	Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
	Maniquí	.	.	2	5.6%
	Cara Bonita	1	4.3%	.	.
	Seductora	19	82.6%	28	77.8%
	Mujer Fatal	2	8.7%	6	16.7%
	No responde	1	4.3%	.	.
		23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO: Seductora					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 2 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	6.48	4	0.1658

3.3 Imagen 3

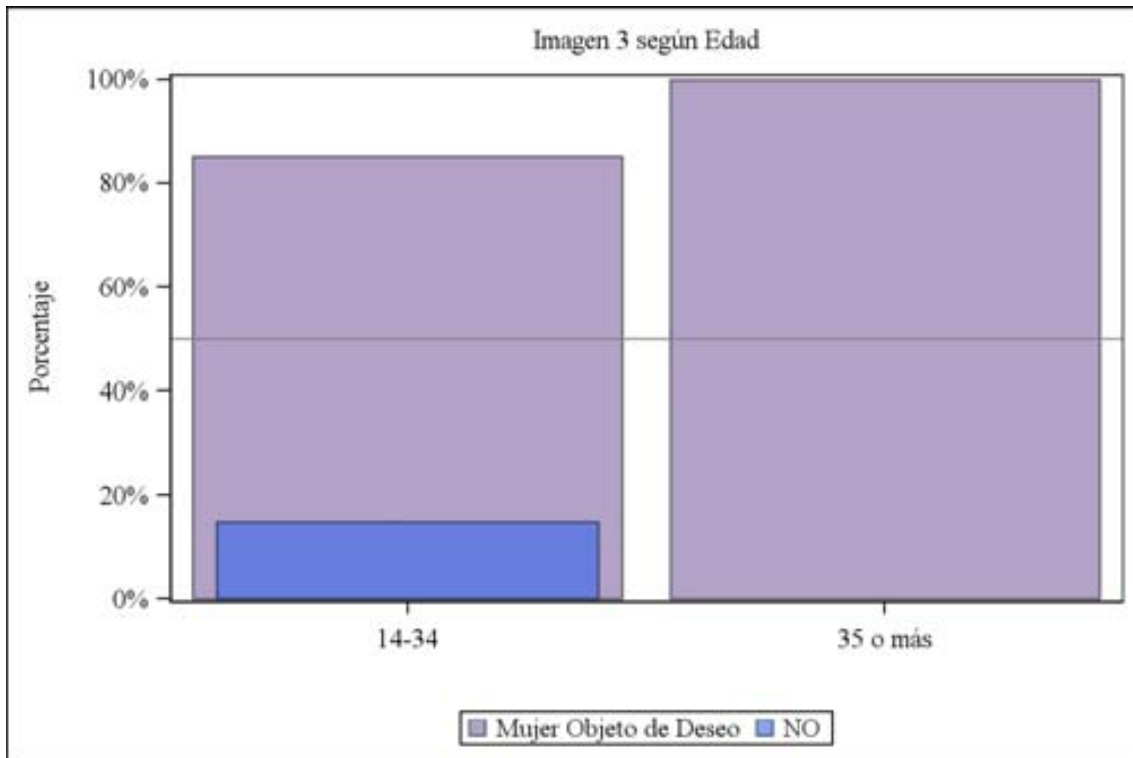
3.3.1 Patrón



52 personas (un 88.1%) han elegido que la imagen correspondía a Mujer Objeto de Deseo.

	Patrón	N	%
Imagen 3	Mujer Objeto de Deseo	52	88.1%
	No MO	7	11.9%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

Imagen 3 según Edad



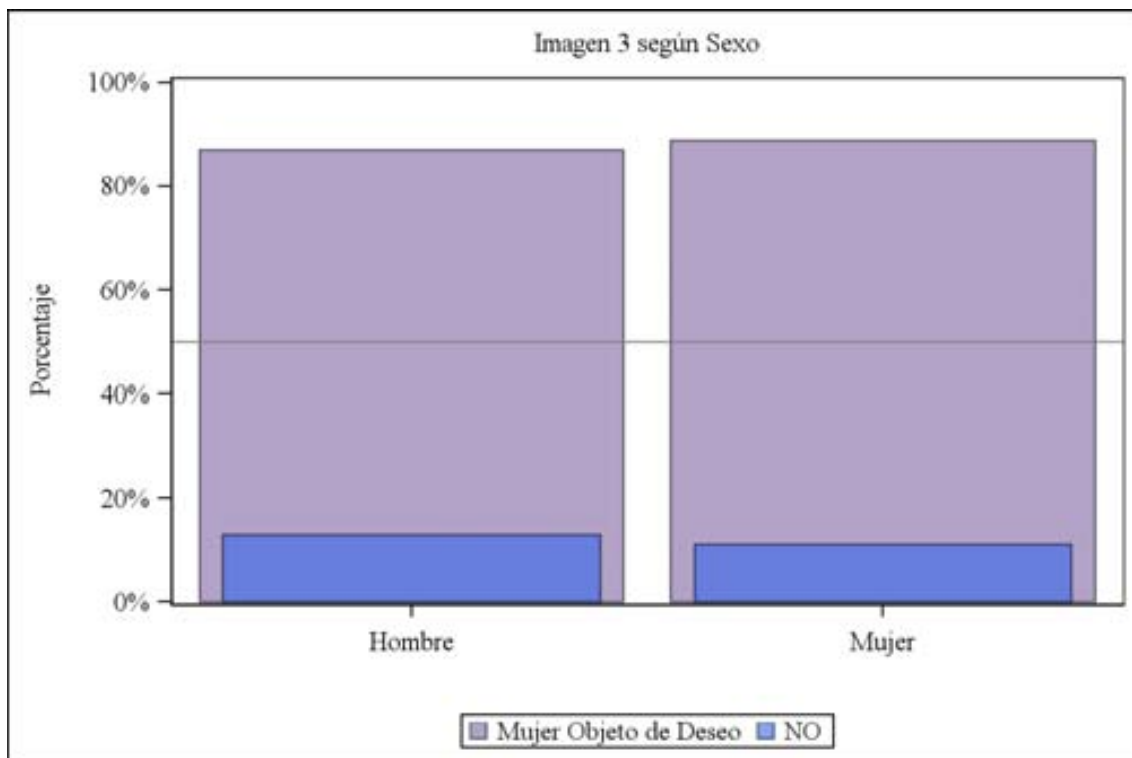
Las 7 personas que han respondido que NO correspondía a una Mujer Objeto de Deseo, son personas de 14-34 años, que también es la muestra más representativa.

		14-34		35 o más	
Patrón		N	%	N	%
Imagen 3	Mujer Objeto de Deseo	40	85.1%	12	100.0%
	No MO	7	14.9%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección del Patrón de la imagen:

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 3	Comparación según Edad Patrón	Chi-Square Test	2.03	1	0.1544

Imagen 3 según Sexo



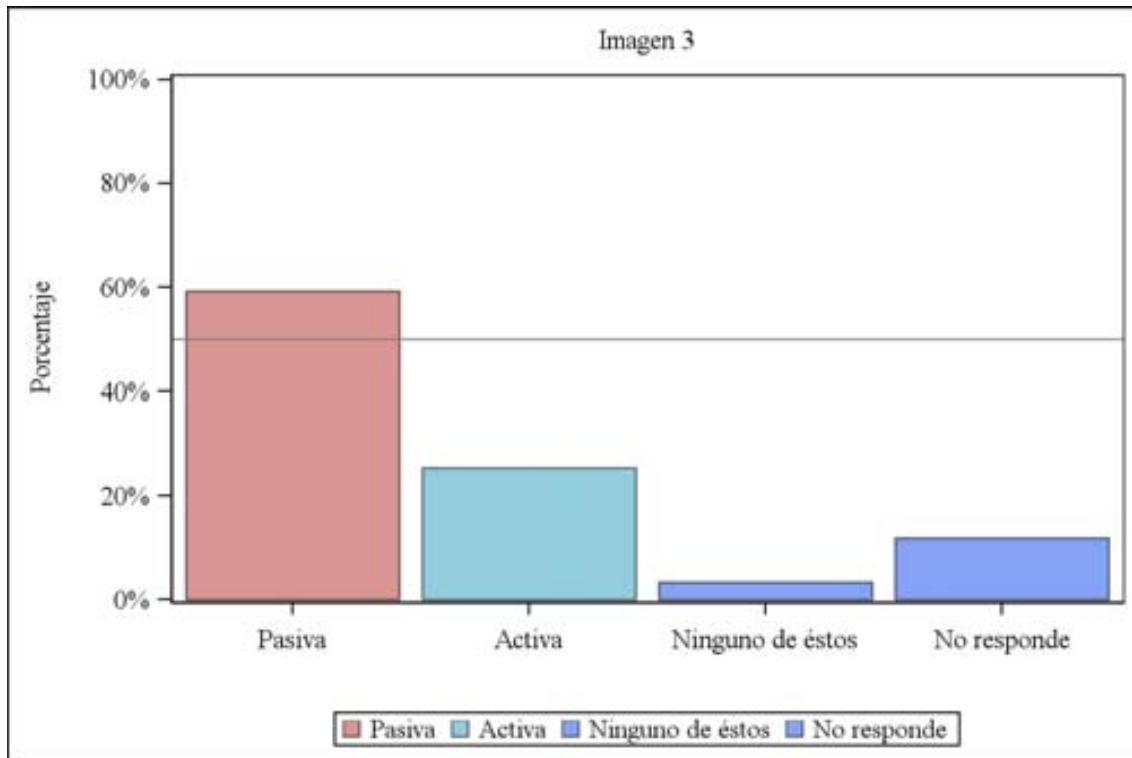
En ambos sexos, el porcentaje de personas que valoran la imagen como Mujer Objeto de Deseo es próximo al 88%.

Patrón	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 3 Mujer Objeto de Deseo	20	87.0%	32	88.9%
No MO	3	13.0%	4	11.1%
	23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de si la imagen es Mujer Objeto de Deseo:

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 3 Comparación según sexo Patrón	Exact's Fisher Test	0.05	1	1.0000

3.3.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa

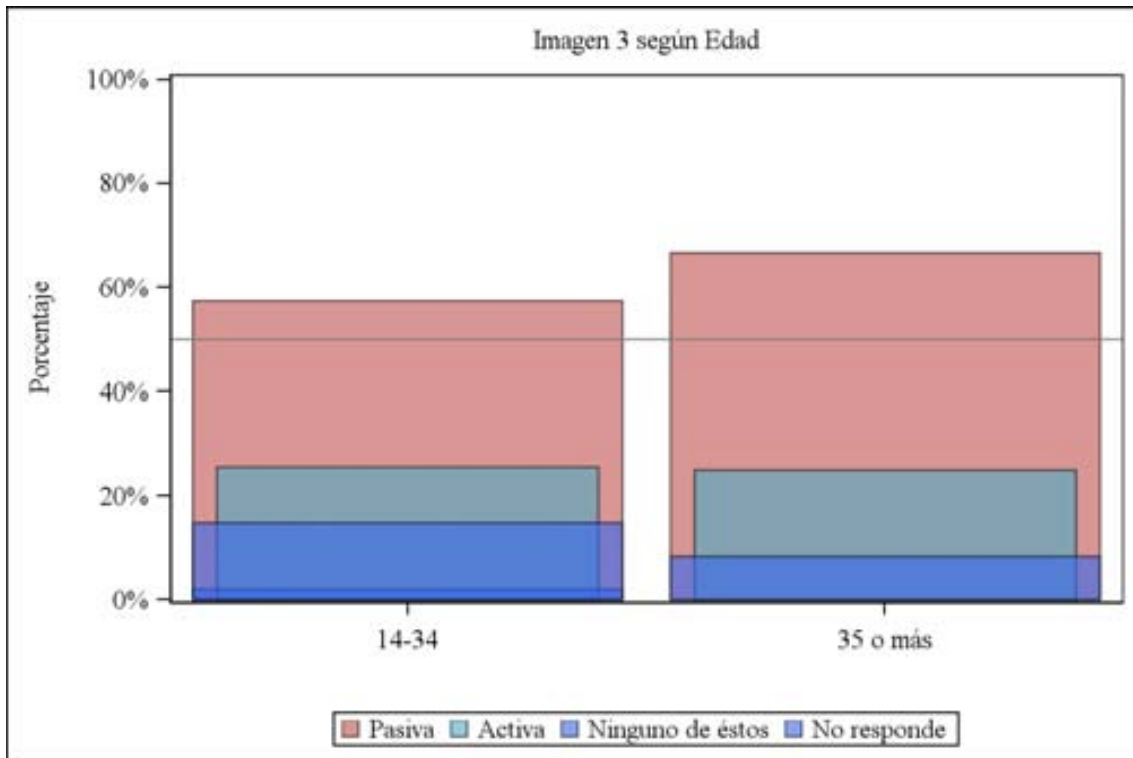


La imagen 3 ha sido definida cómo Pasiva. Las respuestas han sido:

- Pasiva: 35 personas (59.3%).
- Activa: 15 personas (25.4%).
- Ninguno de éstos: 2 personas (3.4%).
- No responde: 7 personas (11.9%).

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 3	Pasiva	35	59.3%
	Activa	15	25.4%
	Ninguno de éstos	2	3.4%
	No responde	7	11.9%
		59	100.0%
TIPOS: Pasiva			

Imagen 3 según Edad



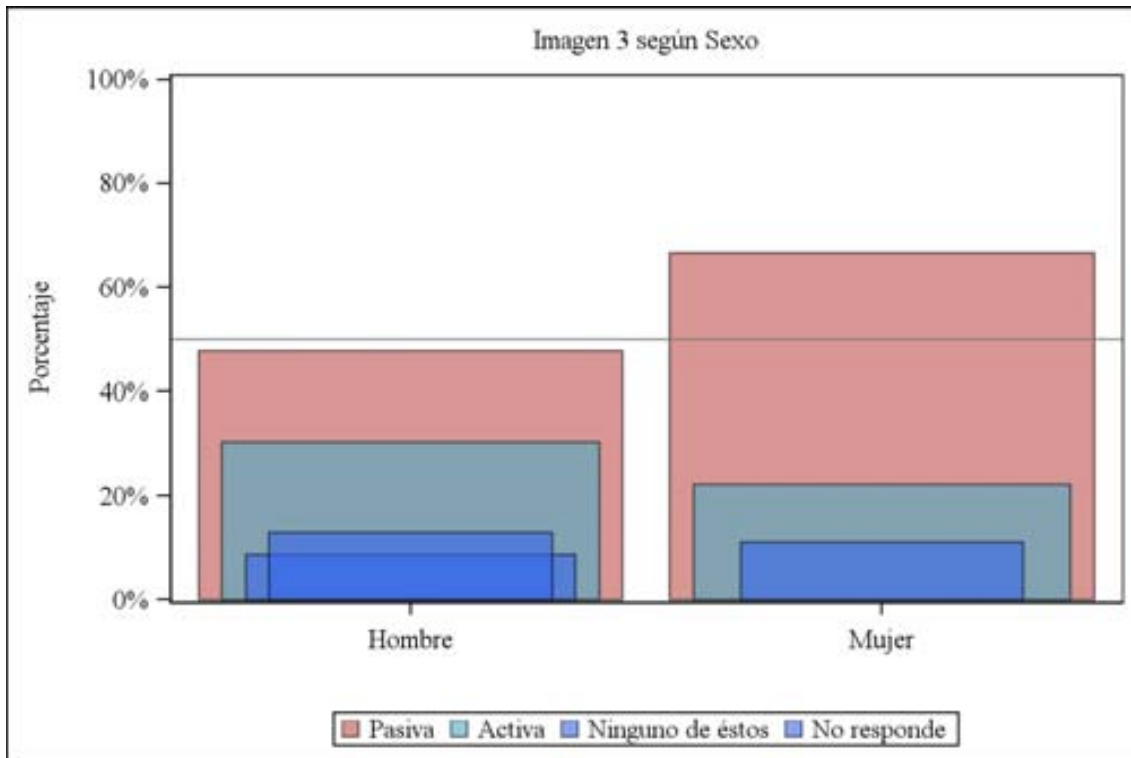
En ambas categorías de edad: más del 55% de las respuestas han sido Pasivas, aunque por los hombres el porcentaje de respuesta Pasiva es inferior y, los hombres han optado por No responder.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 3 Pasiva	27	57.4%	8	66.7%
Activa	12	25.5%	3	25.0%
Ninguno de éstos	1	2.1%	1	8.3%
No responde	7	14.9%	.	.
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 3 Comparación según Edad Tipos	LR - Chi-Square Test	4.19	3	0.2422

Imagen 3 según Sexo



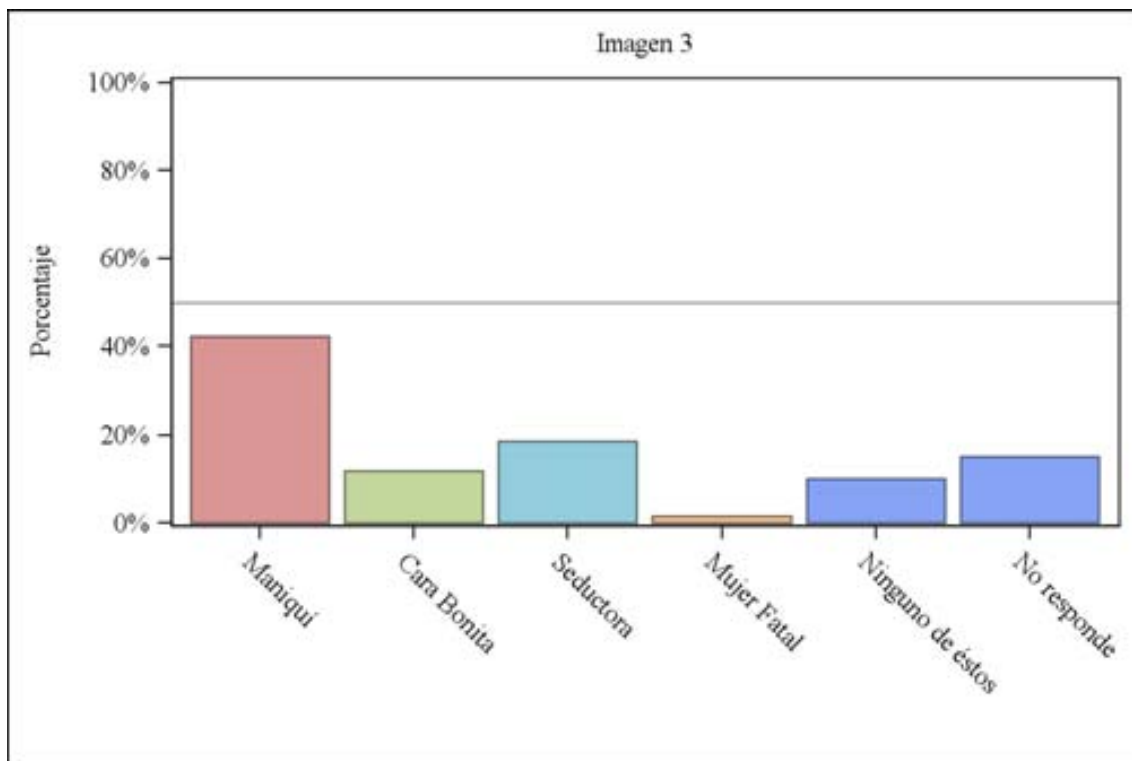
Observamos que un 66.7% de las mujeres han valorado la imagen como Pasiva. En los hombres, no se llega a alcanzar la mayoría de hombres que valoran este tipo de Mujer Objeto de Deseo, tan sólo 11 hombres (47.8%) han valorado Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 3 Pasiva	11	47.8%	24	66.7%
Activa	7	30.4%	8	22.2%
Ninguno de éstos	2	8.7%	.	.
No responde	3	13.0%	4	11.1%
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 3 Comparación según sexo Tipos	LR - Chi-Square Test	5.04	3	0.1688

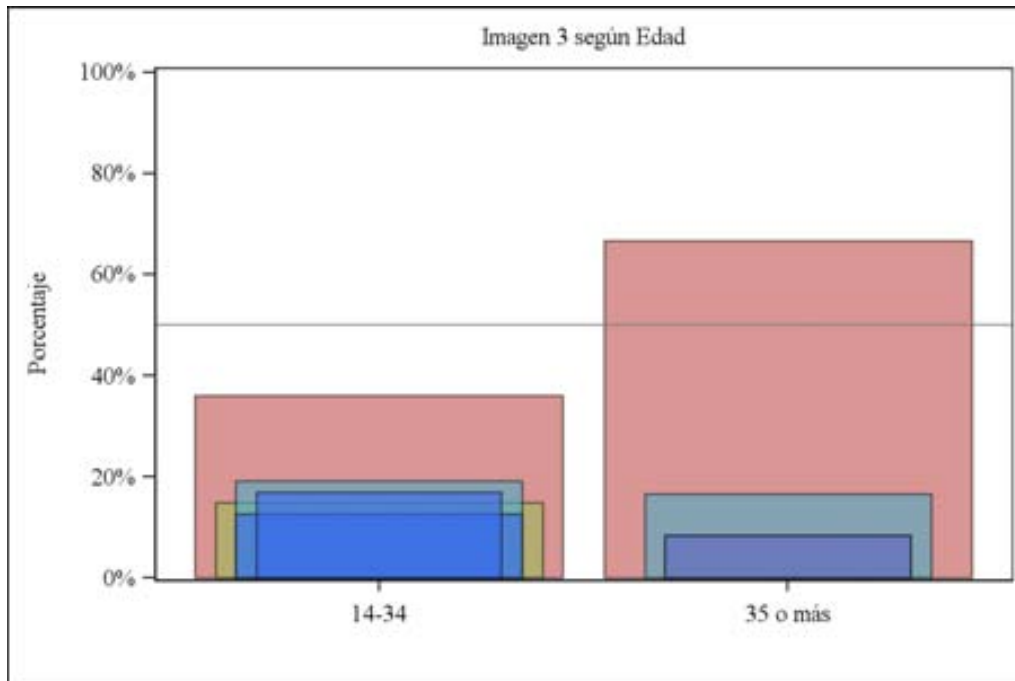
3.3.3 Estereotipo



En la imagen 3, no se ha alcanzado la mayoría absoluta de ningún Estereotipo. El 42.4% (25 personas) de los participantes han respondido Estereotipo Maniquí, el 18.6% han elegido Seductora, el 11.9% Cara Bonita i 1 persona ha elegido Mujer Fatal. Con lo qué esta imagen no tendrá ningún Estereotipo asociado.

	Estereotipo	N	%
Imagen 3	Maniquí	25	42.4%
	Cara Bonita	7	11.9%
	Seductora	11	18.6%
	Mujer Fatal	1	1.7%
	Ninguno de éstos	6	10.2%
	No responde	9	15.3%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO:			

Imagen 3 según Edad



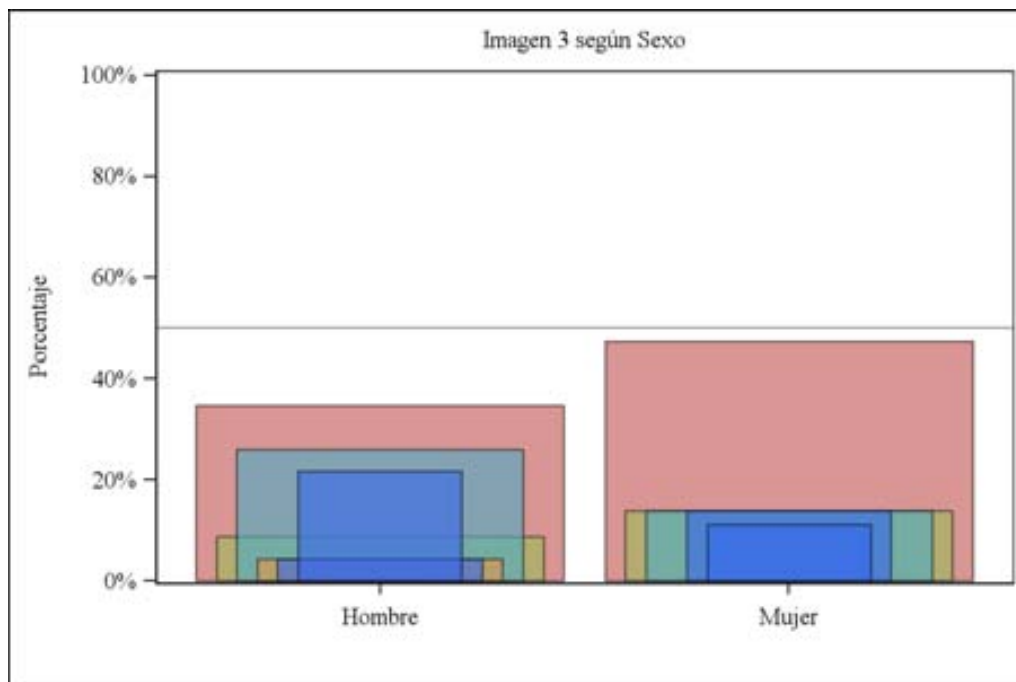
Observamos que en las personas de 35 años o más se ha elegido mayoritariamente el Estereotipo Maniquí. Las personas de 14-34 años han elegido: Maniquí (36.2%), Seductora (19.1%) y Cara Bonita (14.9%).

	Estereotipo	14-34		35 o más	
		N	%	N	%
Imagen 3	Maniquí	17	36.2%	8	66.7%
	Cara Bonita	7	14.9%	.	.
	Seductora	9	19.1%	2	16.7%
	Mujer Fatal	.	.	1	8.3%
	Ninguno de éstos	6	12.8%	.	.
	No responde	8	17.0%	1	8.3%
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO:					

Se observan diferencias estadísticamente significativas en la elección de estereotipo según la edad (LR - Chi-Square Test= 11.54; p_valor=0.0416). Las personas de 35 años o más han elegido mayoritariamente el Estereotipo Maniquí, en cambio, en las personas más jóvenes no se alcanza mayoría absoluta.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 3	Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	11.54	5 0.0416 *

Imagen 3 según Sexo



Ni para los hombres, ni para las mujeres, hay una evidencia de la elección de Estereotipo, en ningún sexo se llega al 50% de las respuestas. Aunque en las mujeres, hay más porcentaje de valoraciones del Estereotipo Maniquí.

		Hombre		Mujer	
Estereotipo		N	%	N	%
Imagen 3	Maniquí	8	34.8%	17	47.2%
	Cara Bonita	2	8.7%	5	13.9%
	Seductora	6	26.1%	5	13.9%
	Mujer Fatal	1	4.3%	.	.
	Ninguno de éstos	1	4.3%	5	13.9%
	No responde	5	21.7%	4	11.1%
		23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO:					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

			Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 3	Comparación según sexo	Estereotipo	LR - Chi-Square Test	6.25	5	0.2823

3.4 Imagen 4

3.4.1 Patrón

Todas las personas han respondido que la imagen 4 corresponde a una Mujer Objeto de Deseo.

	Patrón	N	%
Imagen 4	Mujer Objeto de Deseo	59	100.0%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

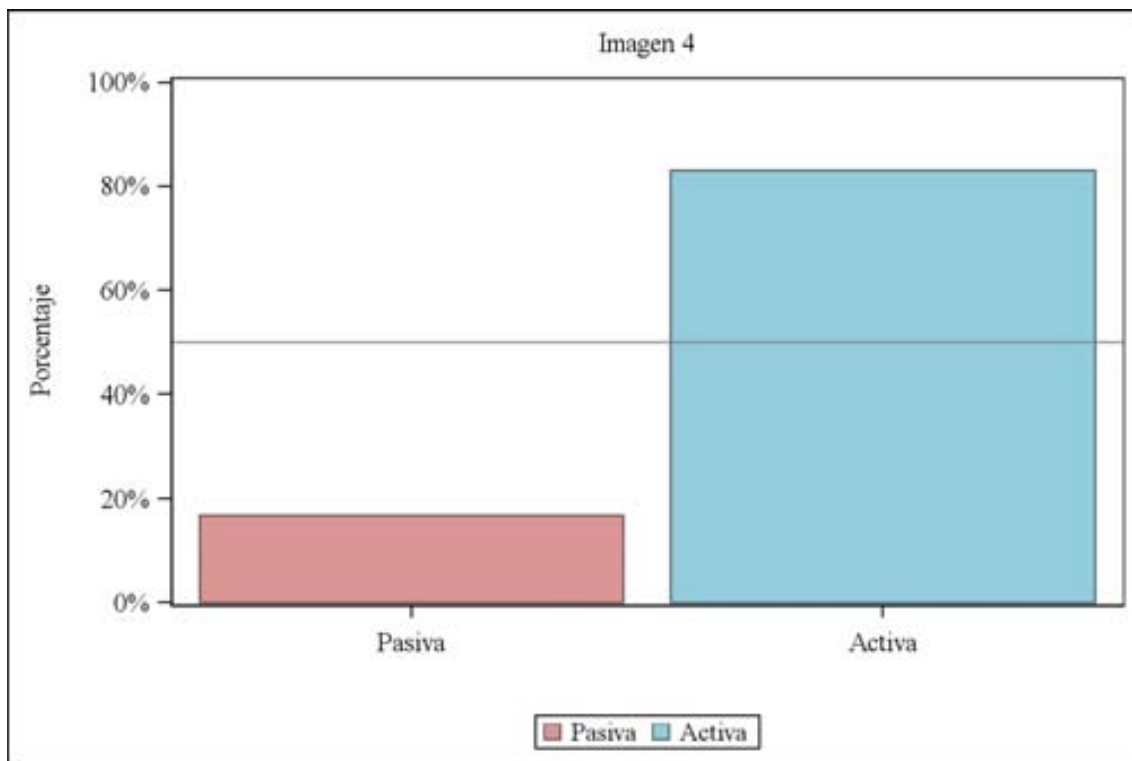
Imagen 4 según Edad

No se presenta la comparación por cada edad, ya que, todas las personas han respondido que la imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo.

Imagen 4 según Sexo

No se presenta la comparación por sexo, ya que, todas las personas han respondido que la imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo.

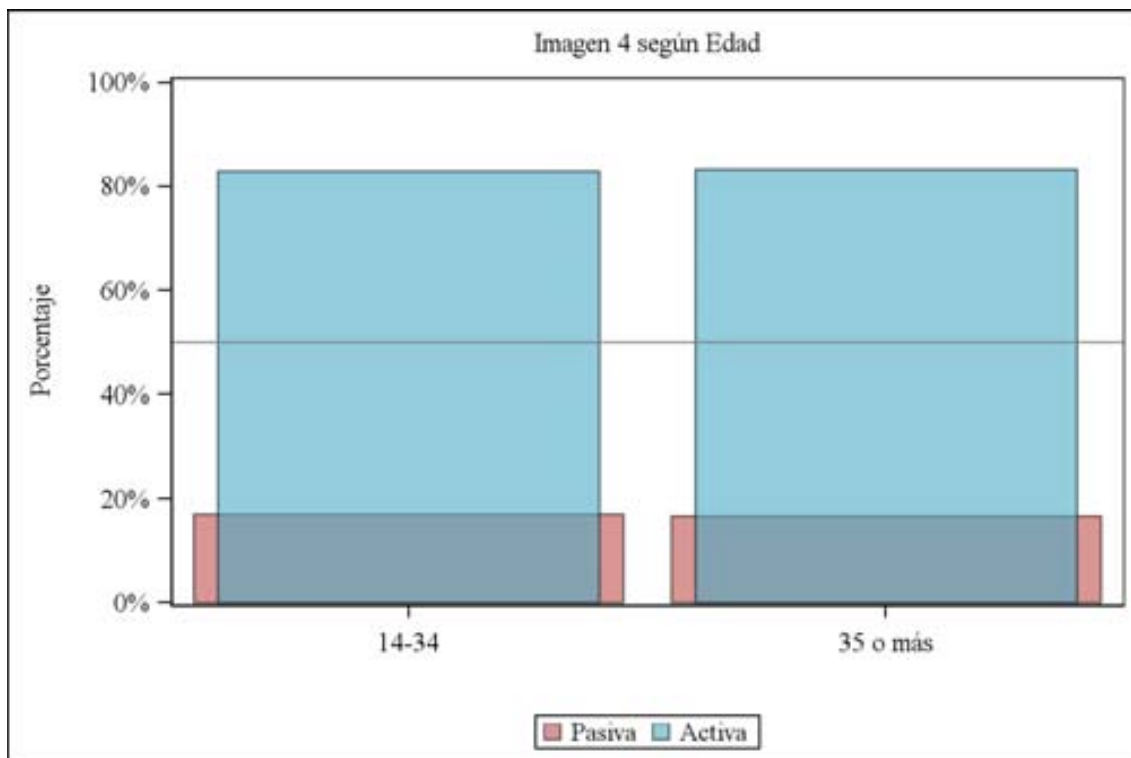
3.4.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 83.1% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Activa. No hay ninguna persona que no haya respondido esta cuestión, ni seleccionado ninguno de éstos.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 4	Pasiva	10	16.9%
	Activa	49	83.1%
		59	100.0%
TIPOS: Activa			

Imagen 4 según Edad



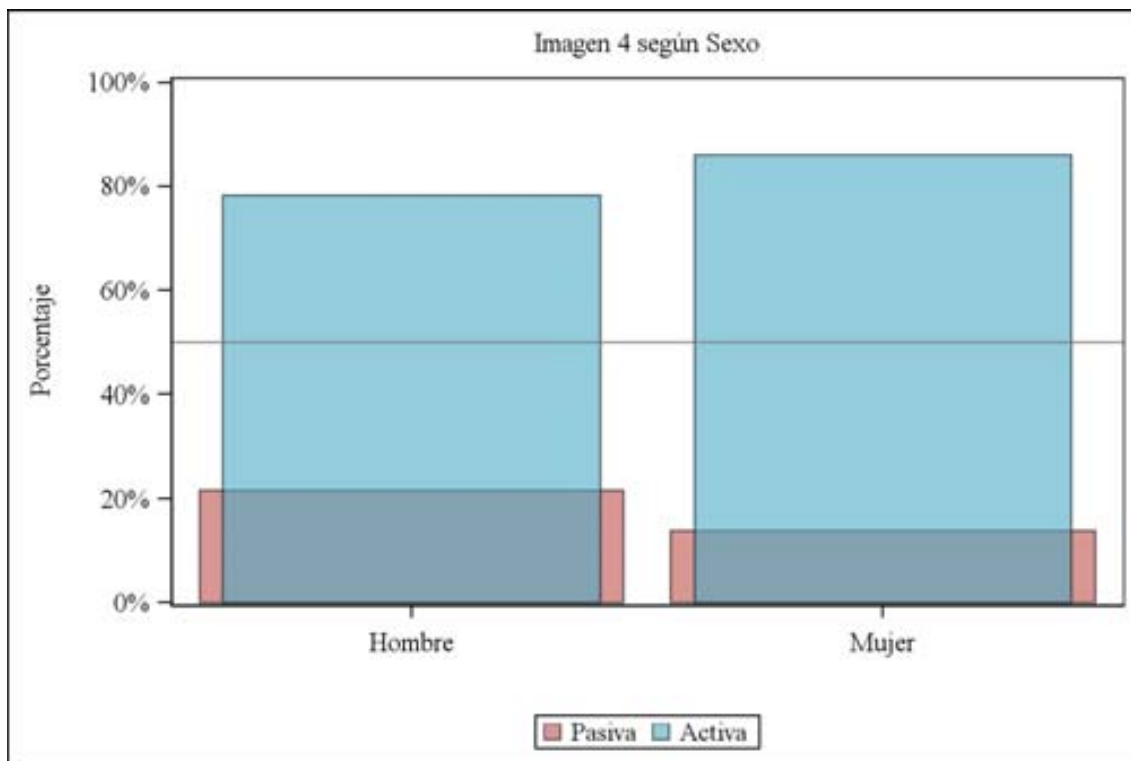
En ambas categorías de edad: cerca de un 85% de los participantes han elegido que esta imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo Activa.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 4				
Pasiva	8	17.0%	2	16.7%
Activa	39	83.0%	10	83.3%
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Activa				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 4	Comparación según Edad Tipos	Chi-Square Test	0.00	1	0.9767

Imagen 4 según Sexo



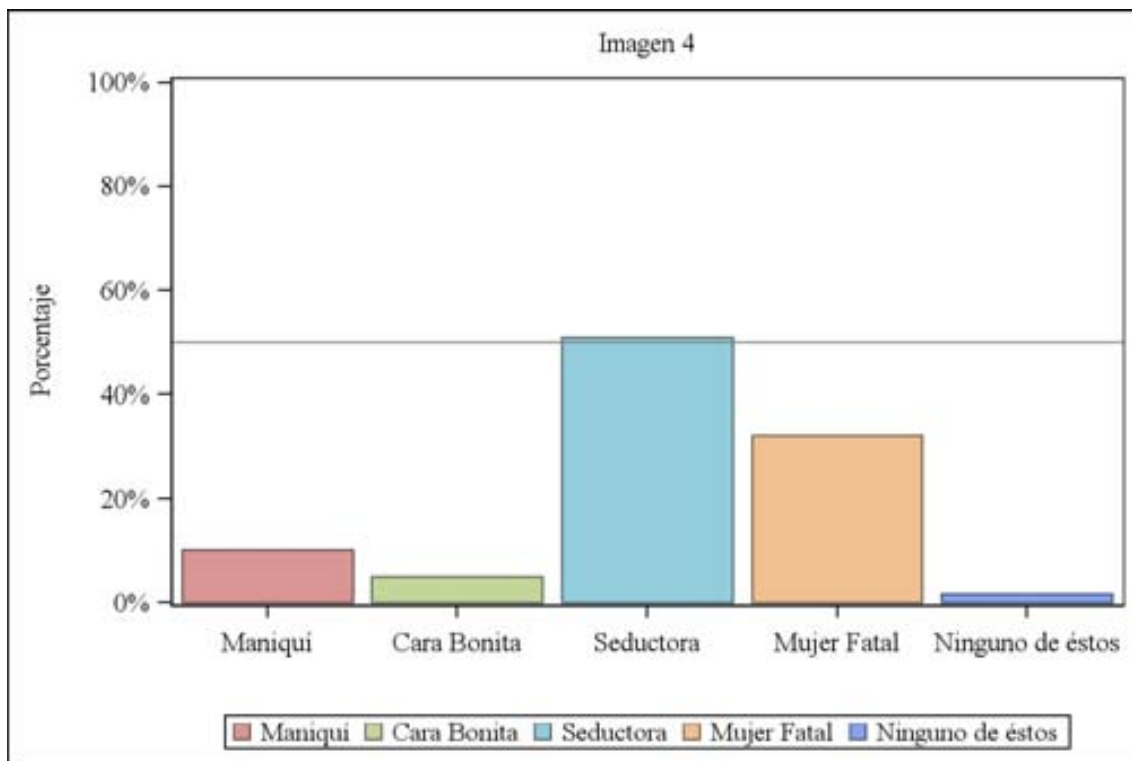
Observamos que en ambos sexos se obtiene un porcentaje de respuestas imagen Pasiva alrededor al 80%, aunque el porcentaje de mujeres que han definido Activa es superior al de hombres.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer		
	N	%	N	%	
Imagen 4	Pasiva	5	21.7%	5	13.9%
	Activa	18	78.3%	31	86.1%
		23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Activa					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 4	Comparación según sexo Tipos	Chi-Square Test	0.61	1	0.4331

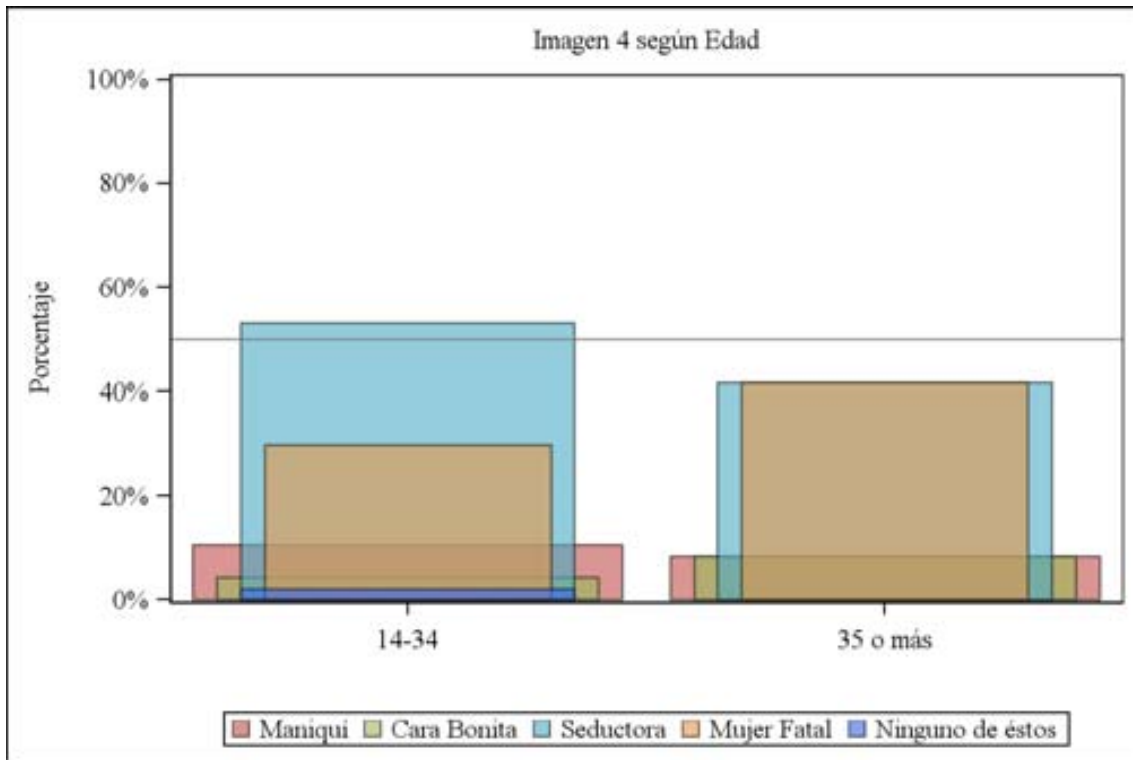
3.4.3 Estereotipo



La mayoría de personas han elegido que la imagen 4 corresponde al Estereotipo Seductora, 30 personas (50.8%).

Estereotipo		N	%
Imagen 4	Maniquí	6	10.2%
	Cara Bonita	3	5.1%
	Seductora	30	50.8%
	Mujer Fatal	19	32.2%
	Ninguno de éstos	1	1.7%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO: Seductora			

Imagen 4 según Edad



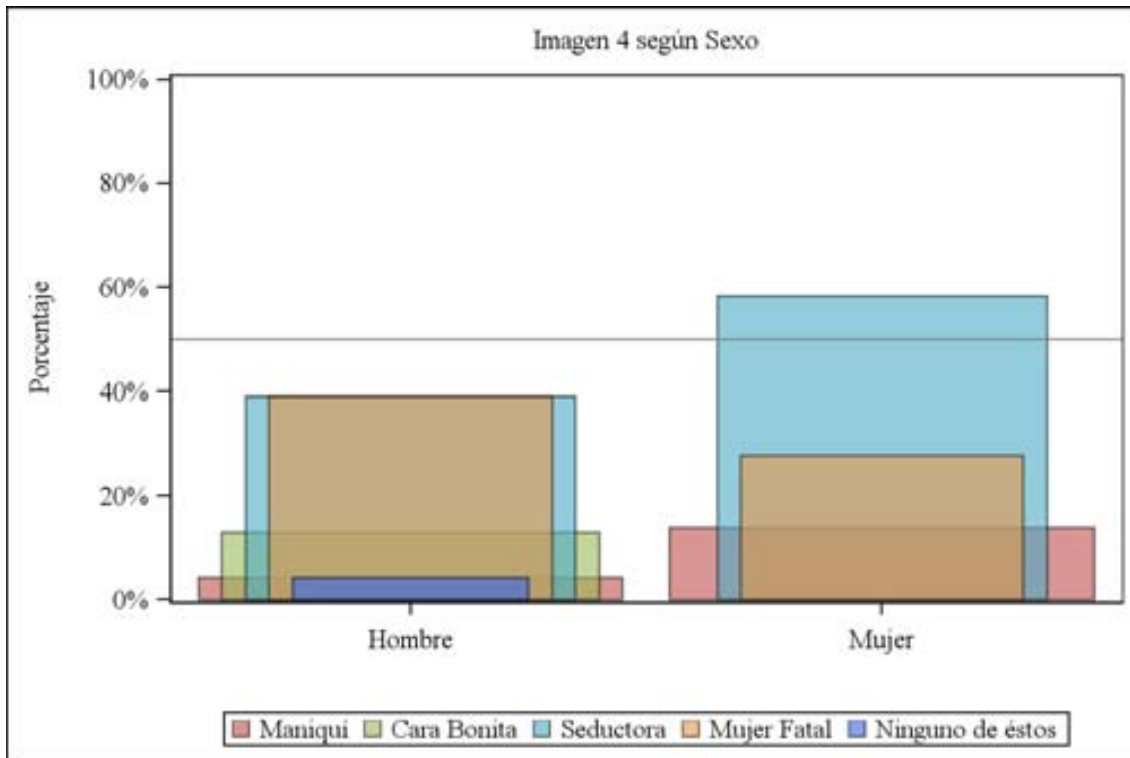
Observamos que en la mayoría de jóvenes el Estereotipo definido es Seductora, en cambio, en las personas de 35 o más, tanto el Estereotipo Seductora como Mujer Fatal, obtienen el mismo porcentaje de respuestas

		14-34		35 o más	
Estereotipo		N	%	N	%
Imagen 4	Maniquí	5	10.6%	1	8.3%
	Cara Bonita	2	4.3%	1	8.3%
	Seductora	25	53.2%	5	41.7%
	Mujer Fatal	14	29.8%	5	41.7%
	Ninguno de éstos	1	2.1%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO: Seductora					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 4	Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	1.44	4	0.8376

Imagen 4 según Sexo



La imagen 4 ha sido elegida como Seductora. Observamos que el porcentaje de mujeres que han valorado este Estereotipo es superior al de hombres:

- un 39.1% de los hombres.
- un 58.3% de las mujeres.

Estereotipo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 4 Maniquí	1	4.3%	5	13.9%
Cara Bonita	3	13.0%	.	.
Seductora	9	39.1%	21	58.3%
Mujer Fatal	9	39.1%	10	27.8%
Ninguno de éstos	1	4.3%	.	.
	23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO: Seductora				

Existen diferencias estadísticamente significativas en la elección de estereotipo según la edad (LR - Chi-Square Test= 10.56; p_valor=0.0320), siendo las mujeres quienes han valorado más que la imagen correspondía al Estereotipo Seductora.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 4 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	10.56	4	0.0320 *

3.5 Imagen 5

3.5.1 Patrón

Todas las personas han respondido que la imagen correspondía a Mujer Objeto de Deseo.

	Patrón	N	%
Imagen 5	Mujer Objeto de Deseo	59	100.0%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

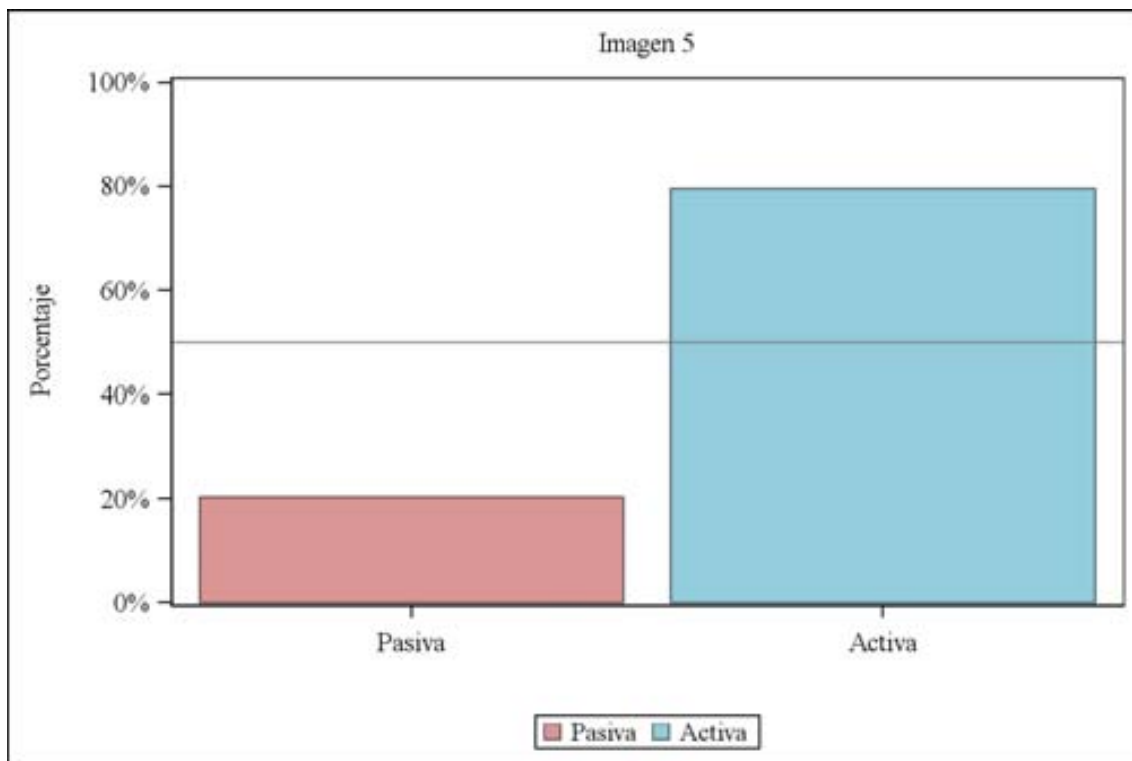
Imagen 5 según Edad

No se presenta la comparación por cada edad, ya que, todas las personas han respondido que la imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo.

Imagen 5 según Sexo

No se presenta la comparación por cada sexo, ya que, todas las personas han respondido que la imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo.

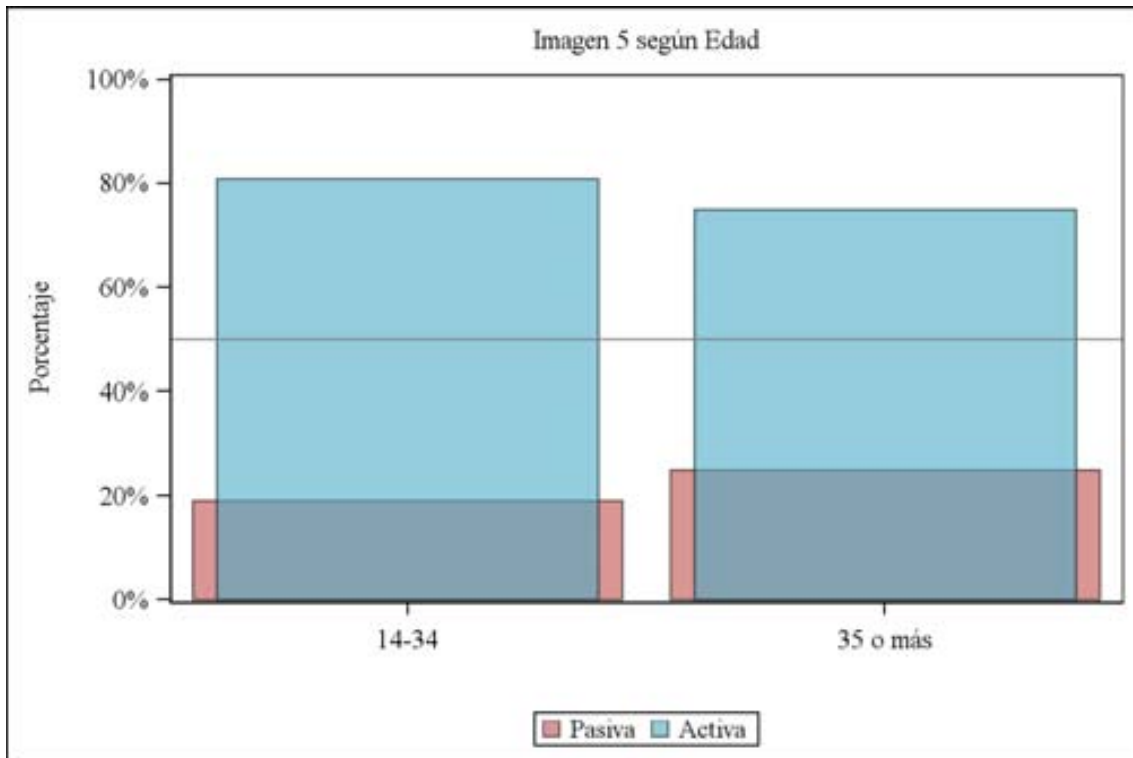
3.5.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 79.7% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Activa. El resto han identificado la imagen cómo Pasiva (12 personas; 20.3%).

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 5	Pasiva	12	20.3%
	Activa	47	79.7%
		59	100.0%
TIPOS: Activa			

Imagen 5 según Edad



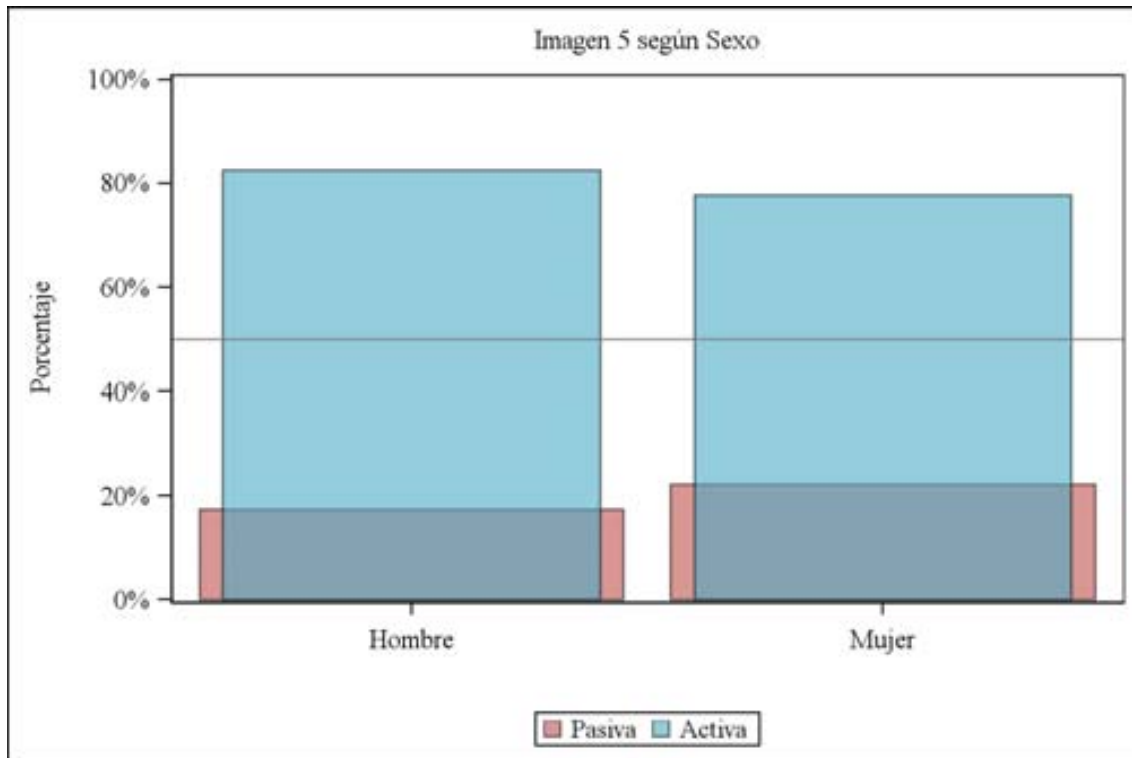
En ambas categorías de edad: cerca de un 80% de los participantes han elegido que esta imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo Activa, aunque el porcentaje es ligeramente más alto en las personas jóvenes.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 5				
Pasiva	9	19.1%	3	25.0%
Activa	38	80.9%	9	75.0%
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Activa				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 5	Comparación según Edad Tipos	Chi-Square Test	0.20	1	0.6531

Imagen 5 según Sexo



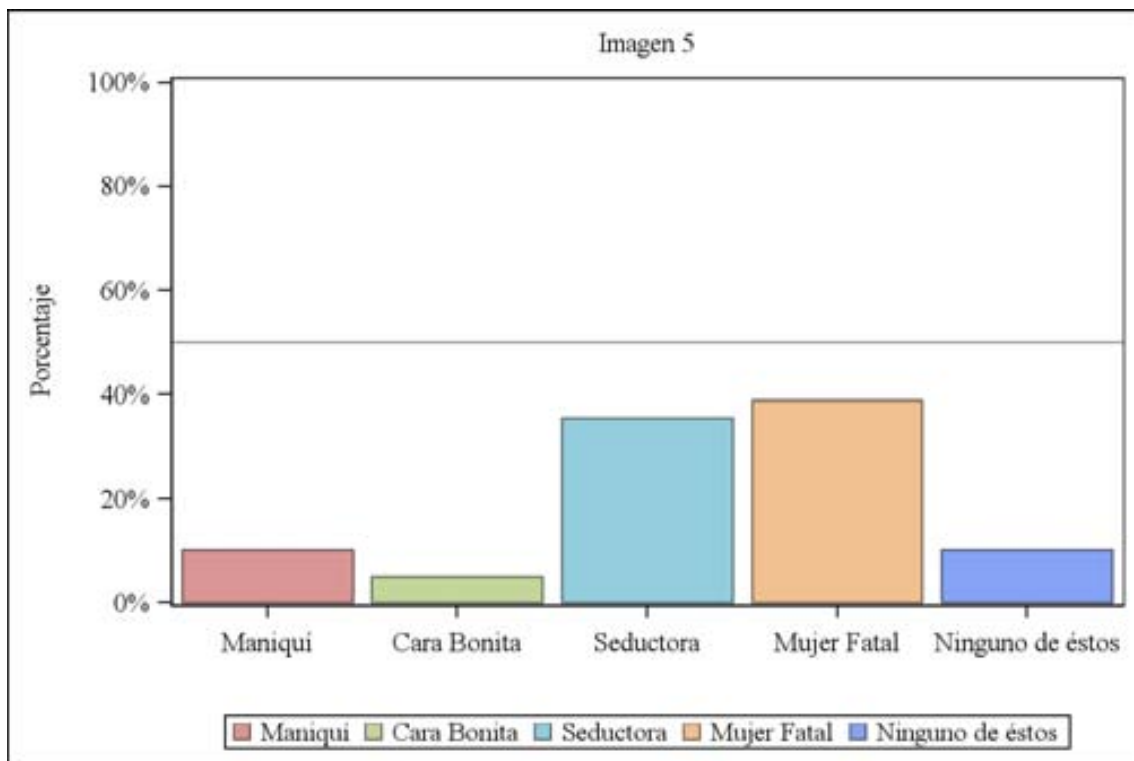
Observamos que en ambos sexos se obtiene un porcentaje de respuestas imagen Activa superior al 75%. En los hombres este porcentaje es ligeramente superior que en las mujeres.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 5 Pasiva	4	17.4%	8	22.2%
Imagen 5 Activa	19	82.6%	28	77.8%
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Activa				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 5 Comparación según sexo Tipos	Chi-Square Test	0.20	1	0.6530

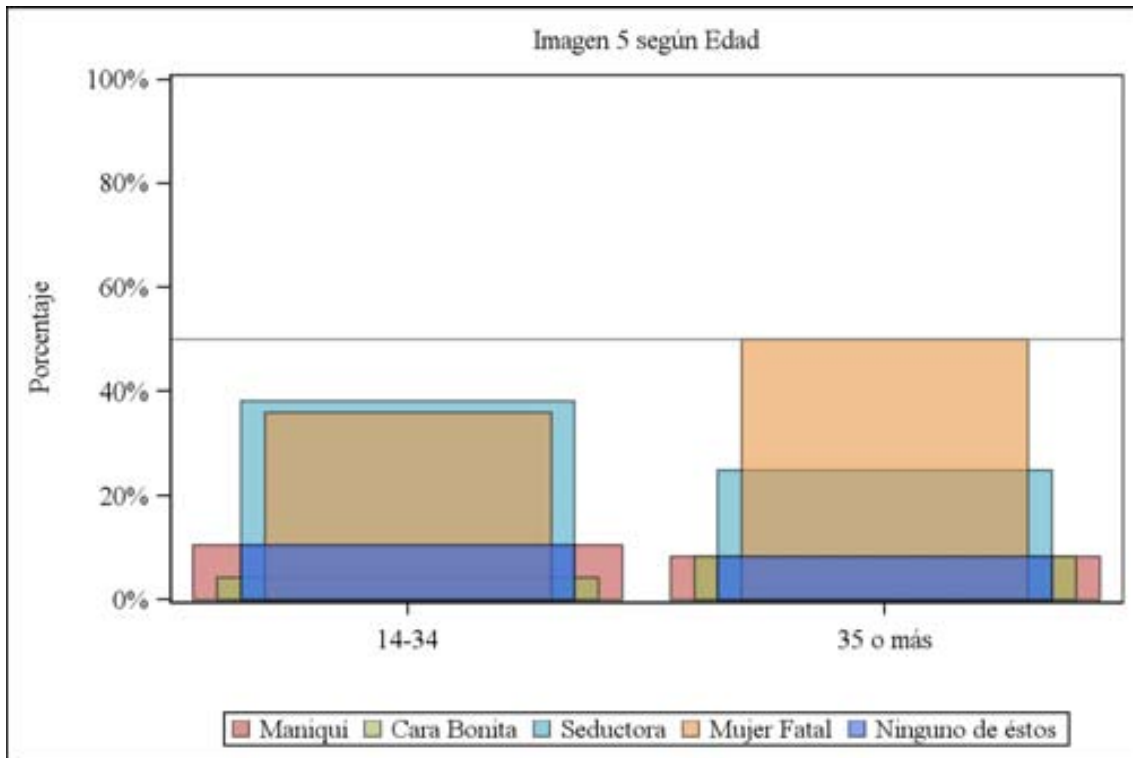
3.5.3 Estereotipo



No hay ningún Estereotipo que haya sido elegido por más del 50% de las personas, esta imagen no podremos concluir que tenga Estereotipo asociado. Vemos que el Estereotipo Seductora y Mujer Fatal son elegidos por más de 20 personas (más del 35%).

	Estereotipo	N	%
Imagen 5	Maniquí	6	10.2%
	Cara Bonita	3	5.1%
	Seductora	21	35.6%
	Mujer Fatal	23	39.0%
	Ninguno de éstos	6	10.2%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO:			

Imagen 5 según Edad



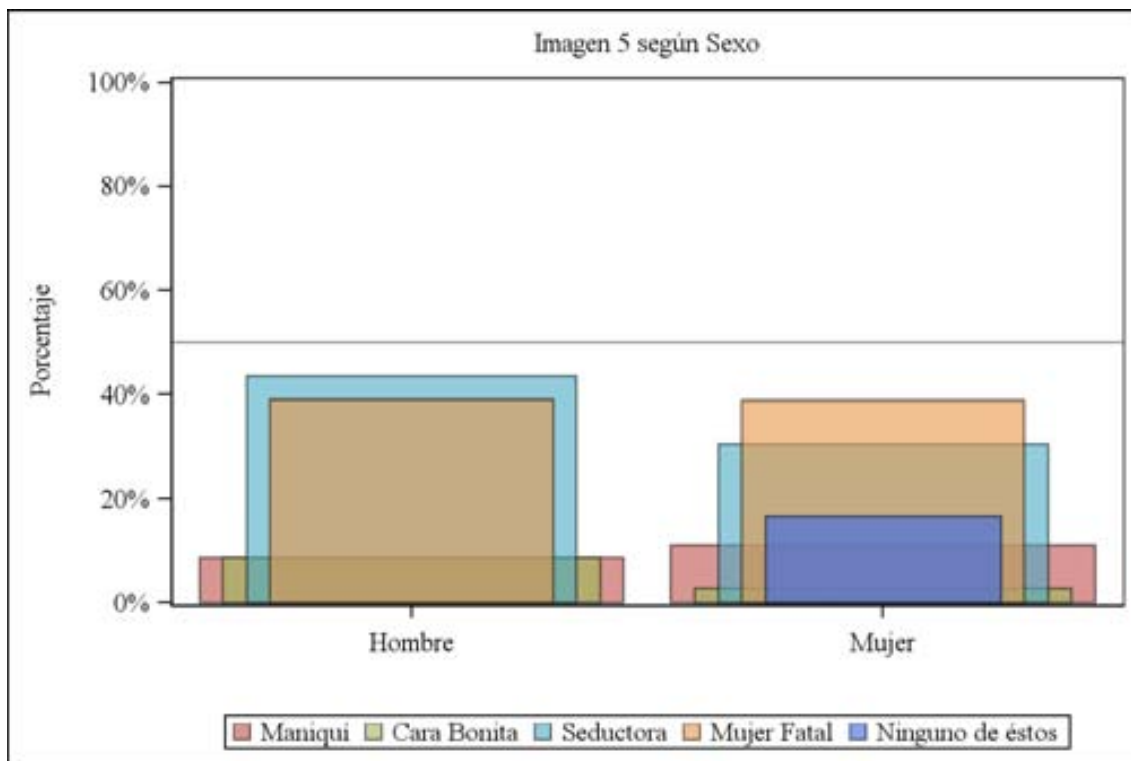
Observamos que en los más jóvenes hay más variabilidad en la elección de Estereotipo. Si nos fijamos en las personas de 35 años o más, tenemos que el estereotipo mayoritario es Mujer Fatal (6 personas, 50%).

Imagen 5	Estereotipo	14-34		35 o más	
		N	%	N	%
	Maniquí	5	10.6%	1	8.3%
	Cara Bonita	2	4.3%	1	8.3%
	Seductora	18	38.3%	3	25.0%
	Mujer Fatal	17	36.2%	6	50.0%
	Ninguno de éstos	5	10.6%	1	8.3%
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO:					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 5	Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	1.34	4	0.8549

Imagen 5 según Sexo



Mirando las respuestas según el sexo de los participantes, tampoco hay ningún Estereotipo que sea absolutamente mayoritario. Observamos que 6 mujeres (16.7%) han respondido Ninguno de éstos:

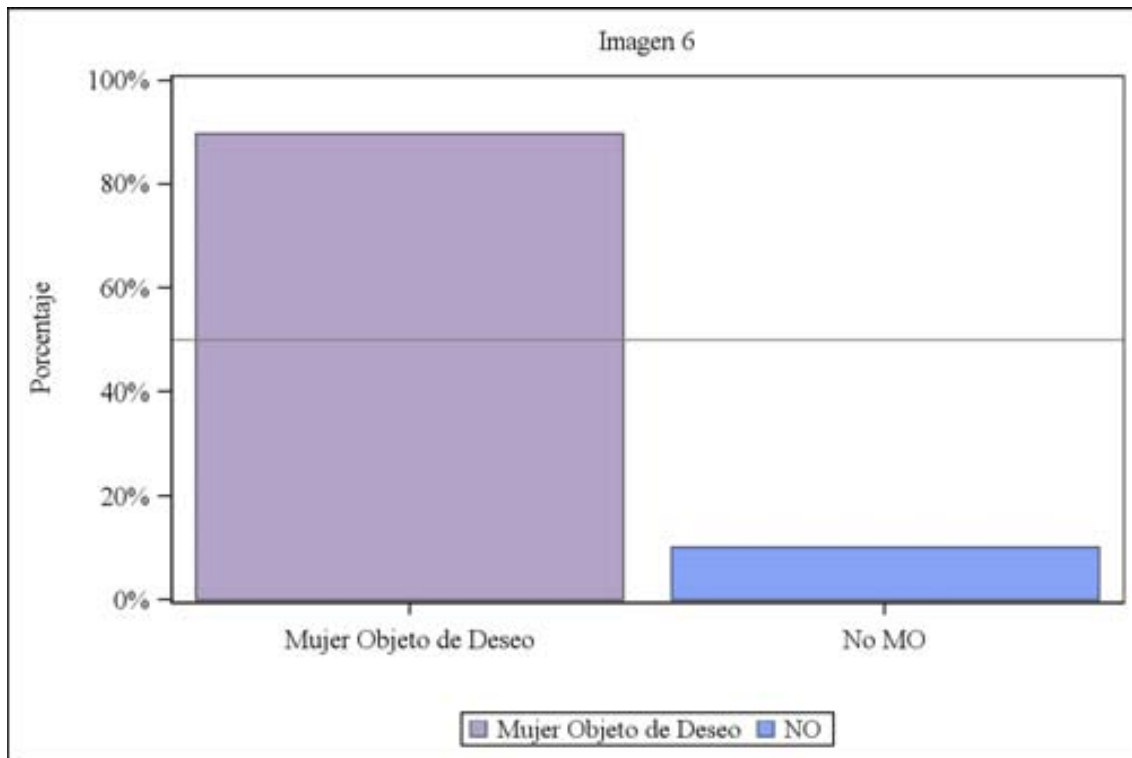
Imagen 5	Estereotipo	Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
	Maniquí	2	8.7%	4	11.1%
	Cara Bonita	2	8.7%	1	2.8%
	Seductora	10	43.5%	11	30.6%
	Mujer Fatal	9	39.1%	14	38.9%
	Ninguno de éstos	.	.	6	16.7%
		23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO:					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 5	Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	7.59	4	0.1077

3.6 Imagen 6

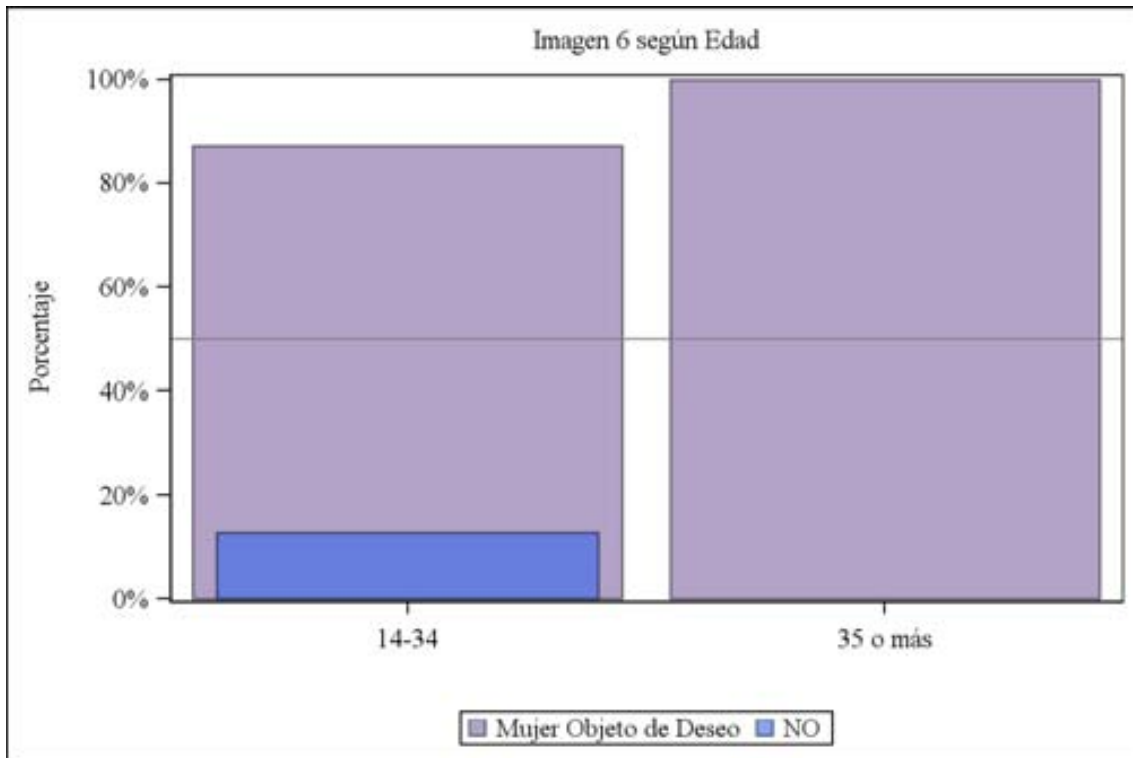
3.6.1 Patrón



53 personas (un 89.8%) han elegido que la imagen correspondía a Mujer Objeto de Deseo.

Imagen 6	Patrón	N	%
	Mujer Objeto de Deseo	53	89.8%
	No MO	6	10.2%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

Imagen 6 según Edad



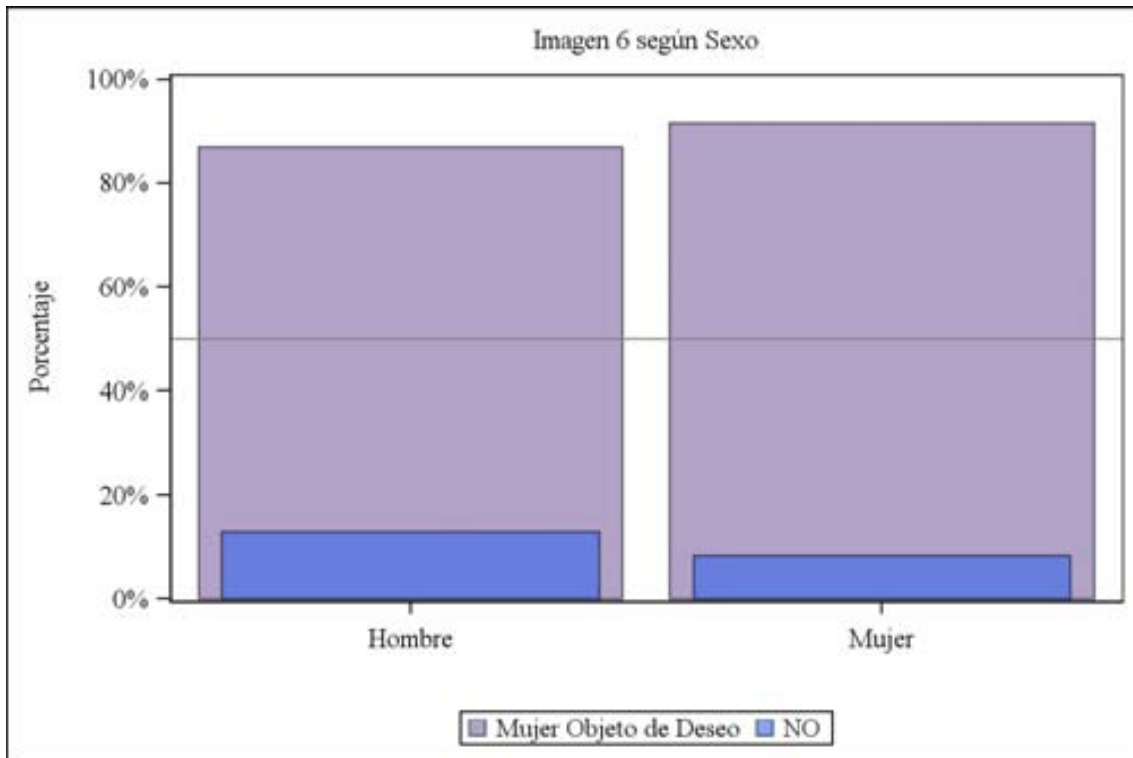
Las 6 respuestas que no han identificado la imagen como Mujer Objeto de Deseo, son 6 personas de 14-34 años.

		14-34		35 o más	
Patrón		N	%	N	%
Imagen 6	Mujer Objeto de Deseo	41	87.2%	12	100.0%
	No MO	6	12.8%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de si la imagen es Mujer Objeto de Deseo:

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 6	Comparación según Edad Patrón	Exact's Fisher Test	1.71	1	0.3302

Imagen 6 según Sexo



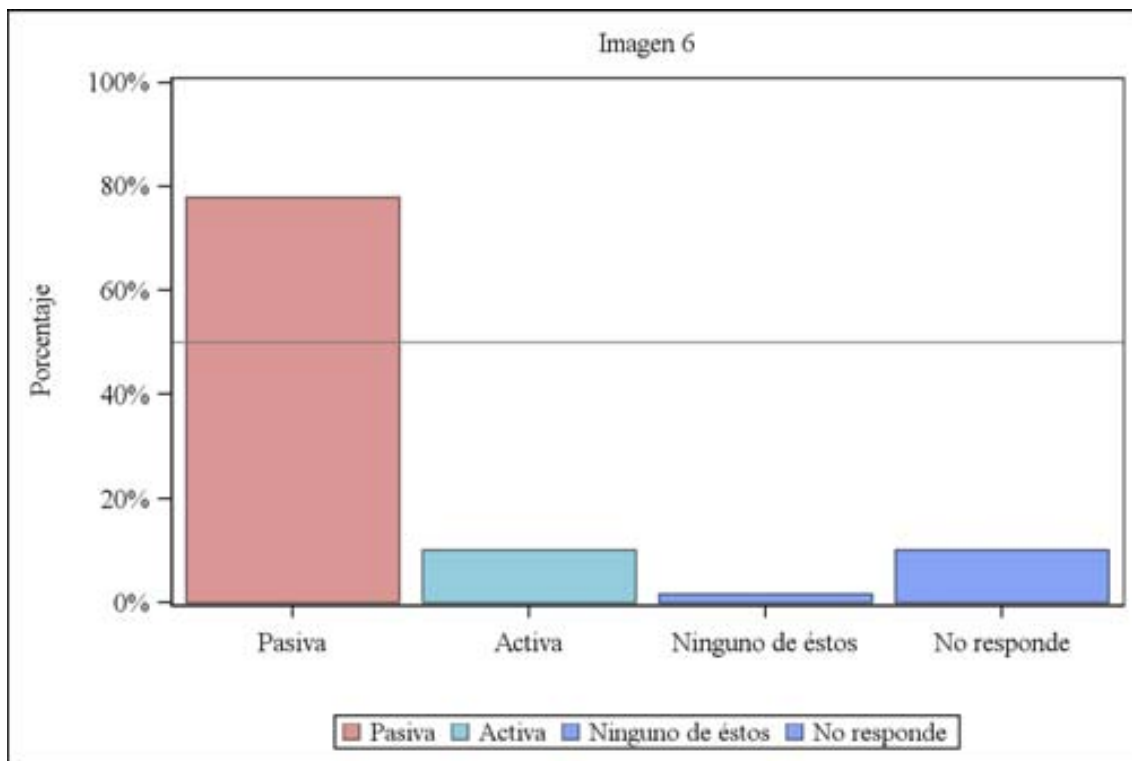
En la Imagen 6, en ambos sexos alrededor de un 90% de los casos han detectado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo.

		Hombre		Mujer	
Patrón		N	%	N	%
Imagen 6	Mujer Objeto de Deseo	20	87.0%	33	91.7%
	No MO	3	13.0%	3	8.3%
		23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de si la imagen es Mujer Objeto de Deseo:

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 6	Comparación según sexo Patrón	Exact's Fisher Test	0.34	1	0.6692

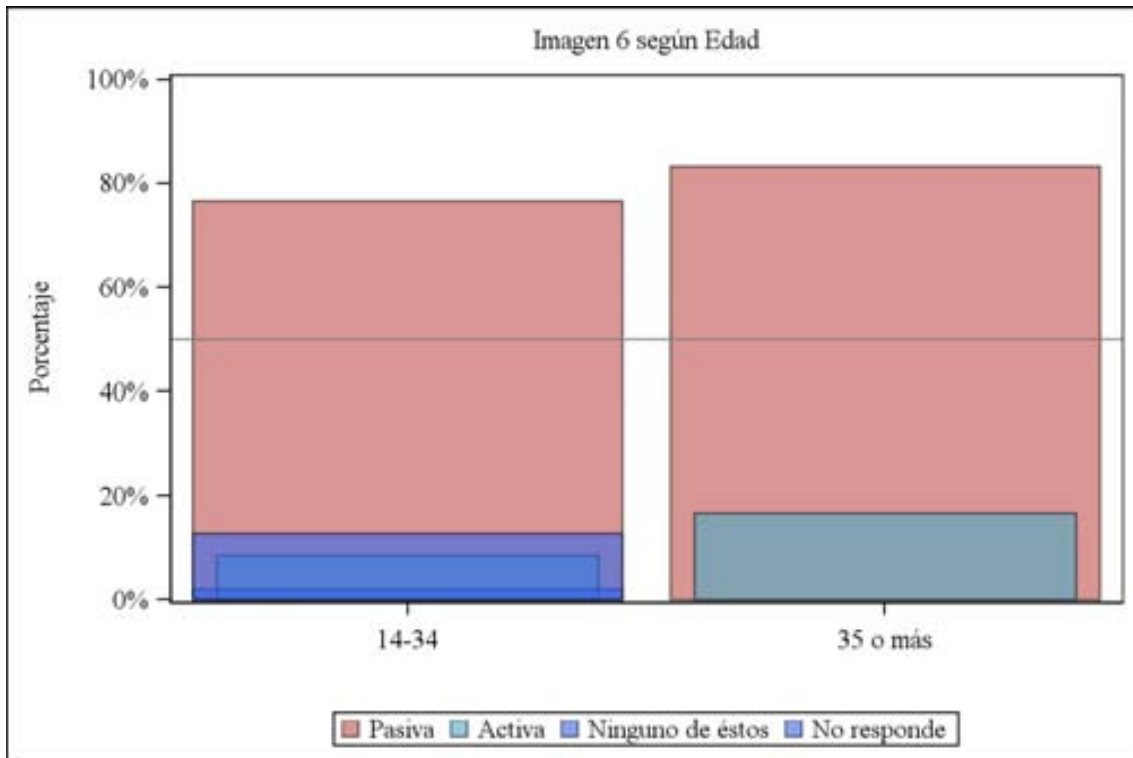
3.6.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 78% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 6	Pasiva	46	78.0%
	Activa	6	10.2%
	Ninguno de éstos	1	1.7%
	No responde	6	10.2%
		59	100.0%
TIPOS: Pasiva			

Imagen 6 según Edad



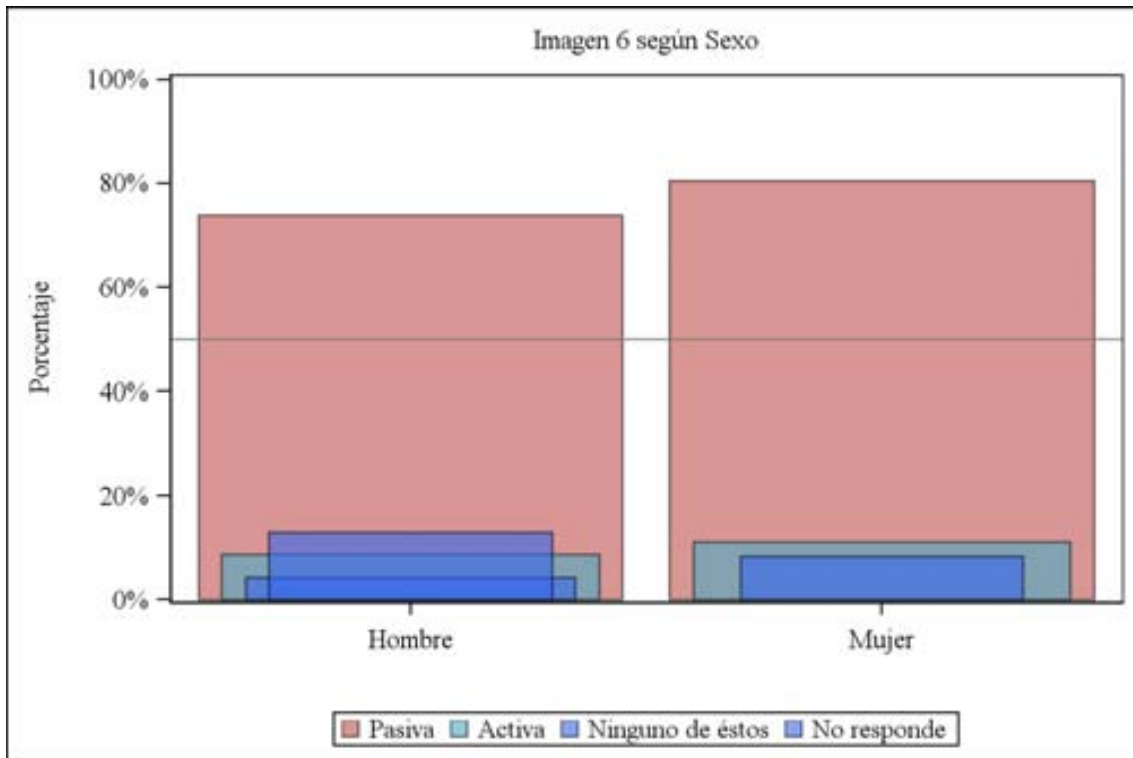
En ambas categorías de edad: cerca de un 85% de los participantes han elegido que esta imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo Pasiva. Se debe destacar que las personas que han seleccionado las opciones Ninguno de éstos y No responde son todos personas de 14-34 años.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 6 Pasiva	36	76.6%	10	83.3%
Activa	4	8.5%	2	16.7%
Ninguno de éstos	1	2.1%	.	.
No responde	6	12.8%	.	.
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 6	Comparación según Edad Tipos	LR - Chi-Square Test	3.79	3 0.2851

Imagen 6 según Sexo



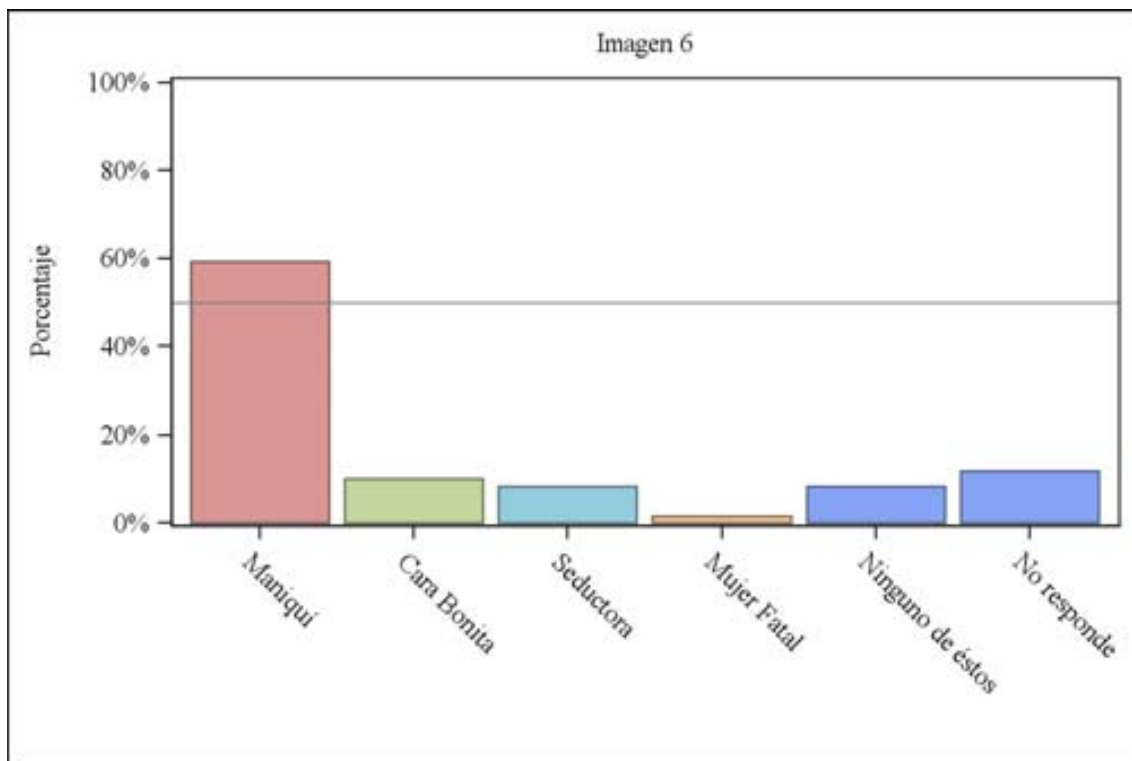
Observamos que en ambos sexos se obtiene un porcentaje de respuestas imagen Pasiva superior al 70%. Aunque el porcentaje de respuestas Pasiva es ligeramente superior en las mujeres.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 6 Pasiva	17	73.9%	29	80.6%
Activa	2	8.7%	4	11.1%
Ninguno de éstos	1	4.3%	.	.
No responde	3	13.0%	3	8.3%
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 6 Comparación según sexo Tipos	LR - Chi-Square Test	2.34	3	0.5040

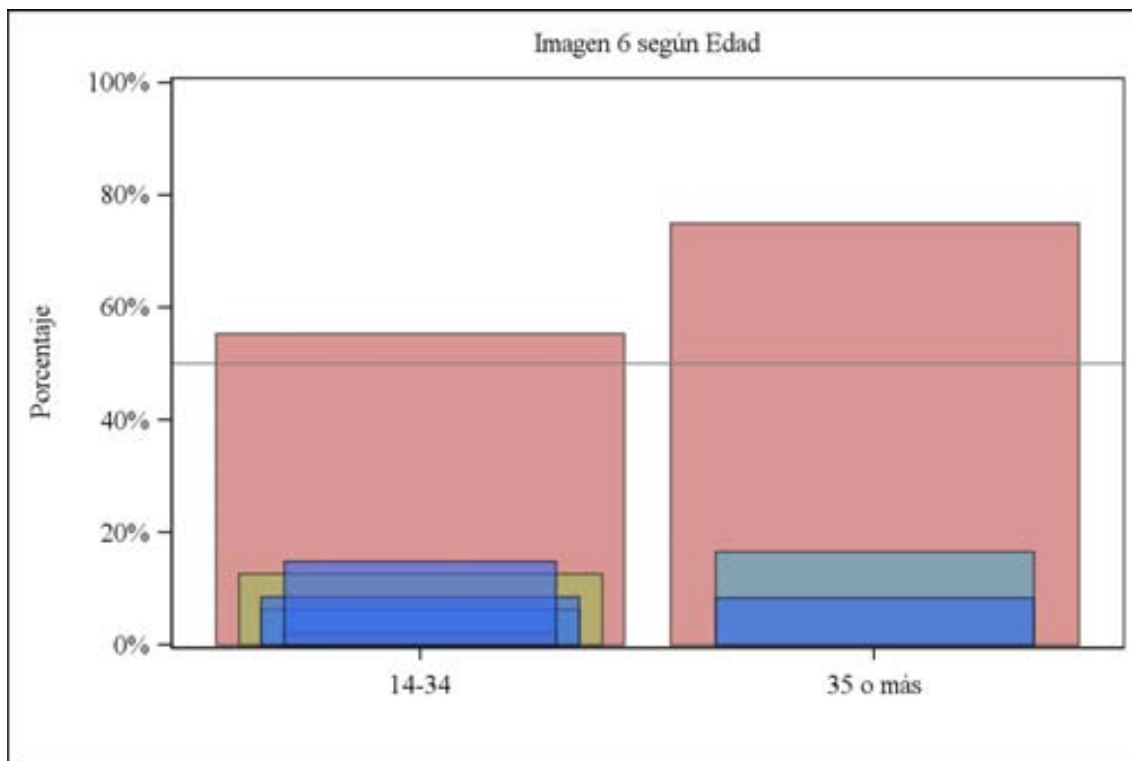
3.6.3 Estereotipo



La mayoría de personas han elegido que la imagen 1 corresponde al Estereotipo Maniquí, 35 personas (59.3%).

	Estereotipo	N	%
Imagen 6	Maniquí	35	59.3%
	Cara Bonita	6	10.2%
	Seductora	5	8.5%
	Mujer Fatal	1	1.7%
	Ninguno de éstos	5	8.5%
	No responde	7	11.9%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO: Maniquí			

Imagen 6 según Edad



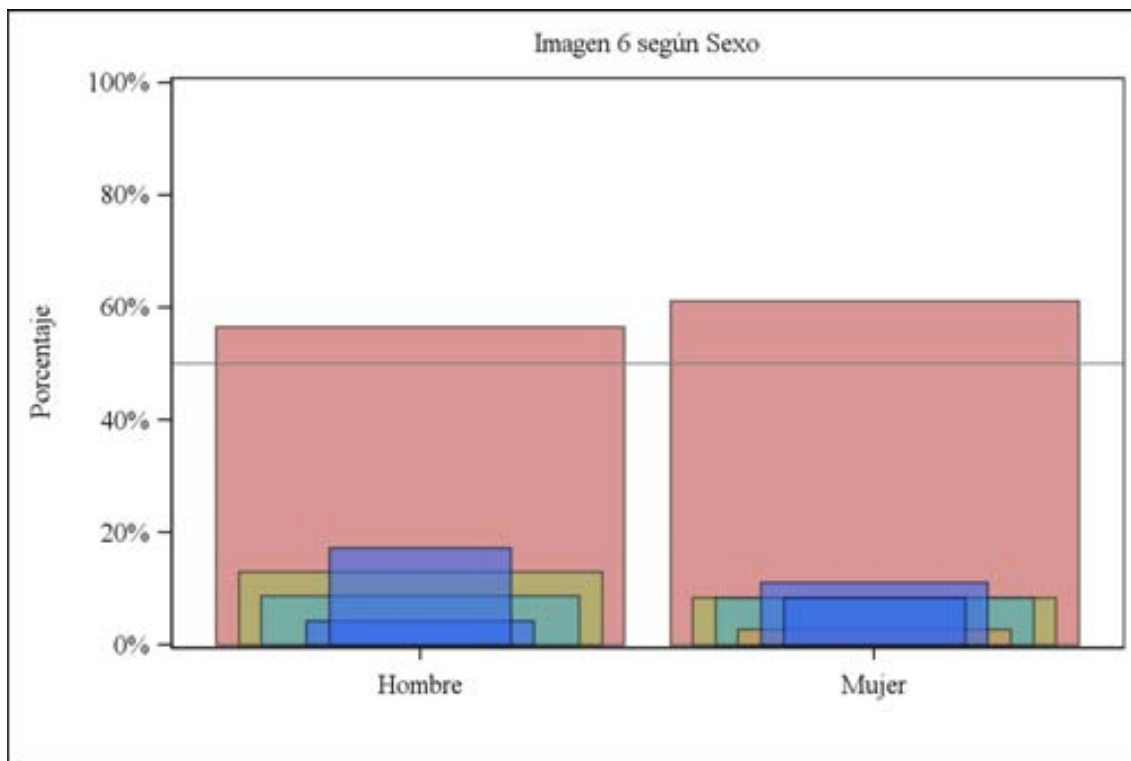
Observamos que en ambas categorías de edad el Estereotipo mayoritario es Maniquí, aunque en los más jóvenes el porcentaje de personas que han respondido Maniquí es inferior al de 35 años o más.

	Estereotipo	14-34		35 o más	
		N	%	N	%
Imagen 6	Maniquí	26	55.3%	9	75.0%
	Cara Bonita	6	12.8%	.	.
	Seductora	3	6.4%	2	16.7%
	Mujer Fatal	1	2.1%	.	.
	Ninguno de éstos	4	8.5%	1	8.3%
	No responde	7	14.9%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO: Maniquí					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 6 Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	7.96	5	0.1584

Imagen 6 según Sexo



El porcentaje de elección de Estereotipo en ambos sexos es similar para todas las categorías.

Estereotipo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 6 Maniquí	13	56.5%	22	61.1%
Cara Bonita	3	13.0%	3	8.3%
Seductora	2	8.7%	3	8.3%
Mujer Fatal	.	.	1	2.8%
Ninguno de éstos	1	4.3%	4	11.1%
No responde	4	17.4%	3	8.3%
	23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO: Maniquí				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 6 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	3.11	5	0.6829

3.7 Imagen 7

3.7.1 Patrón

Todas las personas han respondido que la imagen correspondía a Mujer Objeto de Deseo.

	Patrón	N	%
Imagen 7	Mujer Objeto de Deseo	59	100.0%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

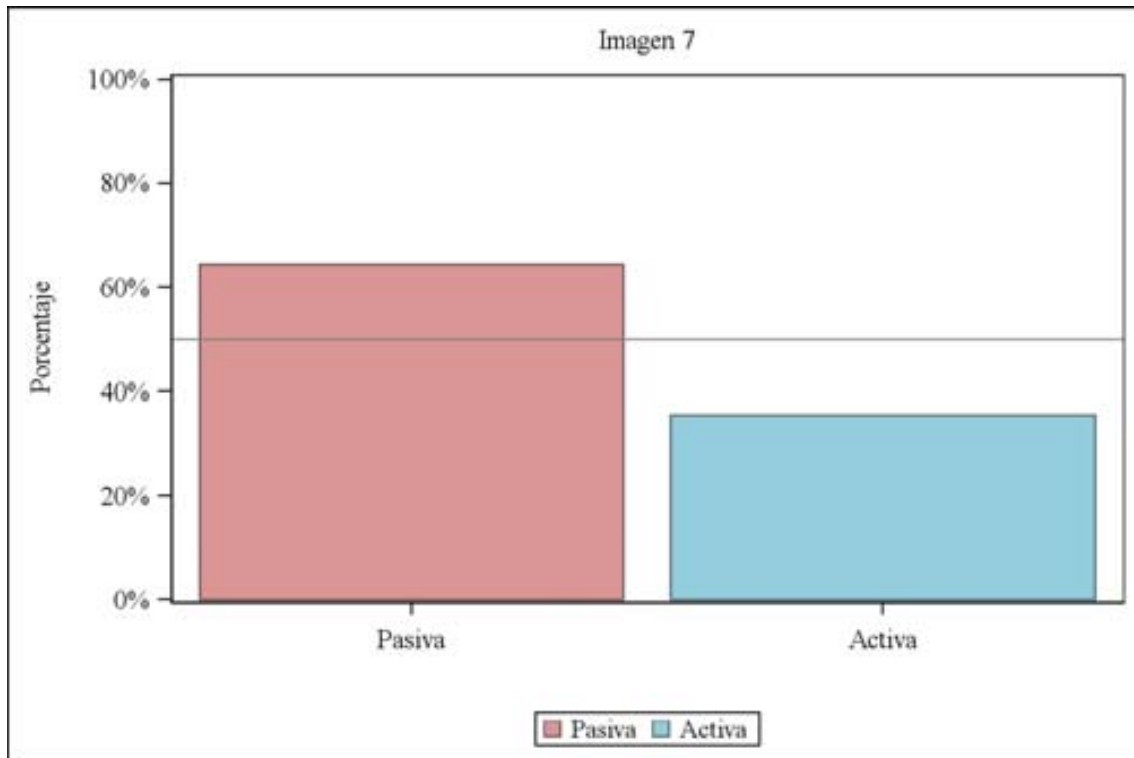
Imagen 7 según Edad

No se presenta la comparación por cada edad, ya que, todas las personas han respondido que la imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo.

Imagen 7 según Sexo

No se presenta la comparación por cada sexo, ya que, todas las personas han respondido que la imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo.

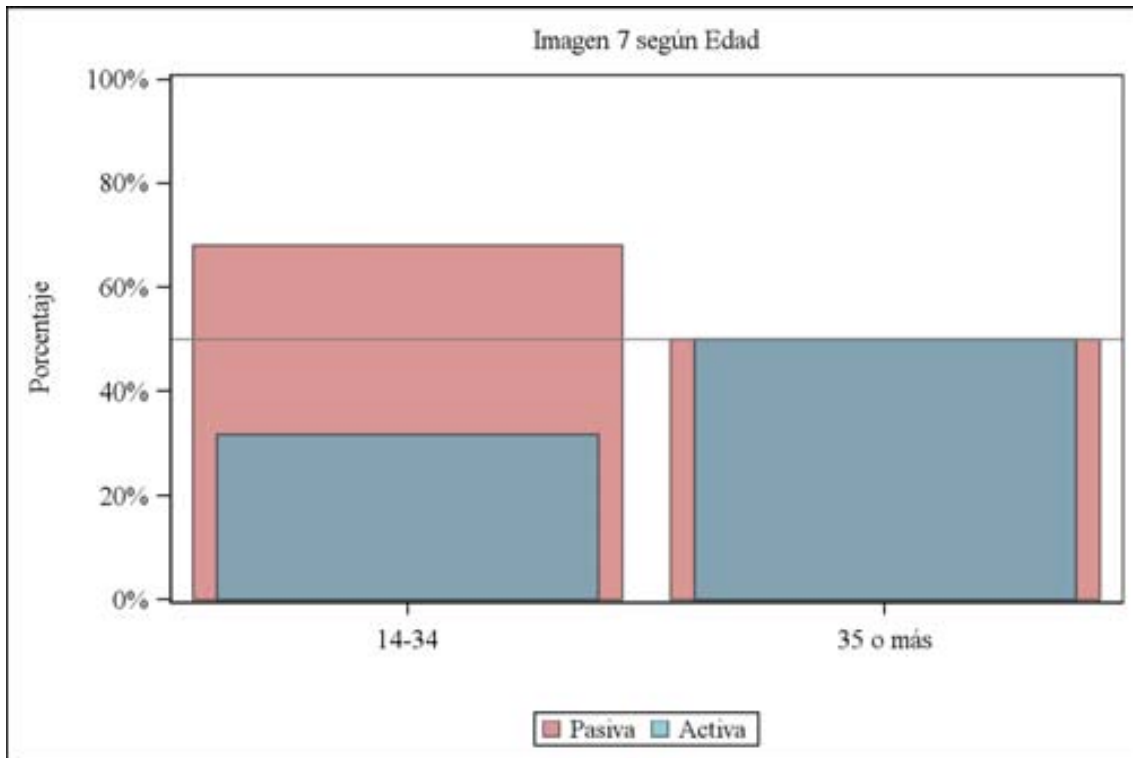
3.7.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 64.4% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 7	Pasiva	38	64.4%
	Activa	21	35.6%
		59	100.0%
TIPOS: Pasiva			

Imagen 7 según Edad



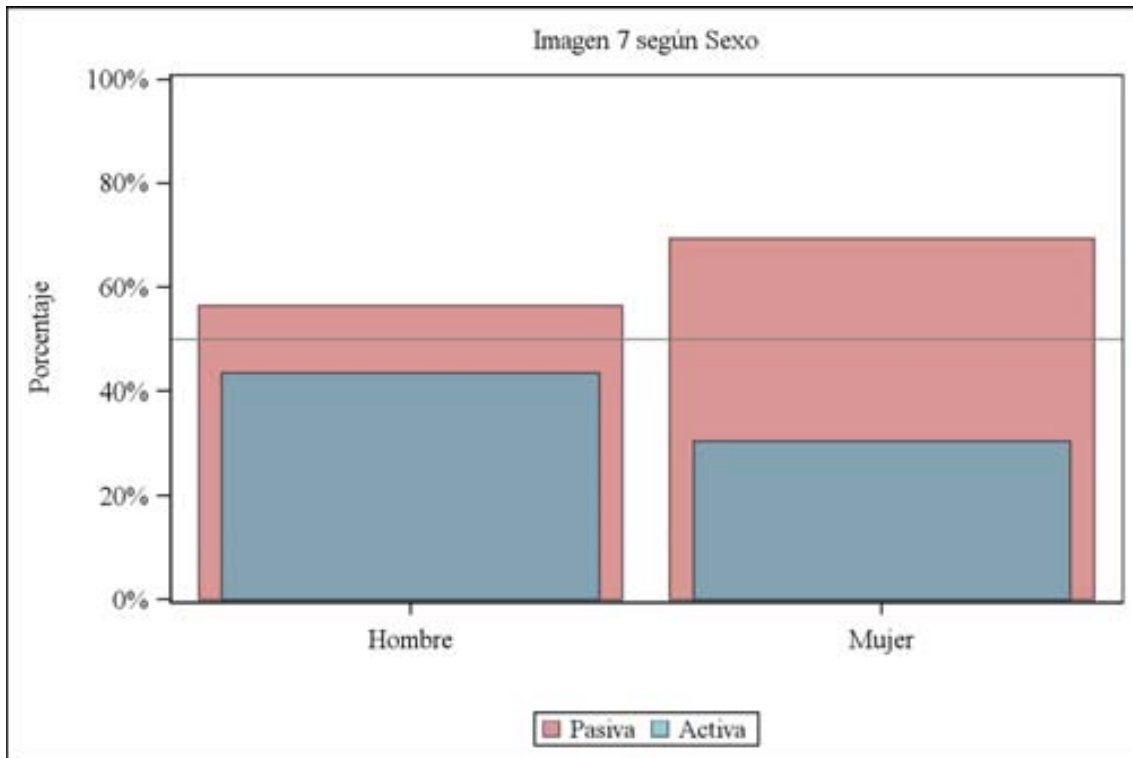
En las personas de 35 años o más, el 50% de personas han valorado que la imagen es Activa, y el 50% que es Pasiva. En cambio, las personas jóvenes 14-34 años, el porcentaje de respuestas es ligeramente superior en el tipo Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 7 Pasiva	32	68.1%	6	50.0%
Activa	15	31.9%	6	50.0%
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 7	Comparación según Edad Tipos	Chi-Square Test	1.36	1	0.2429

Imagen 7 según Sexo



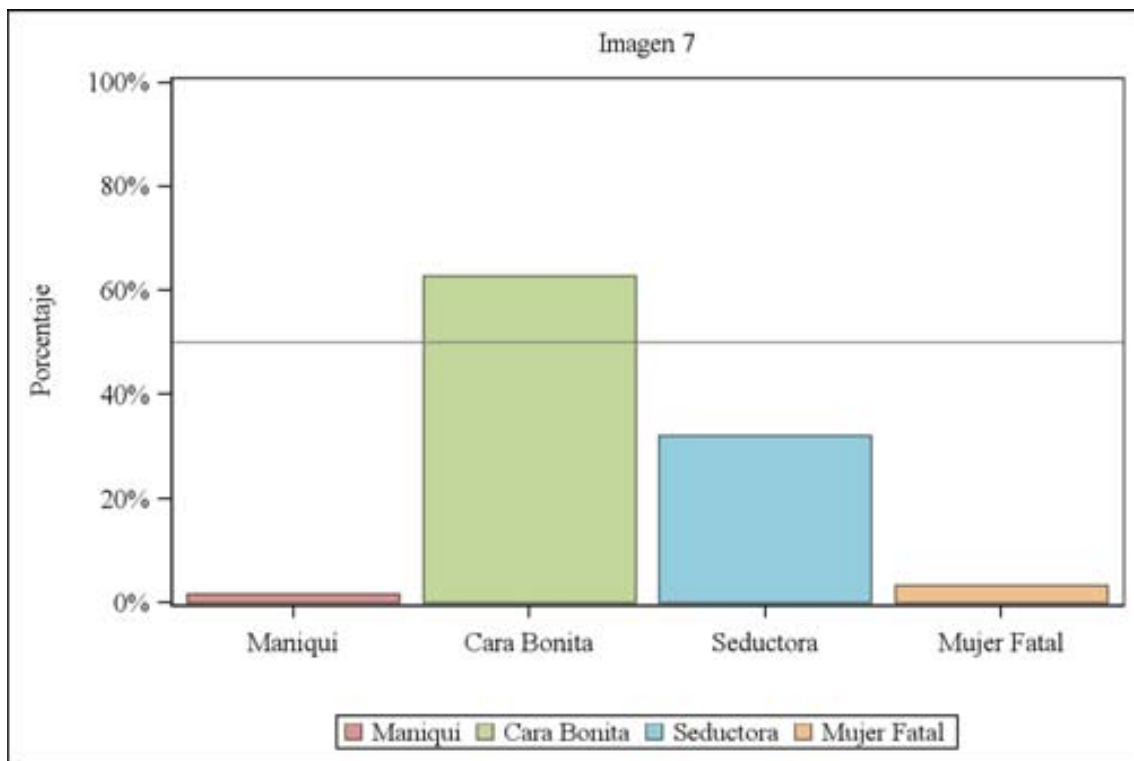
Observamos que en ambos sexos se obtiene un porcentaje de respuestas imagen Pasiva superior al 50%. Aunque el porcentaje de Mujeres que han valorado la imagen como Pasiva es ligeramente superior.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 7 Pasiva	13	56.5%	25	69.4%
Activa	10	43.5%	11	30.6%
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 7 Comparación según sexo Tipos	Chi-Square Test	1.02	1	0.3120

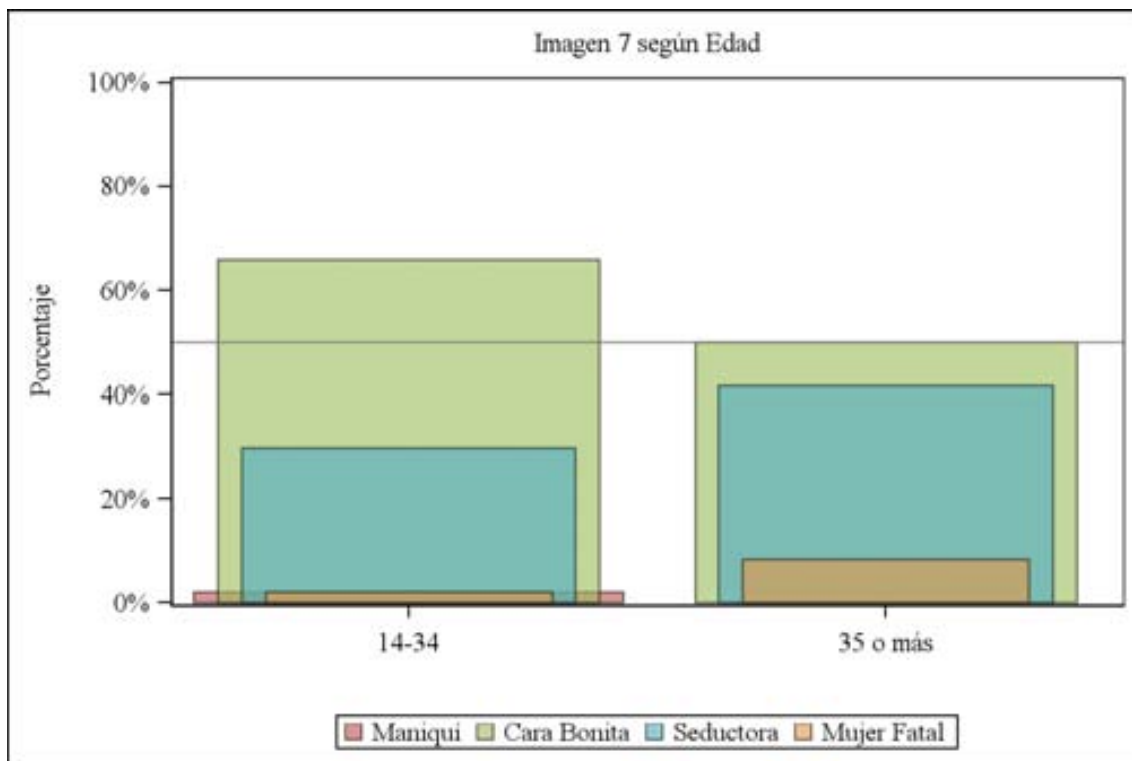
3.7.3 Estereotipo



La mayoría de personas han elegido que la imagen 7 corresponde al Estereotipo Cara Bonita, 37 personas (62.7%).

	Estereotipo	N	%
Imagen 7	Maniquí	1	1.7%
	Cara Bonita	37	62.7%
	Seductora	19	32.2%
	Mujer Fatal	2	3.4%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO: Cara Bonita			

Imagen 7 según Edad



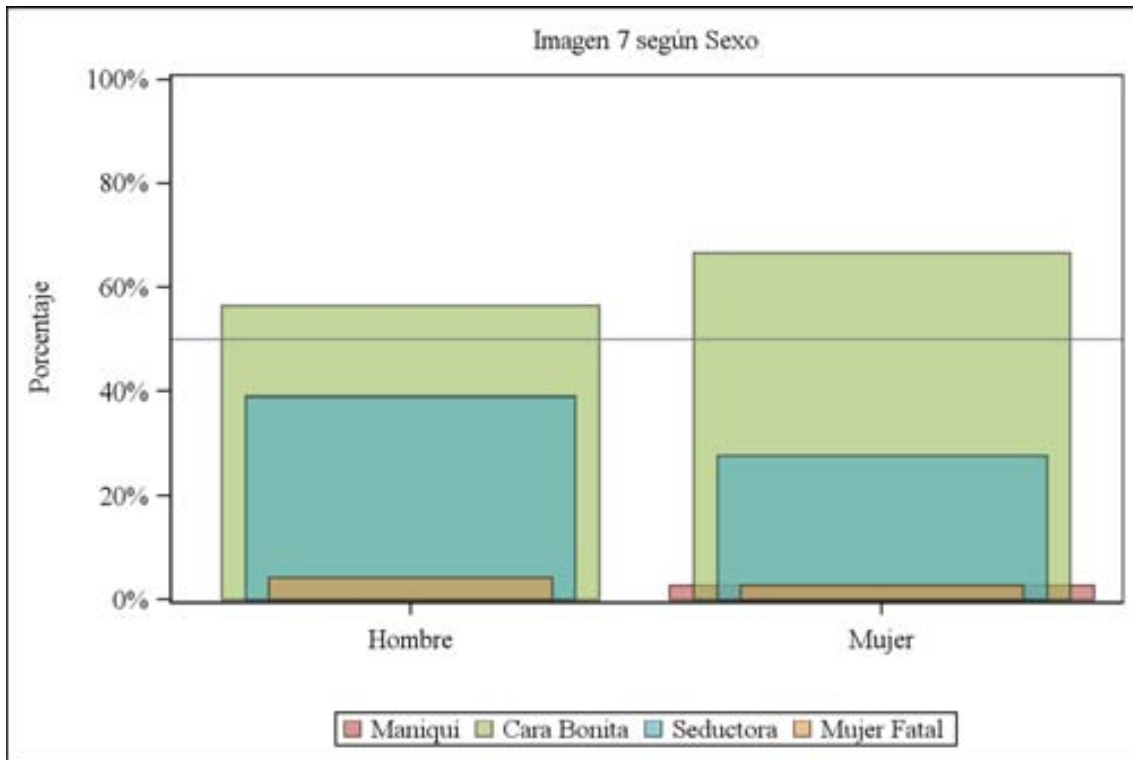
Observamos que en ambas categorías de edad se ha elegido Cara Bonita como el Estereotipo de la imagen, siempre con mayoría absoluta. Vemos que en el caso de los jóvenes el porcentaje de respuestas con este Estereotipo es ligeramente superior a los de 35 años o más.

		14-34		35 o más	
Estereotipo		N	%	N	%
Imagen 7	Maniquí	1	2.1%	.	.
	Cara Bonita	31	66.0%	6	50.0%
	Seductora	14	29.8%	5	41.7%
	Mujer Fatal	1	2.1%	1	8.3%
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO: Cara Bonita					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

			Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 7	Comparación según Edad	Estereotipo	LR - Chi-Square Test	2.12	3	0.5469

Imagen 7 según Sexo



La imagen 7 ha sido elegida como Cara Bonita. En ambos sexos este Estereotipo es el mayoritario, siendo ligeramente superior en las mujeres.

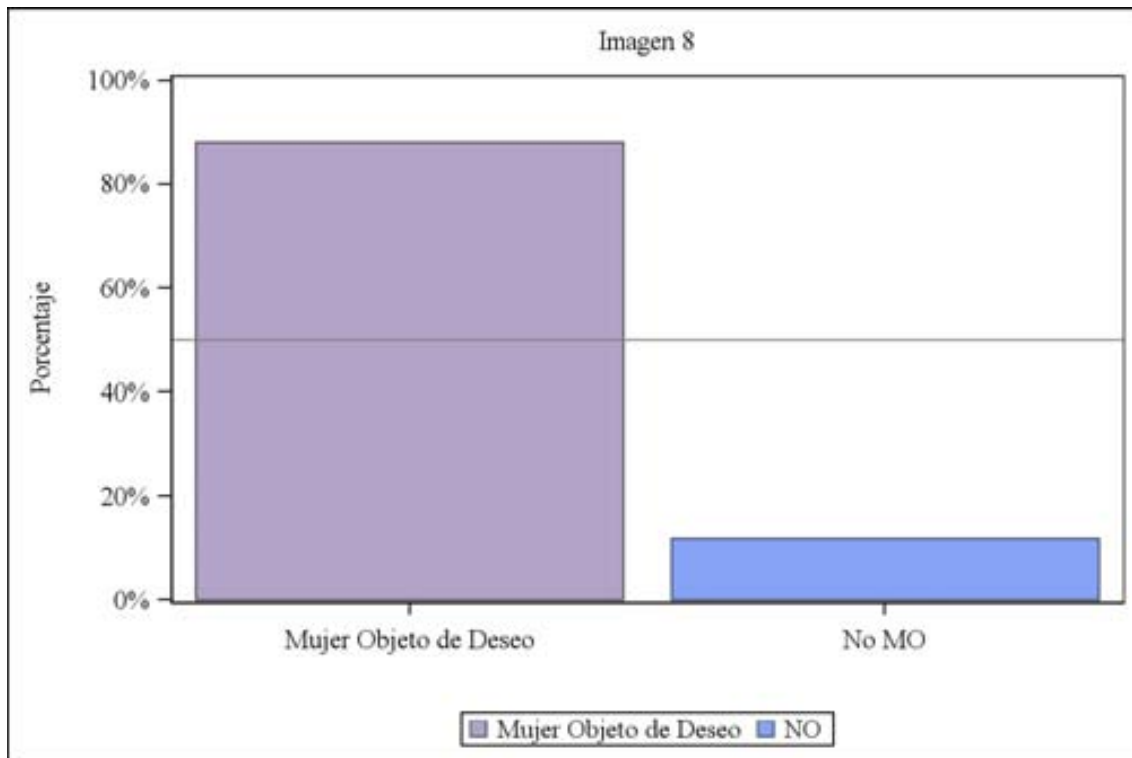
Estereotipo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 7 Maniquí	.	.	1	2.8%
Cara Bonita	13	56.5%	24	66.7%
Seductora	9	39.1%	10	27.8%
Mujer Fatal	1	4.3%	1	2.8%
	23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO: Cara Bonita				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 7 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	1.87	3	0.5996

3.8 Imagen 8

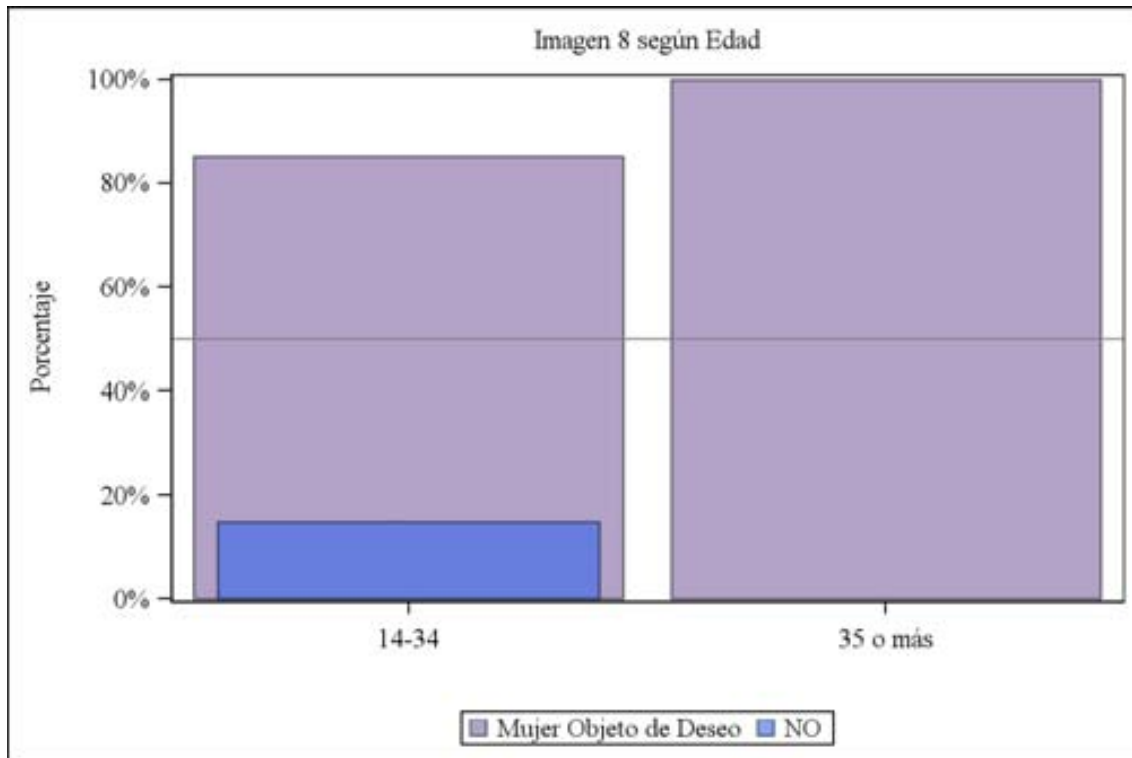
3.8.1 Patrón



52 personas (un 88.1%) han elegido que la imagen correspondía a Mujer Objeto de Deseo.

Patrón		N	%
Imagen 8	Mujer Objeto de Deseo	52	88.1%
	No MO	7	11.9%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

Imagen 8 según Edad



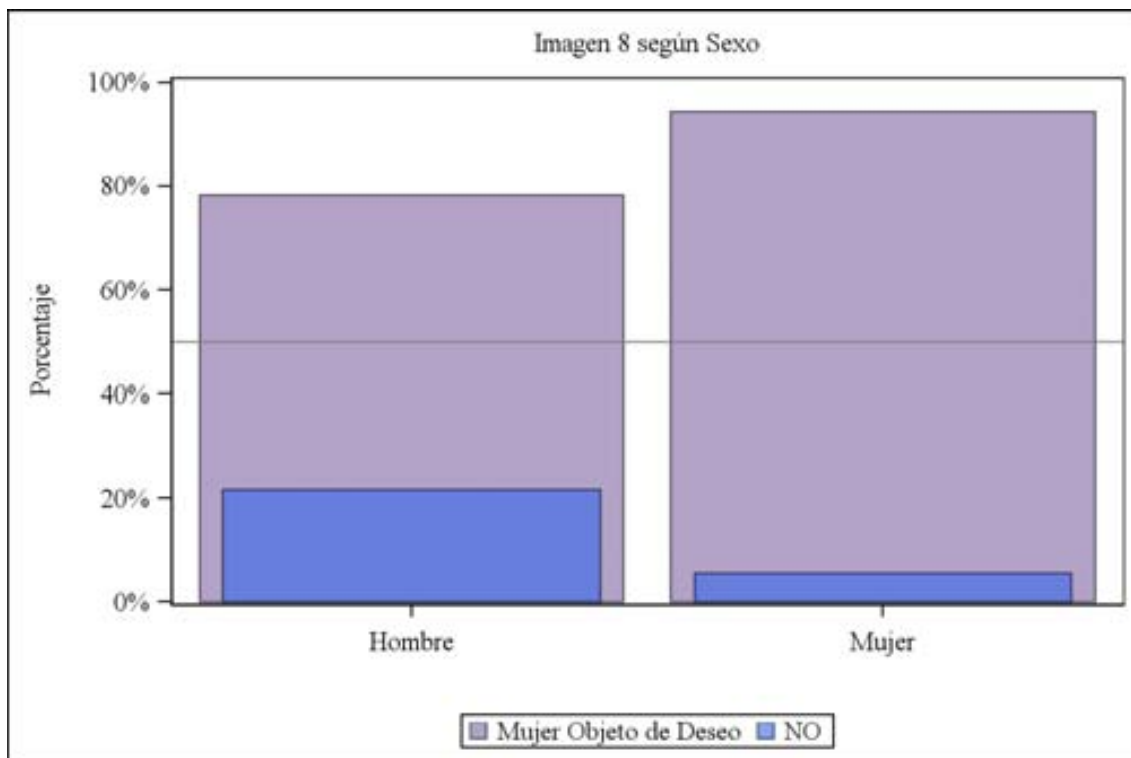
En ambas categorías de edad, la imagen 8 es elegida como Mujer Objeto de Deseo.

		14-34		35 o más	
Patrón		N	%	N	%
Imagen 8	Mujer Objeto de Deseo	40	85.1%	12	100.0%
	No MO	7	14.9%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de si la imagen es Mujer Objeto de Deseo:

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 8	Comparación según Edad Patrón	Chi-Square Test	2.03	1	0.1544

Imagen 8 según Sexo



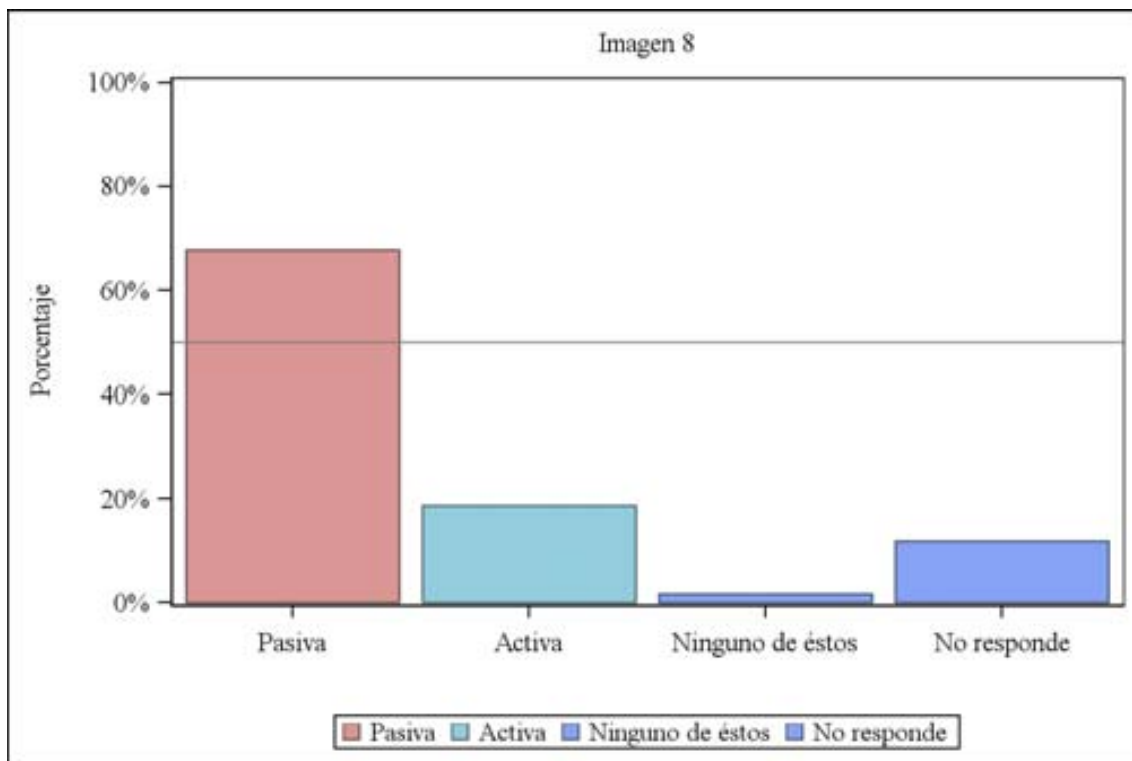
En la Imagen 8, de los 23 hombres, un 78.3% han elegido la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo. De las 36 mujeres, un 94.4% han elegido la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo.

		Hombre		Mujer	
Patrón		N	%	N	%
Imagen 8	Mujer Objeto de Deseo	18	78.3%	34	94.4%
	No MO	5	21.7%	2	5.6%
		23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de si la imagen es Mujer Objeto de Deseo:

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 8	Comparación según sexo Patrón	Exact's Fisher Test	3.52	1	0.0980

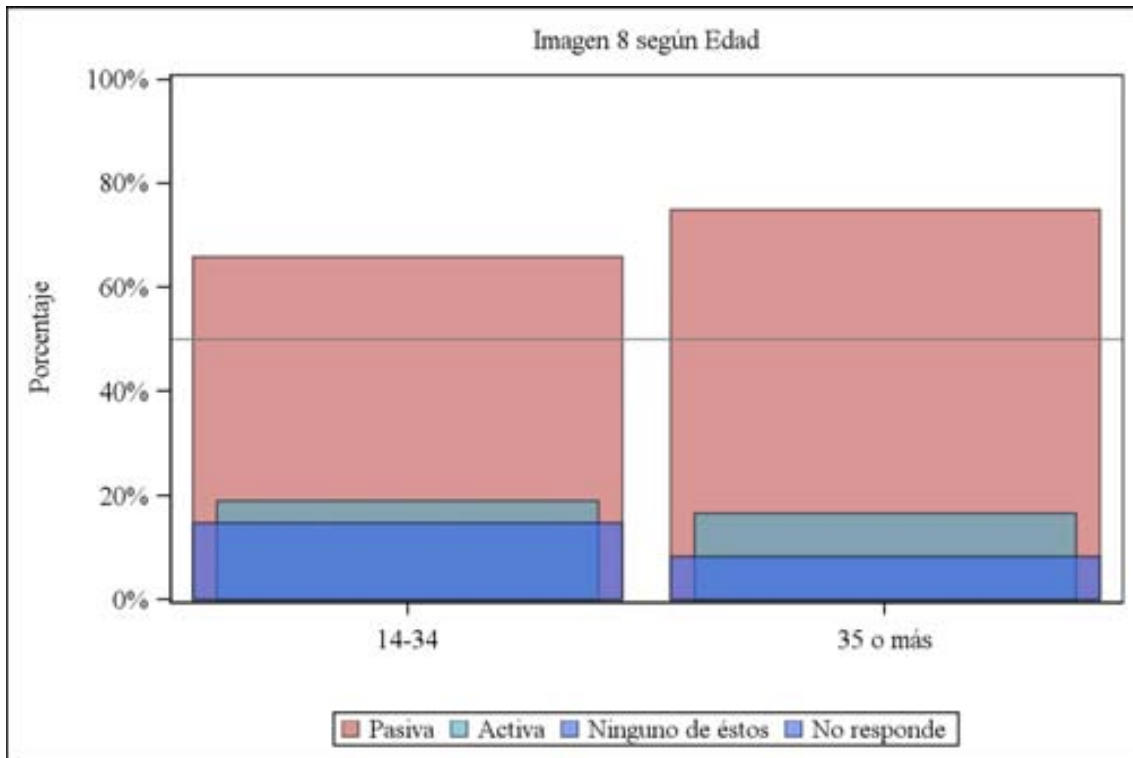
3.8.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 67.8% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 8	Pasiva	40	67.8%
	Activa	11	18.6%
	Ninguno de éstos	1	1.7%
	No responde	7	11.9%
		59	100.0%
TIPOS: Pasiva			

Imagen 8 según Edad



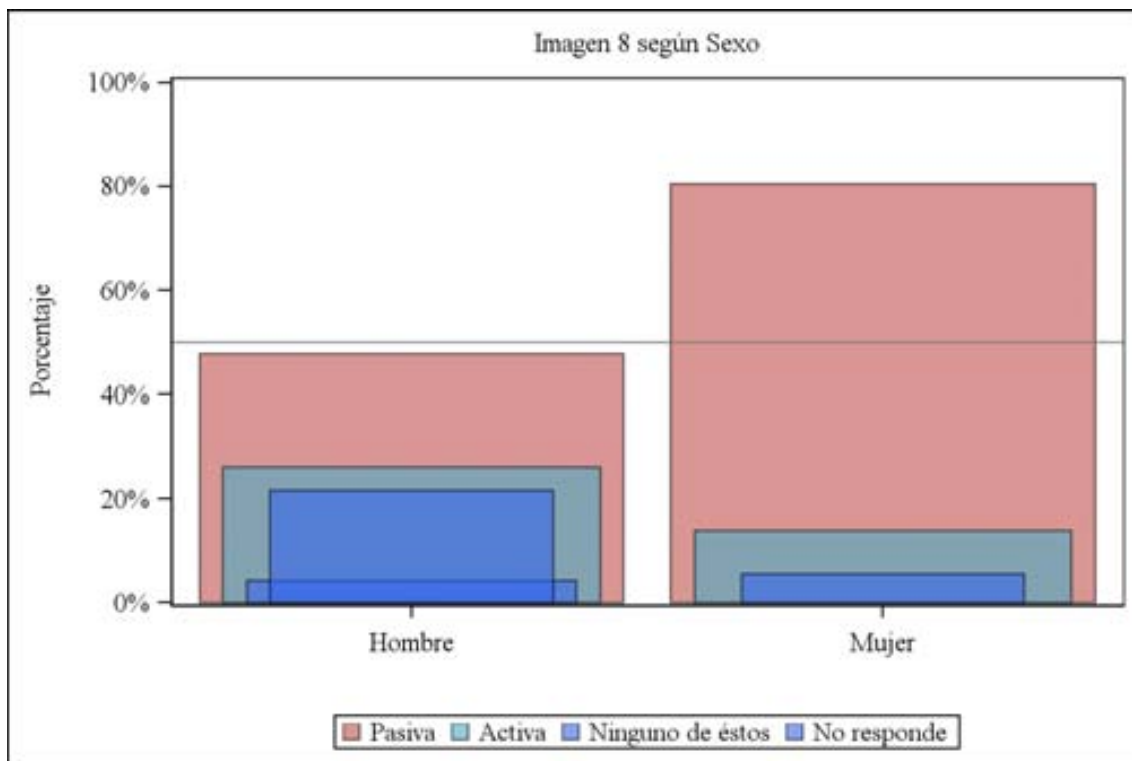
En las personas de 14-34, un 66% han valorado la imagen como Mujer Objeto de Deseo Pasiva. En las personas de 35 años o más el porcentaje es un poco superior, un 75% valoran la imagen Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 8 Pasiva	31	66.0%	9	75.0%
Activa	9	19.1%	2	16.7%
Ninguno de éstos	.	.	1	8.3%
No responde	7	14.9%	.	.
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 8 Comparación según Edad	Tipos LR - Chi-Square Test	6.51	3	0.0891

Imagen 8 según Sexo



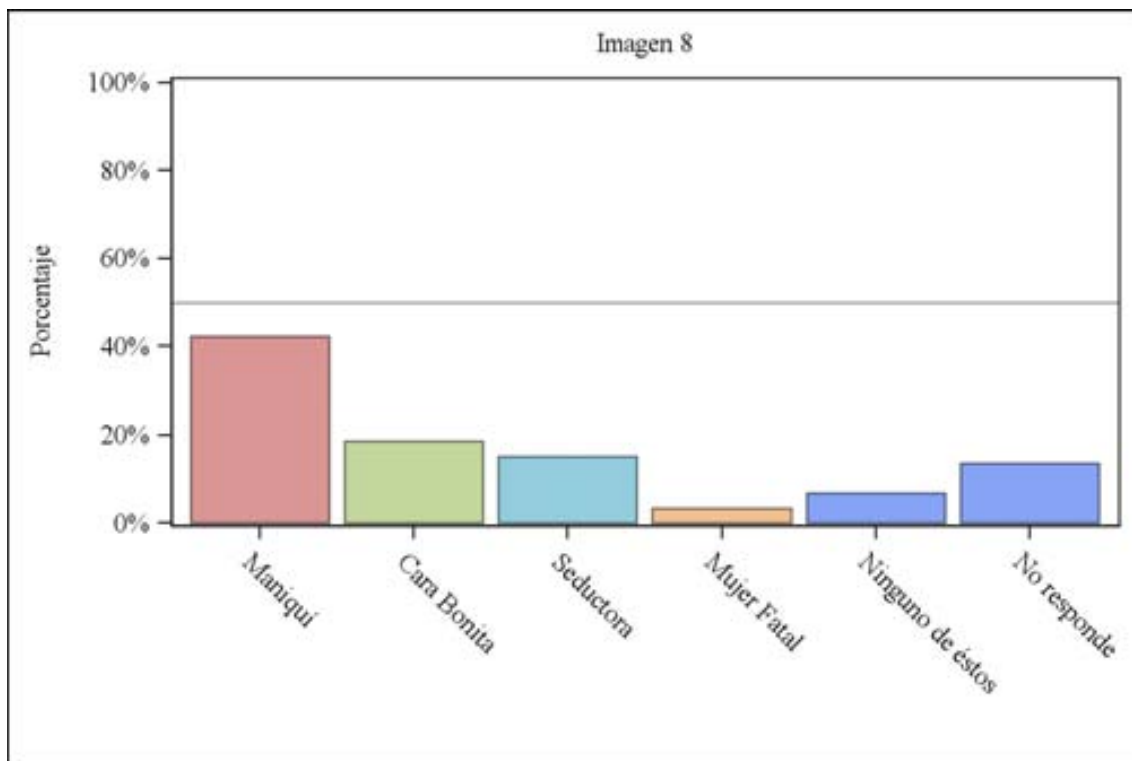
Observamos que en los hombres hay más variabilidad del tipo de Mujer Objeto de Deseo correspondiente a la imagen 8. En cambio, en las mujeres, hay un 80.6% que valoran que es una imagen Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 8 Pasiva	11	47.8%	29	80.6%
Activa	6	26.1%	5	13.9%
Ninguno de éstos	1	4.3%	.	.
No responde	5	21.7%	2	5.6%
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Pasiva				

Existen diferencias estadísticamente significativas en la elección de Pasiva_Activa según la edad (LR - Chi-Square Test= 8.32; p_valor=0.0399), siendo las mujeres quienes optan mayoritariamente como una imagen Pasiva:

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 8 Comparación según sexo Tipos	LR - Chi-Square Test	8.32	3	0.0399 *

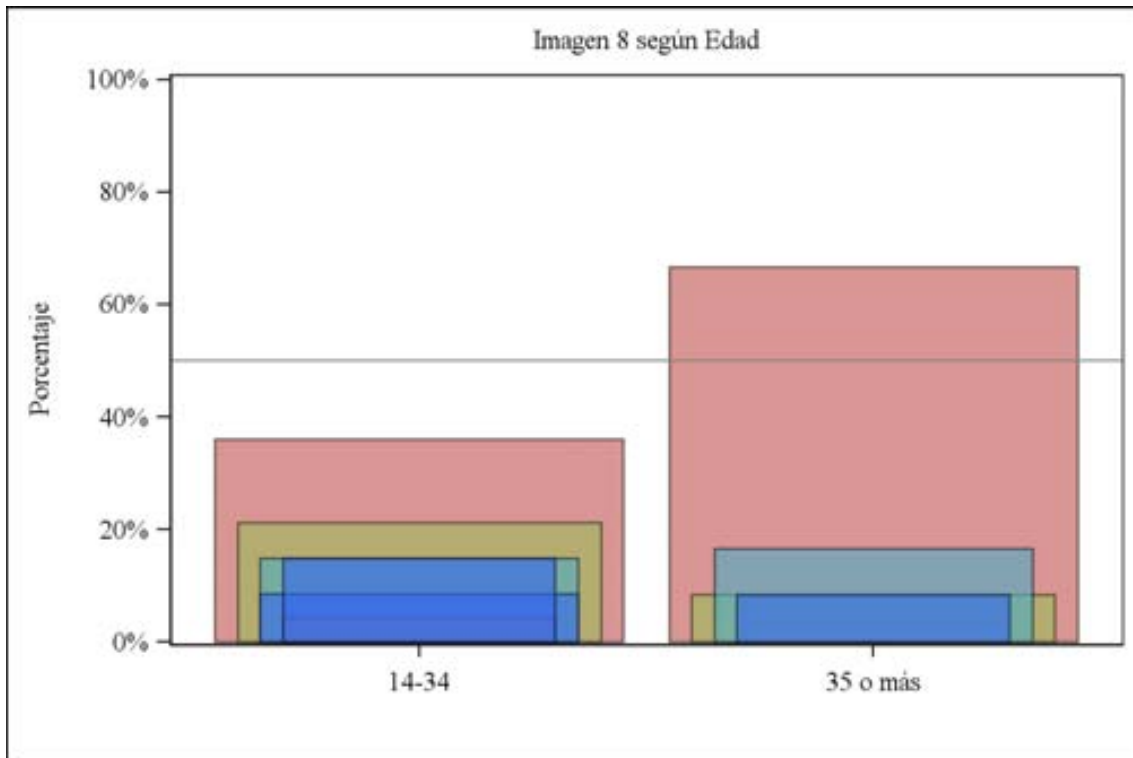
3.8.3 Estereotipo



En la imagen 8, no se define ningún estereotipo de la imagen, ya que, no se alcanza el 50% de los encuestados con la misma opción. La opción mayoritaria es Maniquí con 42.4%, seguido de Cara Bonita y Seductora con entre 15-20%, y finalmente Mujer Fatal con 3.4% de las respuestas. Cabe destacar que hay 4 personas que han respondido Ninguno de éstos, y 8 personas no han respondido a ésta pregunta.

	Estereotipo	N	%
Imagen 8	Maniquí	25	42.4%
	Cara Bonita	11	18.6%
	Seductora	9	15.3%
	Mujer Fatal	2	3.4%
	Ninguno de éstos	4	6.8%
	No responde	8	13.6%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO:			

Imagen 8 según Edad



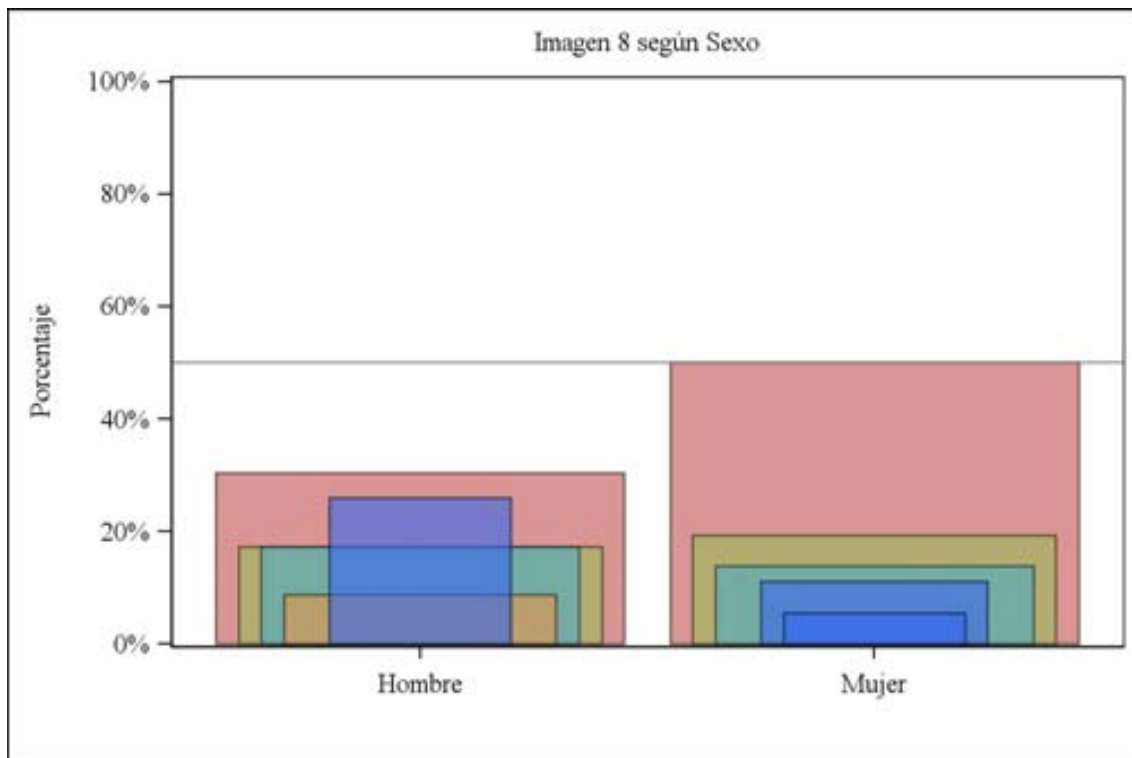
Observamos que en los más jóvenes hay más variabilidad en la elección de Estereotipo, aunque esto ocurre también por la diferencia de personas en cada categoría. El Estereotipo Maniquí ha sido elegido por: un 36.2% de las personas de 14-34 años, y, un 66.7% de las personas de 35 años o más.

Estereotipo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 8				
Maniquí	17	36.2%	8	66.7%
Cara Bonita	10	21.3%	1	8.3%
Seductora	7	14.9%	2	16.7%
Mujer Fatal	2	4.3%	.	.
Ninguno de éstos	4	8.5%	.	.
No responde	7	14.9%	1	8.3%
	47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO:				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 8 Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	5.99	5	0.3073

Imagen 8 según Sexo



La imagen 8 ha sido elegida como maniquí en las mujeres (50%). En cambio en los hombres, tan sólo el 30.4% lo han detectado con este Estereotipo.

	Estereotipo	Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
Imagen 8	Maniquí	7	30.4%	18	50.0%
	Cara Bonita	4	17.4%	7	19.4%
	Seductora	4	17.4%	5	13.9%
	Mujer Fatal	2	8.7%	.	.
	Ninguno de éstos	.	.	4	11.1%
	No responde	6	26.1%	2	5.6%
			23	100.0%	36
ESTEREOTIPO:					

Existen diferencias estadísticamente significativas en la elección de estereotipo según la edad (LR - Chi-Square Test= 13.47; p_valor=0.0193), siendo las mujeres quienes han detectado la imagen con Estereotipo Maniquí:

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 8 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	13.47	5	0.0193 *

3.9 Imagen 9

3.9.1 Patrón

Tan sólo hay una persona que no ha identificado el Patrón de la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo.

Patrón	N	%
Imagen 9 Mujer Objeto de Deseo	58	98.3%
No MO	1	1.7%
	59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo		

Imagen 9 según Edad

La persona que no ha identificado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo es de 14-34 años.

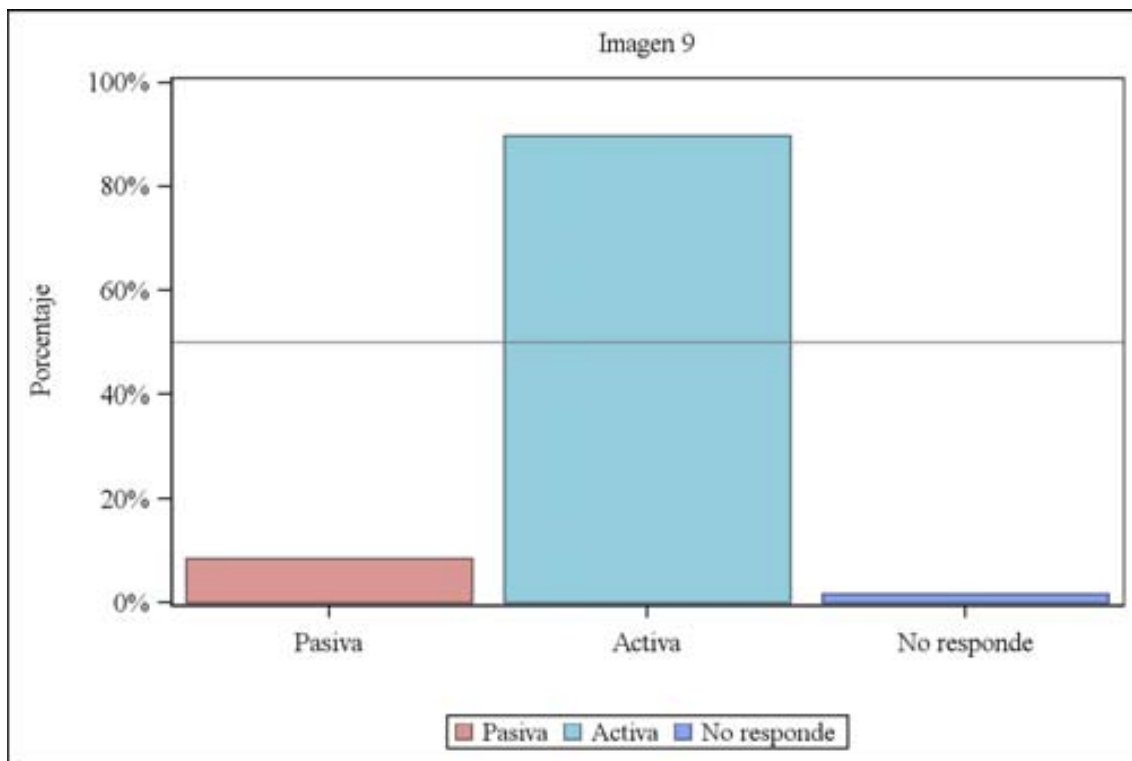
Patrón	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 9 Mujer Objeto de Deseo	46	97.9%	12	100.0%
No MO	1	2.1%	.	.
	47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo				

Imagen 9 según Sexo

Observamos que el sexo de la persona que no ha identificado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo es hombre.

Patrón	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 9 Mujer Objeto de Deseo	22	95.7%	36	100.0%
No MO	1	4.3%	.	.
	23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo				

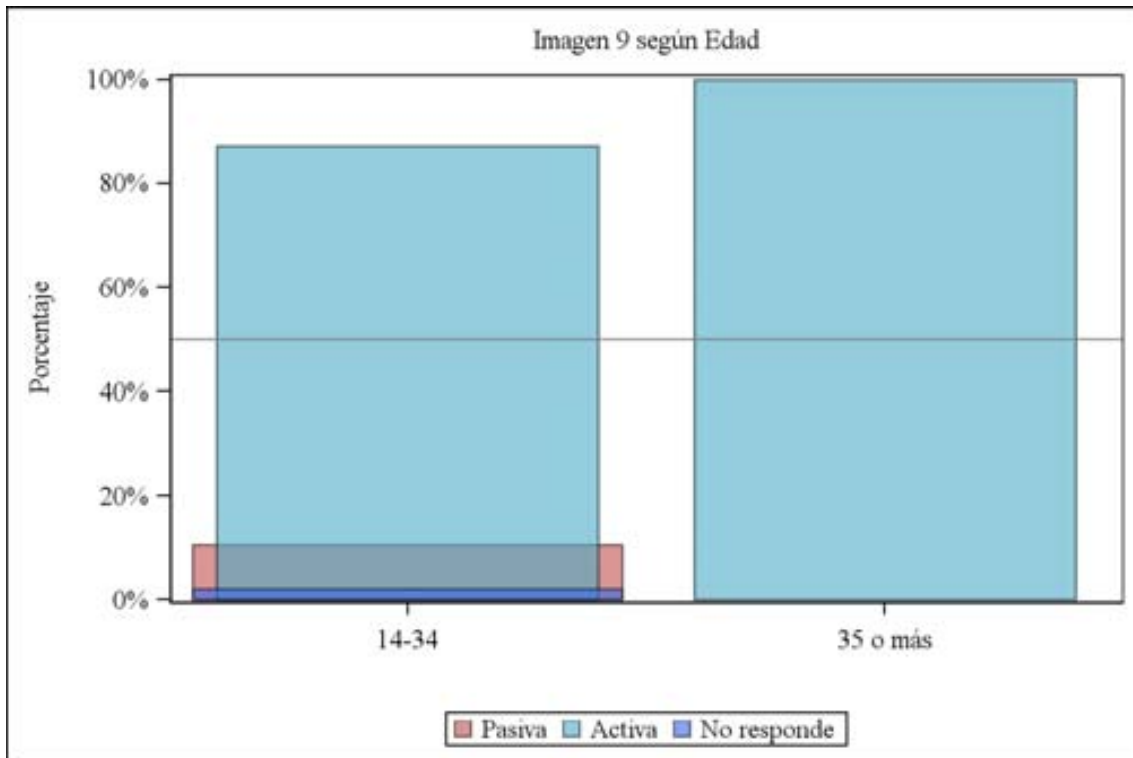
3.9.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 89.8% de los participantes han valorado la imagen como Mujer Objeto de Deseo Activa, 5 personas (8.5%) la han identificado como Pasiva; y el hombre que no la ha identificado como Mujer Objeto de Deseo, no ha respondido esta pregunta.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 9	Pasiva	5	8.5%
	Activa	53	89.8%
	No responde	1	1.7%
		59	100.0%
TIPOS: Activa			

Imagen 9 según Edad



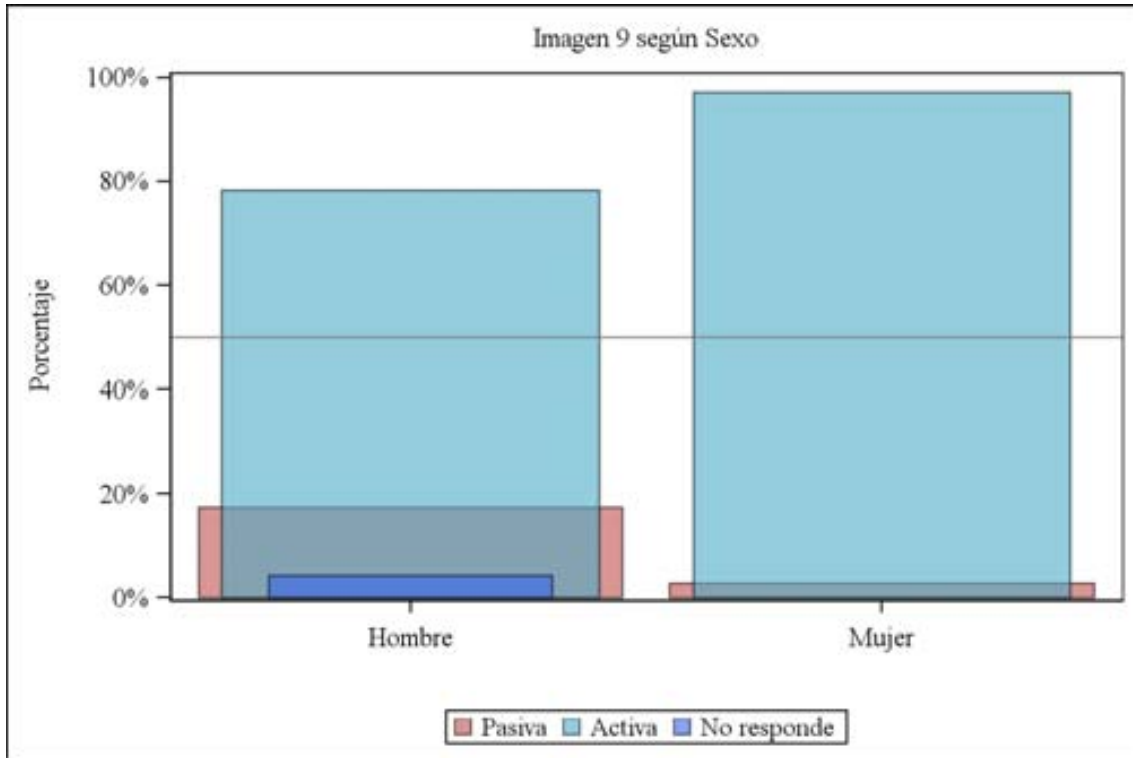
En ambas categorías de edad más de un 85% de los participantes han elegido que esta imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo Activa. De hecho, en las personas de 35 años o más, todas han respondido Activa.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 9 Pasiva	5	10.6%	.	.
Activa	41	87.2%	12	100.0%
No responde	1	2.1%	.	.
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Activa				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 9	Comparación según Edad Tipos	LR - Chi-Square Test	2.90	2	0.2349

Imagen 9 según Sexo



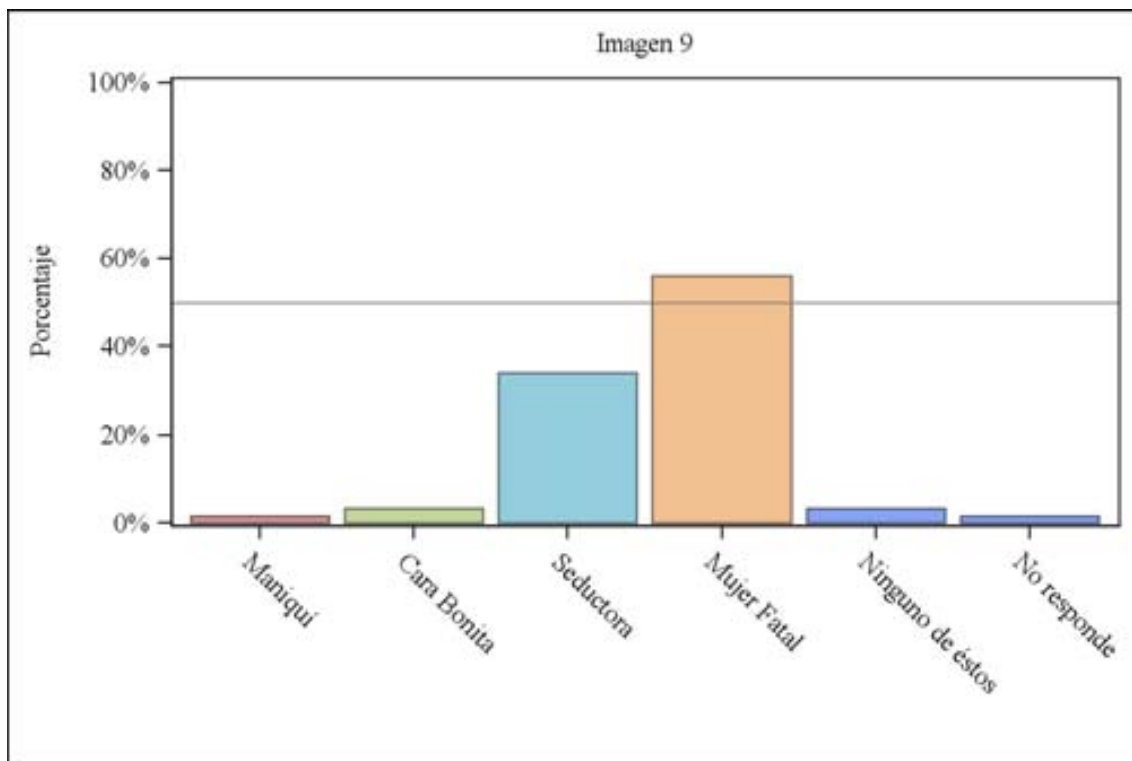
Observamos que en ambos sexos se obtiene un porcentaje de respuestas imagen Pasiva superior al 75%. Cabe destacar que casi la totalidad de las mujeres han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Activa, a diferencia de los hombres que han valorado este tipo un 80%.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 9 Pasiva	4	17.4%	1	2.8%
Activa	18	78.3%	35	97.2%
No responde	1	4.3%	.	.
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Activa				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 9 Comparación según sexo Tipos	LR - Chi-Square Test	5.98	2	0.0504

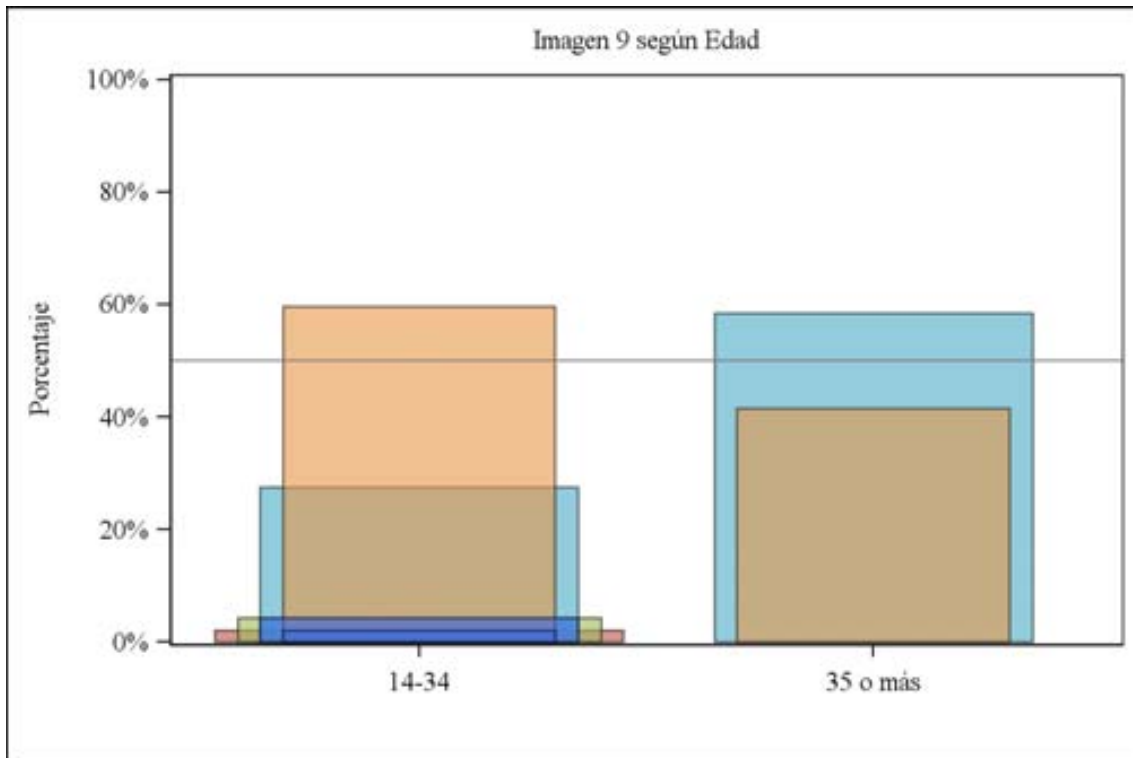
3.9.3 Estereotipo



La mayoría de personas han elegido que la imagen 9 corresponde al Estereotipo Mujer Fatal, 33 personas (55.9%).

Estereotipo		N	%
Imagen 9	Maniquí	1	1.7%
	Cara Bonita	2	3.4%
	Seductora	20	33.9%
	Mujer Fatal	33	55.9%
	Ninguno de éstos	2	3.4%
	No responde	1	1.7%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO: Mujer Fatal			

Imagen 9 según Edad



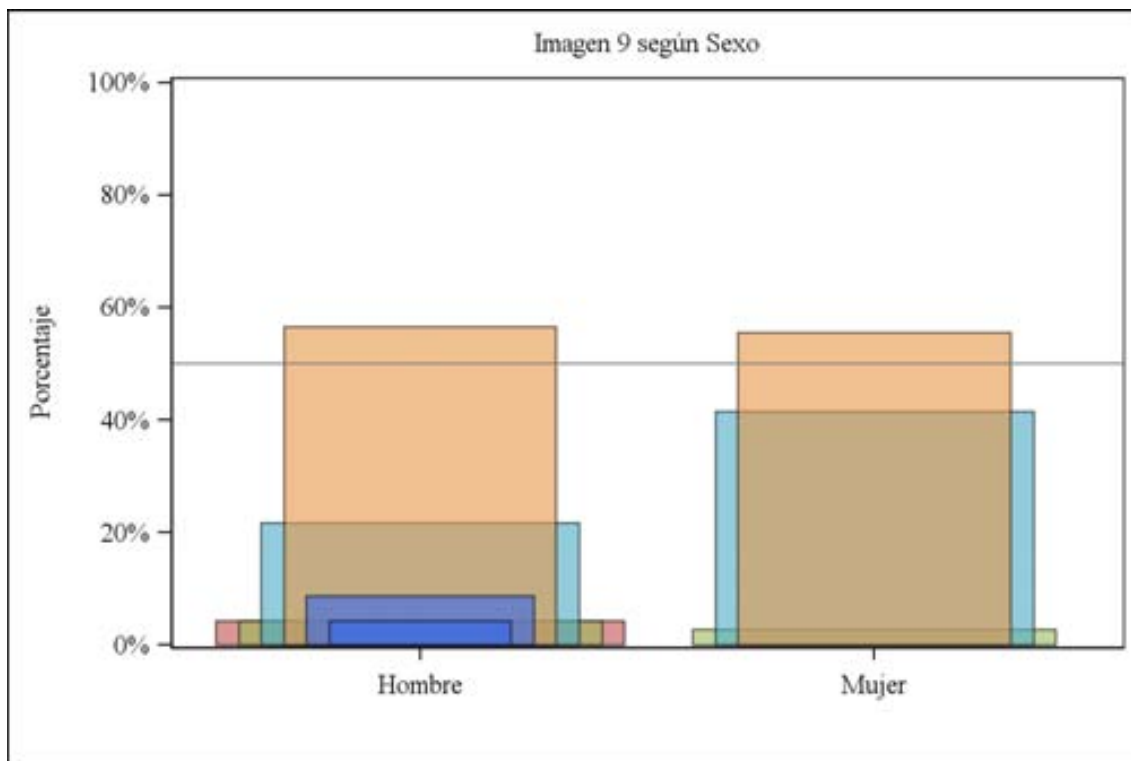
Observamos que en los más jóvenes el Estereotipo definido es Mujer Fatal por un 59.6%. En las personas de 35 años o más el Estereotipo más valorado ha sido Seductora (58.3%), seguido de Mujer Fatal (41.7%).

		14-34		35 o más	
Estereotipo		N	%	N	%
Imagen 9	Maniquí	1	2.1%	.	.
	Cara Bonita	2	4.3%	.	.
	Seductora	13	27.7%	7	58.3%
	Mujer Fatal	28	59.6%	5	41.7%
	Ninguno de éstos	2	4.3%	.	.
	No responde	1	2.1%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO: Mujer Fatal					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

			Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 9	Comparación según Edad	Estereotipo	LR - Chi-Square Test	5.63	5	0.3441

Imagen 9 según Sexo



En ambos sexos el porcentaje de personas que han elegido Mujer Fatal es del 55%, aproximadamente.

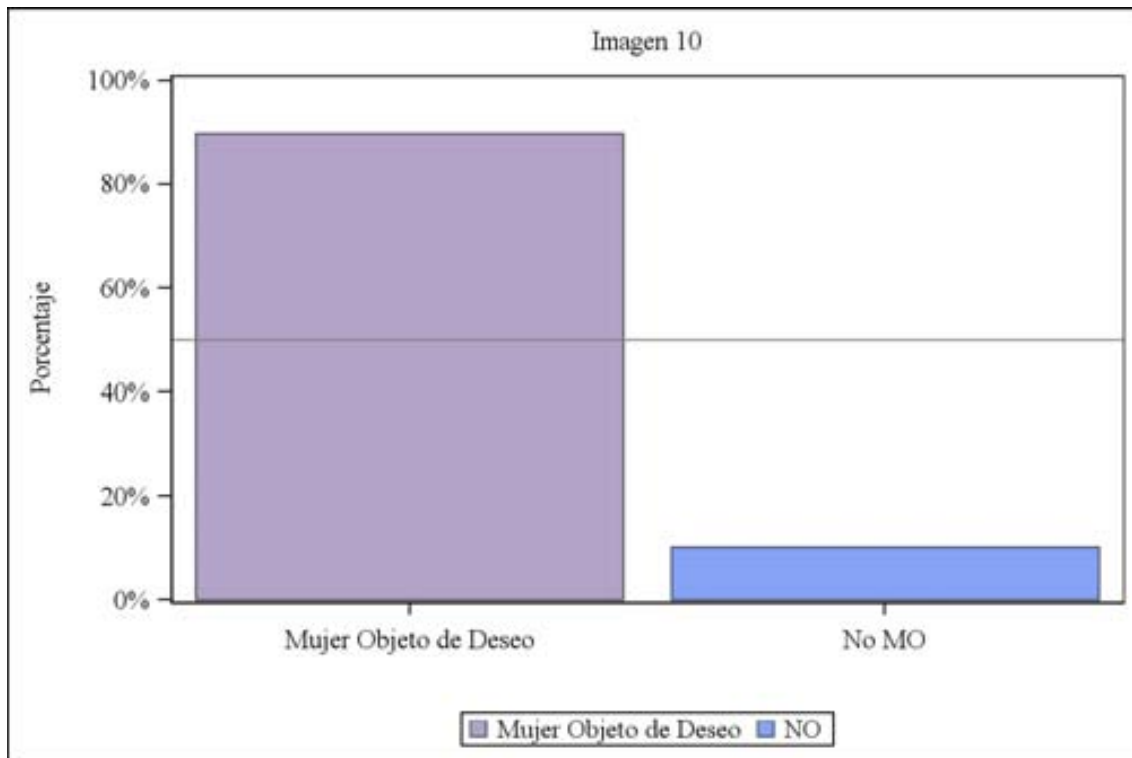
Imagen 9	Estereotipo	Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
	Maniquí	1	4.3%	.	.
	Cara Bonita	1	4.3%	1	2.8%
	Seductora	5	21.7%	15	41.7%
	Mujer Fatal	13	56.5%	20	55.6%
	Ninguno de éstos	2	8.7%	.	.
	No responde	1	4.3%	.	.
		23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO: Mujer Fatal					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 9 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	9.39	5	0.0946

3.10 Imagen 10

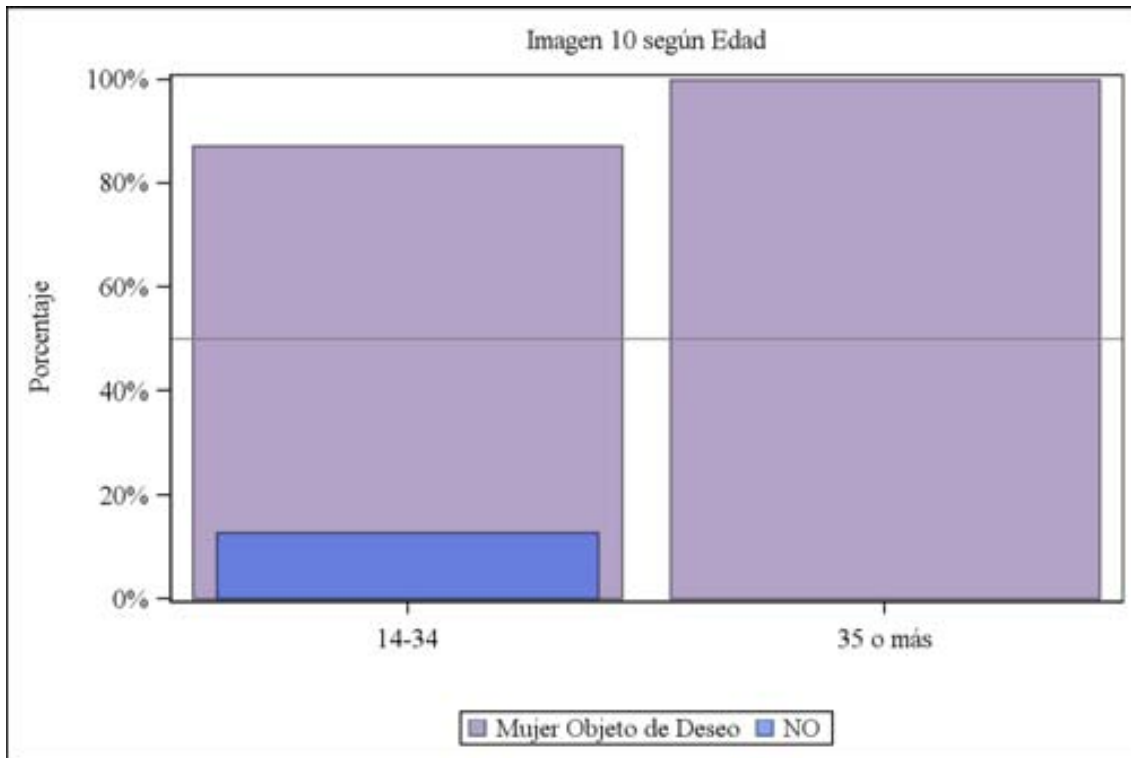
3.10.1 Patrón



53 personas (un 89.8%) han elegido que la imagen correspondía a Mujer Objeto de Deseo.

Patrón		N	%
Imagen 10	Mujer Objeto de Deseo	53	89.8%
	No MO	6	10.2%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

Imagen 10 según Edad



De las 47 personas de 14-34 años: hay 41 (un 87%) que han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo. El resto, 6 personas, han votado que la imagen no es Mujer Objeto de Deseo.

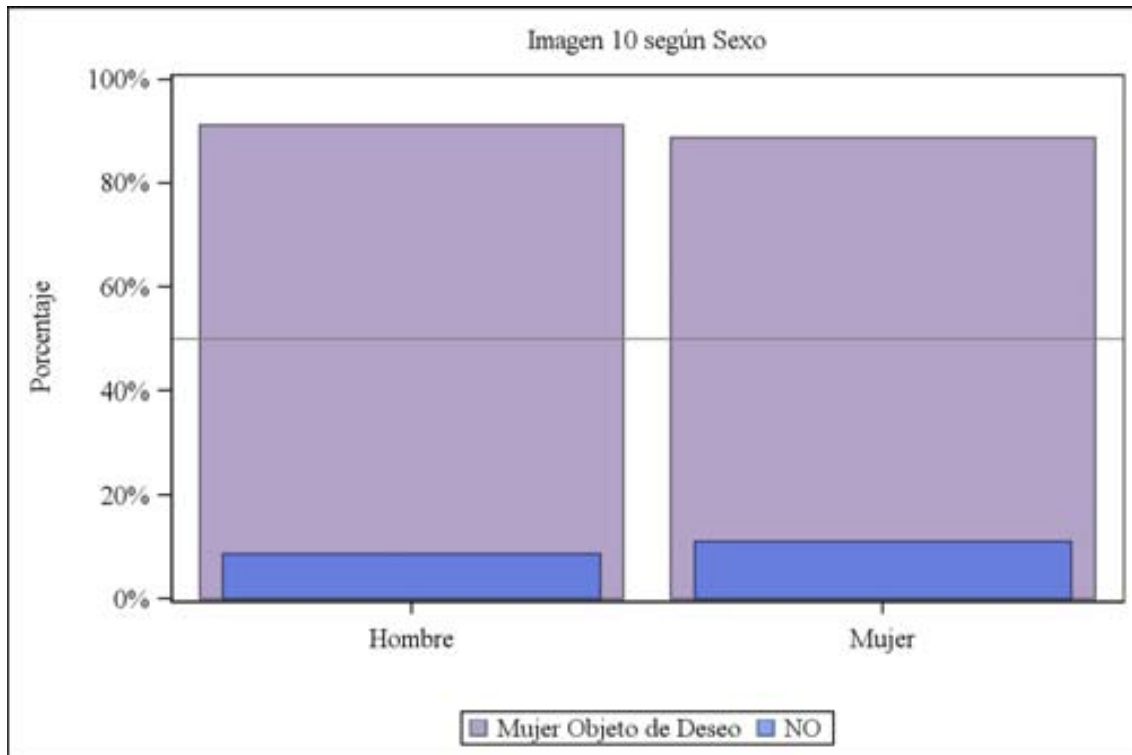
Todas las personas de 35 años o más han identificado la imagen como Mujer Objeto de Deseo.

		14-34		35 o más	
Patrón		N	%	N	%
Imagen 10	Mujer Objeto de Deseo	41	87.2%	12	100.0%
	No MO	6	12.8%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en el patrón de la imagen:

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 10	Comparación según Edad Patrón	Exact's Fisher Test	1.71	1	0.3302

Imagen 10 según Sexo



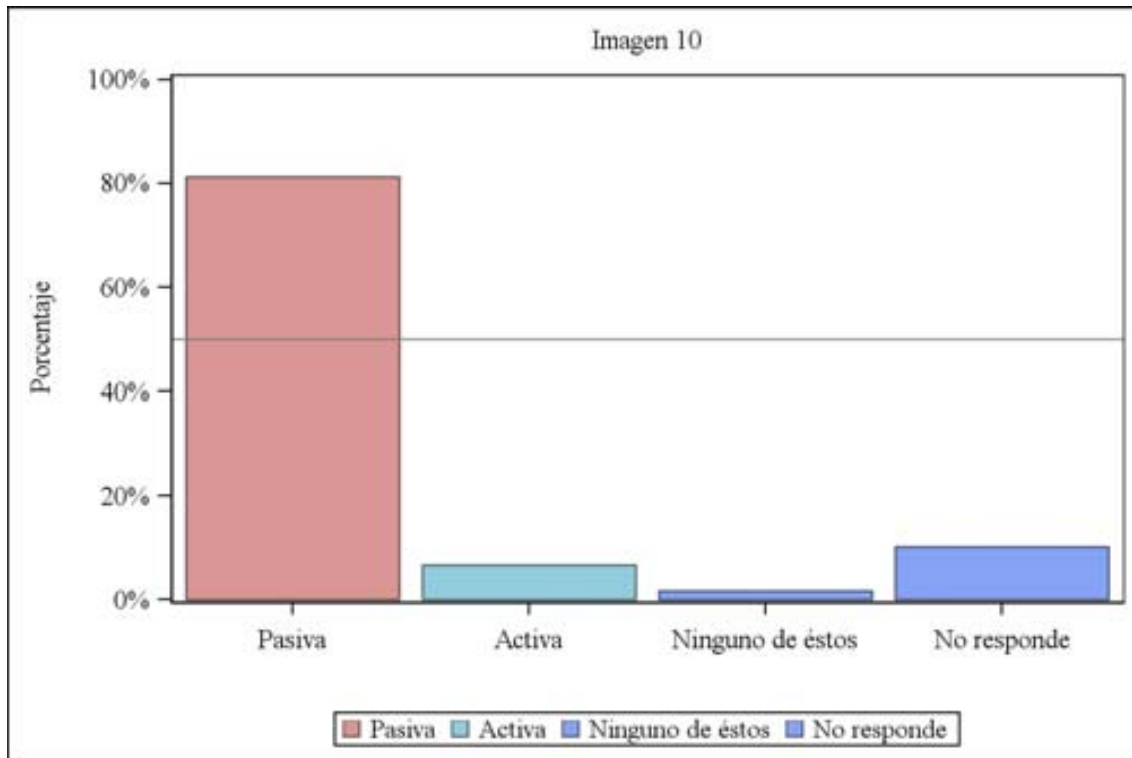
En la Imagen 10, para ambos sexos el porcentaje de personas que han identificado la imagen como Mujer Objeto de Deseo es próximo al 90%.

		Hombre		Mujer	
Patrón		N	%	N	%
Imagen 10	Mujer Objeto de Deseo	21	91.3%	32	88.9%
	No MO	2	8.7%	4	11.1%
		23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de si el Patrón de la imagen:

			Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 10	Comparación según sexo	Patrón	Exact's Fisher Test	0.09	1	1.0000

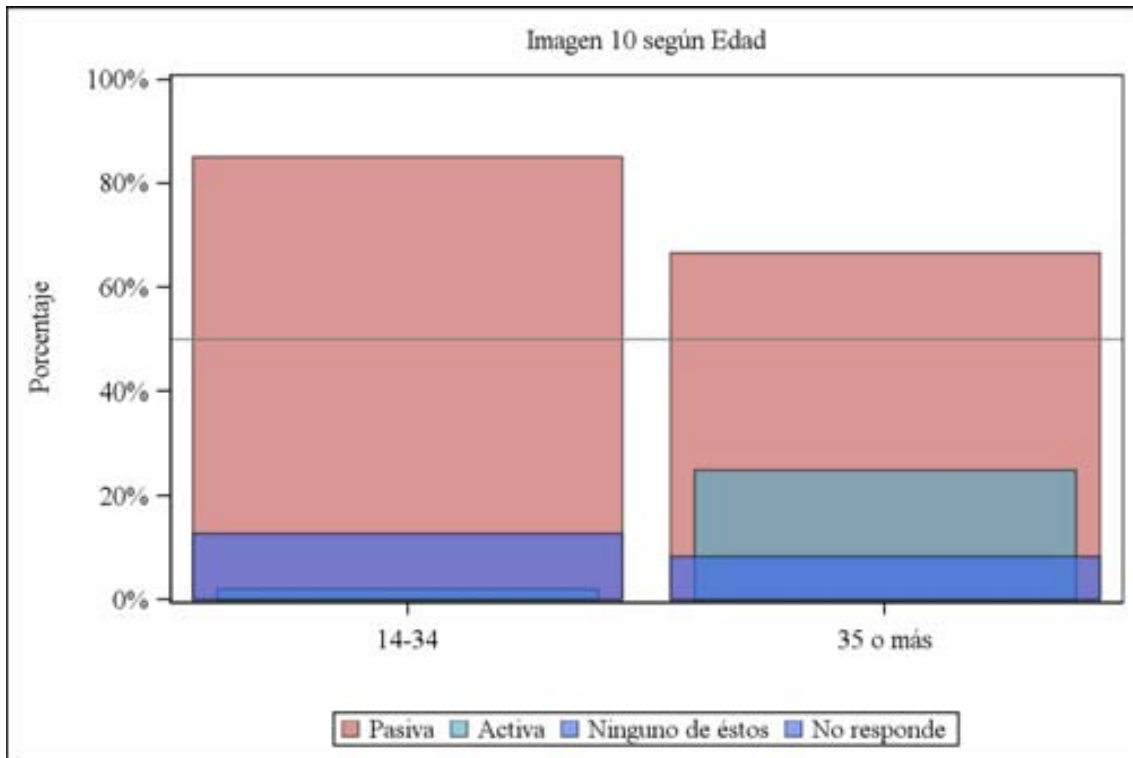
3.10.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 81.4% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 10	Pasiva	48	81.4%
	Activa	4	6.8%
	Ninguno de éstos	1	1.7%
	No responde	6	10.2%
		59	100.0%
TIPOS: Pasiva			

Imagen 10 según Edad



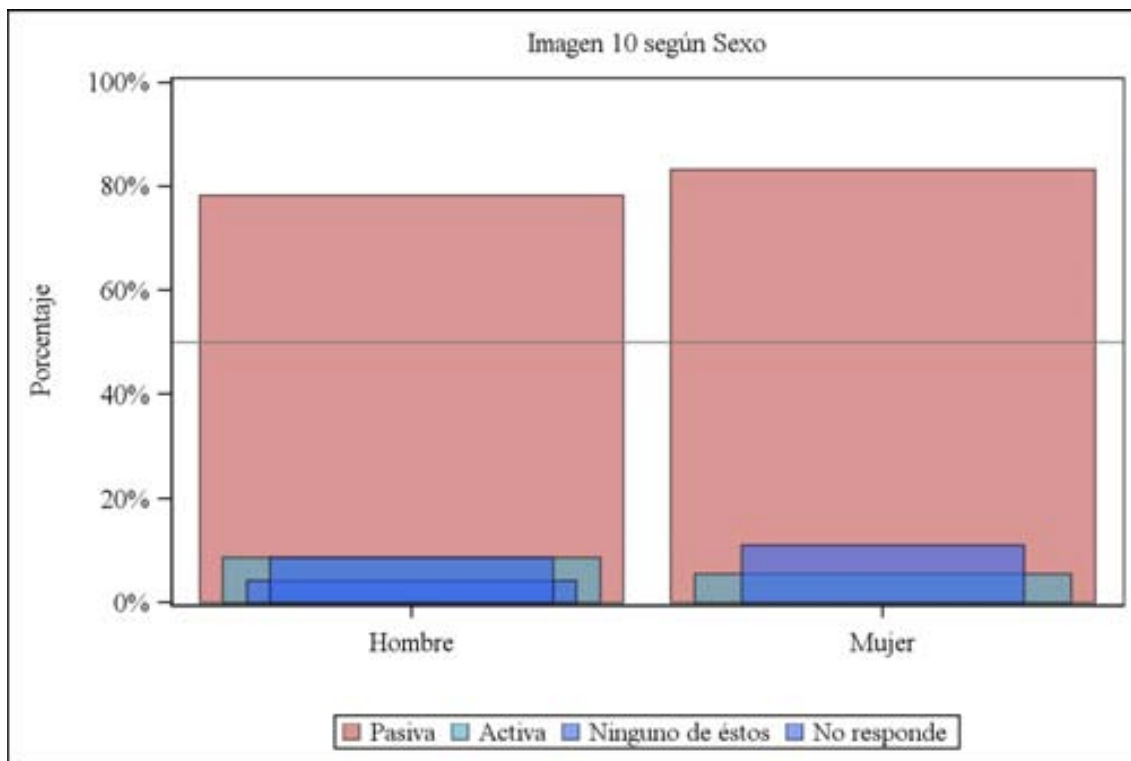
En las personas más jóvenes hay más unanimidad en qué esta imagen corresponde al tipo de Mujer Objeto de Deseo Activa. 8 de las 12 personas de 35 años o más han elegido Tipo Pasiva (un 66.7%).

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 10 Pasiva	40	85.1%	8	66.7%
Activa	1	2.1%	3	25.0%
Ninguno de éstos	.	.	1	8.3%
No responde	6	12.8%	.	.
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Pasiva				

Existen diferencias estadísticamente significativas en la elección de tipos de Mujer Objeto de Deseo según la edad (LR - Chi-Square Test= 11.85; p_valor=0.0079), siendo en las personas más jóvenes quienes identifican esta imagen como Pasiva.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 10	Comparación según Edad Tipos	LR - Chi-Square Test	11.85	3 0.0079 *

Imagen 10 según Sexo



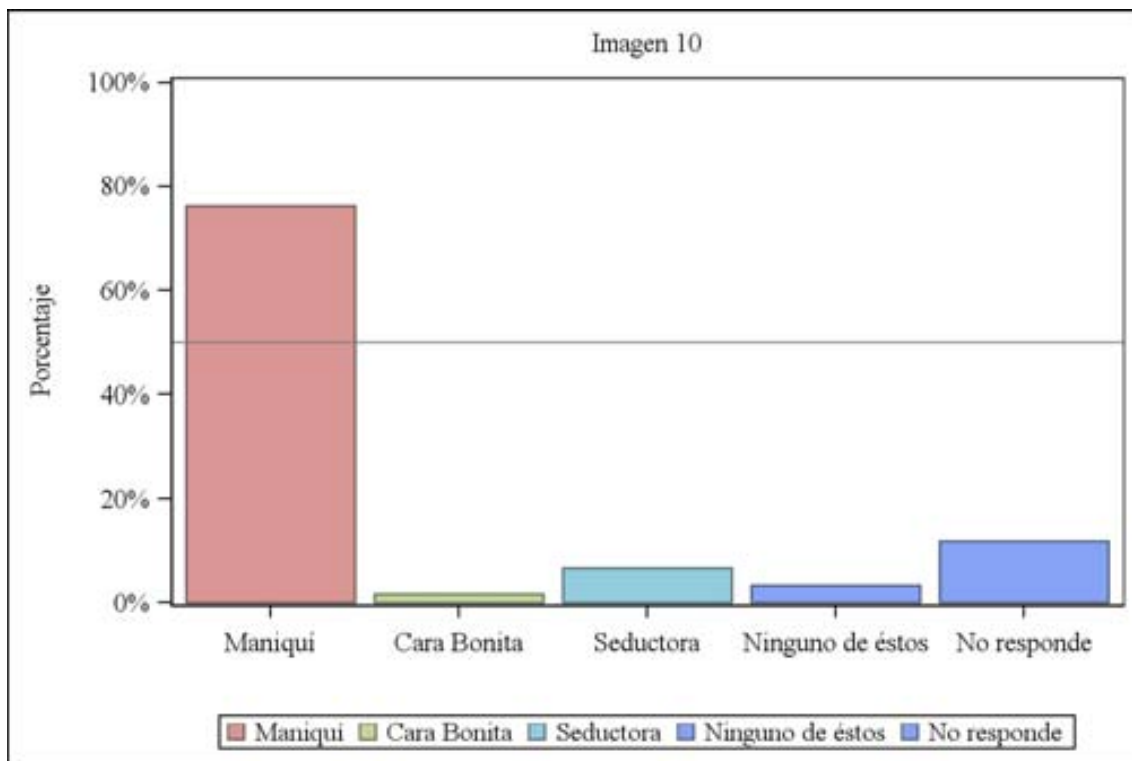
Observamos que en ambos sexos se obtiene un porcentaje de respuestas imagen Pasiva de aproximadamente el 80% de hombres y mujeres, respectivamente.

		Hombre		Mujer	
Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%	N	%
Imagen 10	Pasiva	18	78.3%	30	83.3%
	Activa	2	8.7%	2	5.6%
	Ninguno de éstos	1	4.3%	.	.
	No responde	2	8.7%	4	11.1%
		23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Pasiva					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 10	Comparación según sexo Tipos	LR - Chi-Square Test	2.21	3	0.5300

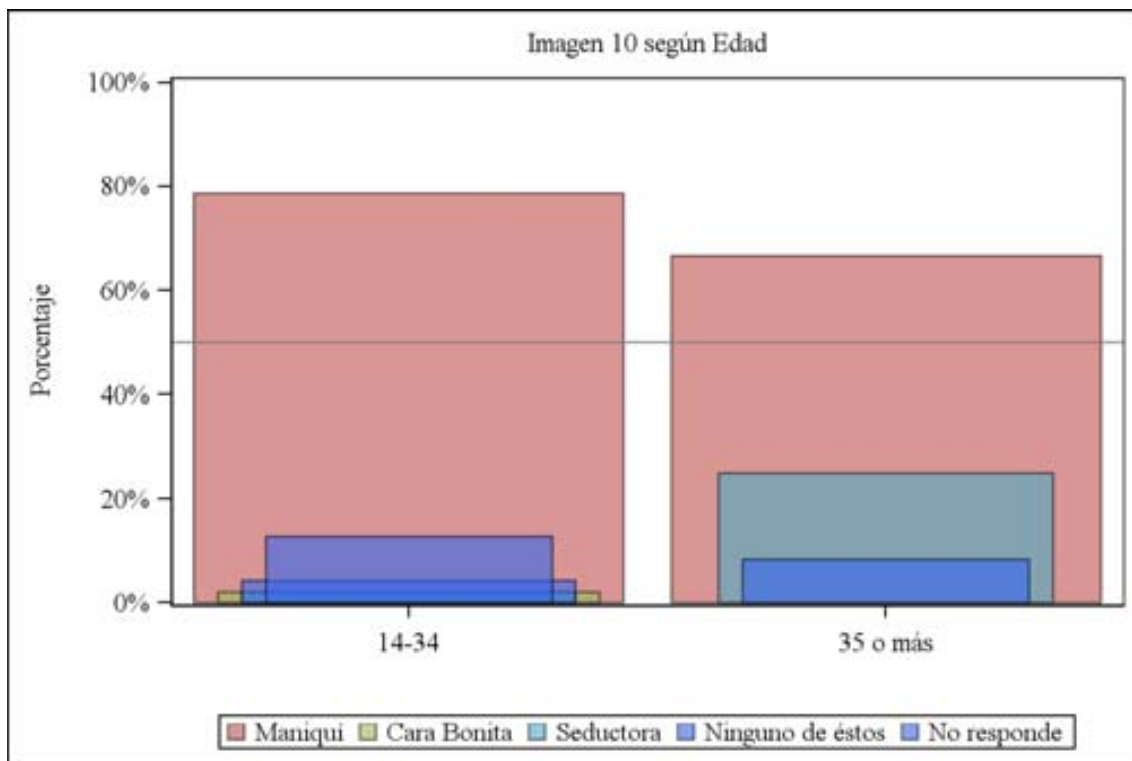
3.10.3 Estereotipo



La mayoría de personas han elegido que la imagen 10 corresponde al Estereotipo Maniquí, 45 personas (76.3%).

Estereotipo		N	%
Imagen 10	Maniquí	45	76.3%
	Cara Bonita	1	1.7%
	Seductora	4	6.8%
	Ninguno de éstos	2	3.4%
	No responde	7	11.9%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO: Maniquí			

Imagen 10 según Edad



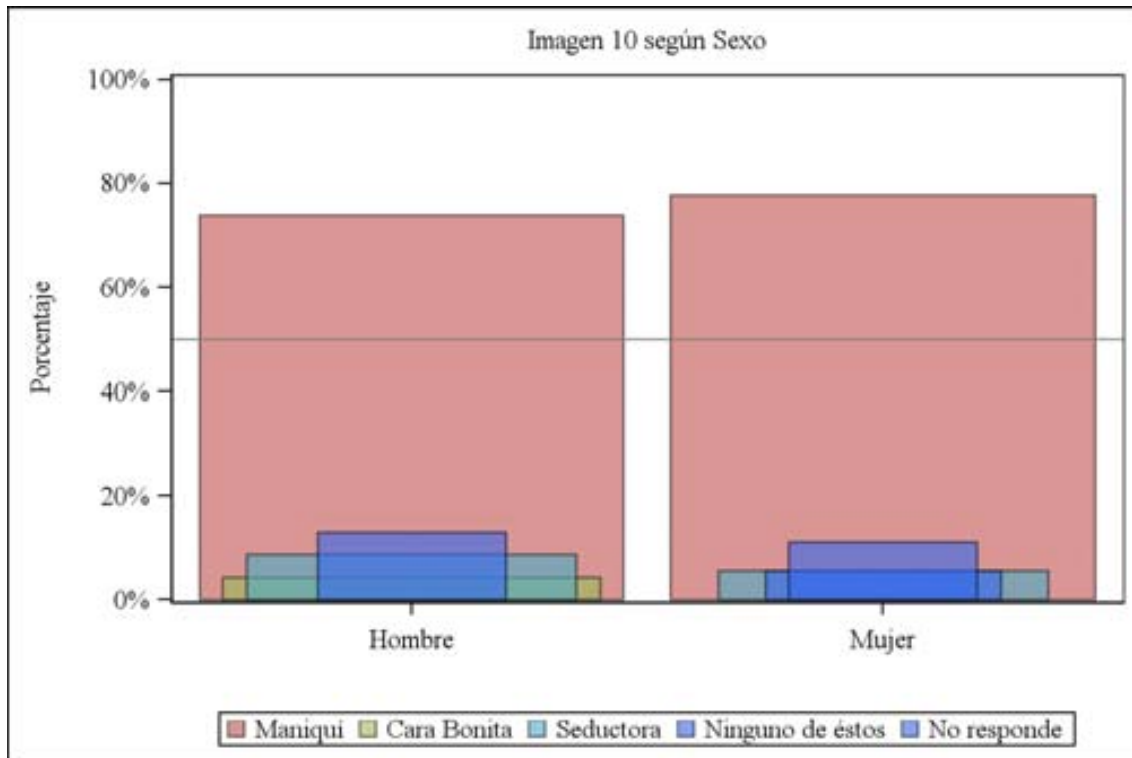
Observamos que en ambas categorías de edad se obtiene que el Estereotipo más identificado es Maniquí.

		14-34		35 o más	
Estereotipo		N	%	N	%
Imagen 10	Maniquí	37	78.7%	8	66.7%
	Cara Bonita	1	2.1%	.	.
	Seductora	1	2.1%	3	25.0%
	Ninguno de éstos	2	4.3%	.	.
	No responde	6	12.8%	1	8.3%
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO: Maniquí					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 10	Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	7.24	4	0.1239

Imagen 10 según Sexo



La imagen 10 ha sido elegida como Maniquí, observamos que el porcentaje de hombres y mujeres que han elegido este Estereotipo es muy similar (73.9% y 77.8%, respectivamente).

Imagen 10	Estereotipo	Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
	Maniquí	17	73.9%	28	77.8%
	Cara Bonita	1	4.3%	.	.
	Seductora	2	8.7%	2	5.6%
	Ninguno de éstos	.	.	2	5.6%
	No responde	3	13.0%	4	11.1%
		23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO: Maniquí					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 10 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	4.13	4	0.3886

3.11 Imagen 11

3.11.1 Patrón

Tan sólo hay una persona que no ha identificado la imagen 11 cómo imagen con el Patrón Mujer Objeto de Deseo.

Patrón		N	%
Imagen 11	Mujer Objeto de Deseo	58	98.3%
	No MO	1	1.7%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

Imagen 11 según Edad

La persona que no ha identificado la imagen 11 cómo Mujer Objeto de Deseo es una persona de 14 a 34 años:

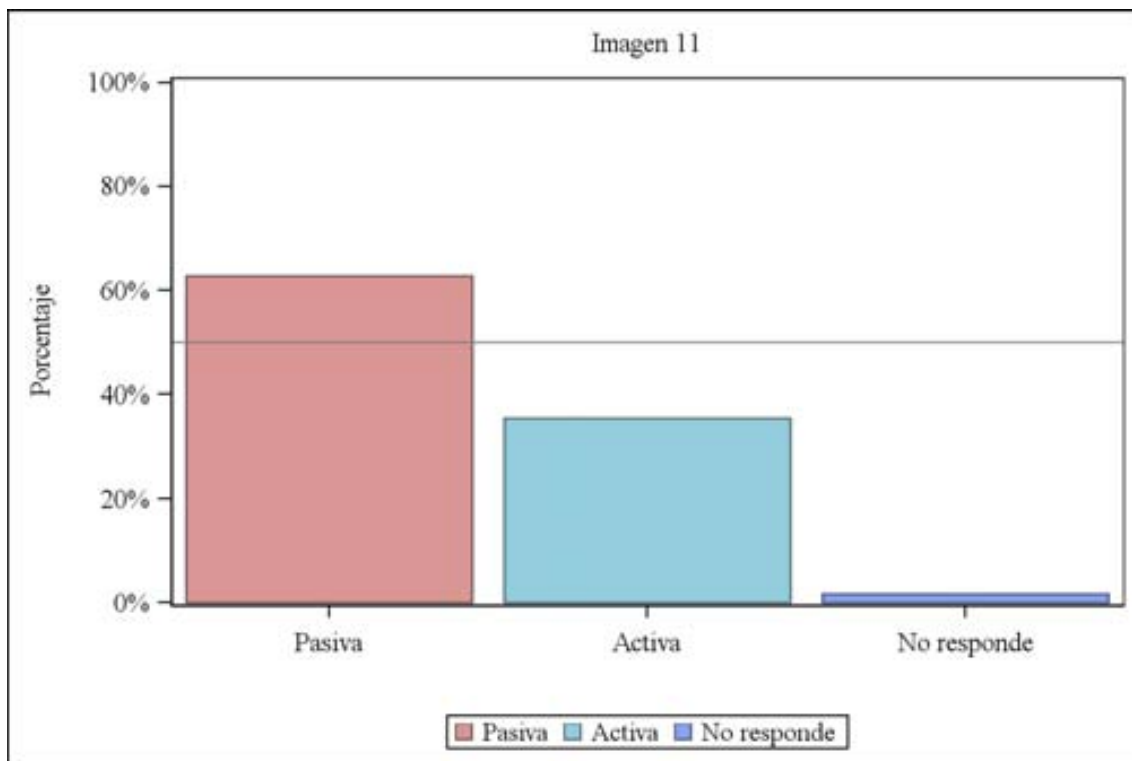
Patrón		14-34		35 o más	
		N	%	N	%
Imagen 11	Mujer Objeto de Deseo	46	97.9%	12	100.0%
	No MO	1	2.1%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

Imagen 11 según Sexo

La persona que no ha identificado la imagen 11 cómo Mujer Objeto de Deseo es una mujer:

Patrón		Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
Imagen 11	Mujer Objeto de Deseo	23	100.0%	35	97.2%
	No MO	.	.	1	2.8%
		23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

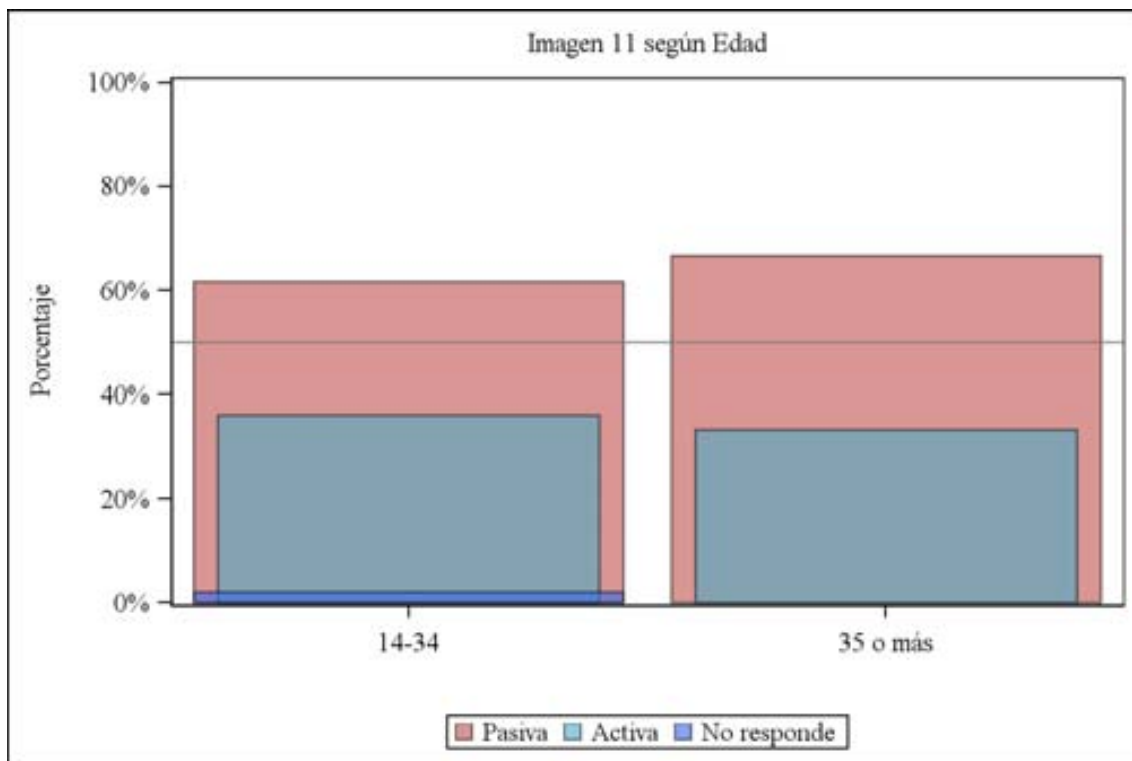
3.11.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 62.7% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Pasiva. 21 personas la han identificado cómo Activa, y una persona no ha respondido.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 11	Pasiva	37	62.7%
	Activa	21	35.6%
	No responde	1	1.7%
		59	100.0%
TIPOS: Pasiva			

Imagen 11 según Edad



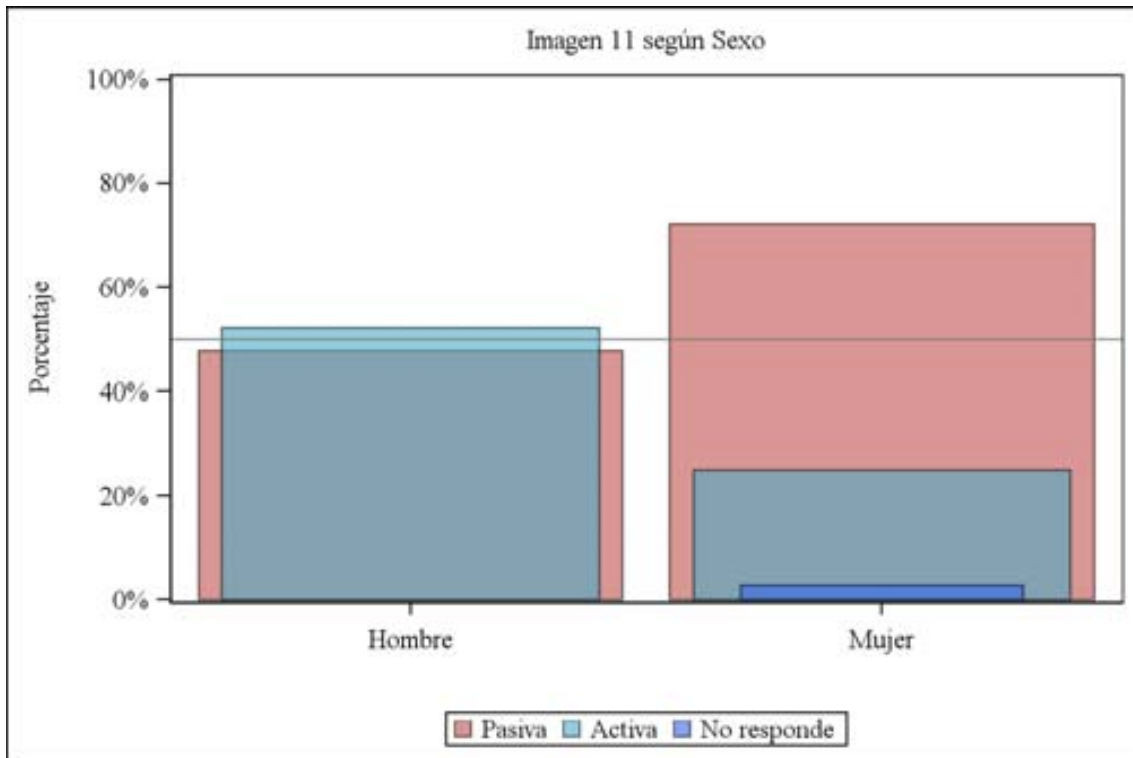
En ambas categorías de edad: cerca de un 65% de los participantes han elegido que esta imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo Pasiva. No hay diferencias de elección según la categoría de edad a la que pertenecen.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 11 Pasiva	29	61.7%	8	66.7%
Activa	17	36.2%	4	33.3%
No responde	1	2.1%	.	.
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 11	Comparación según Edad Tipos	LR - Chi-Square Test	0.51	2	0.7735

Imagen 11 según Sexo



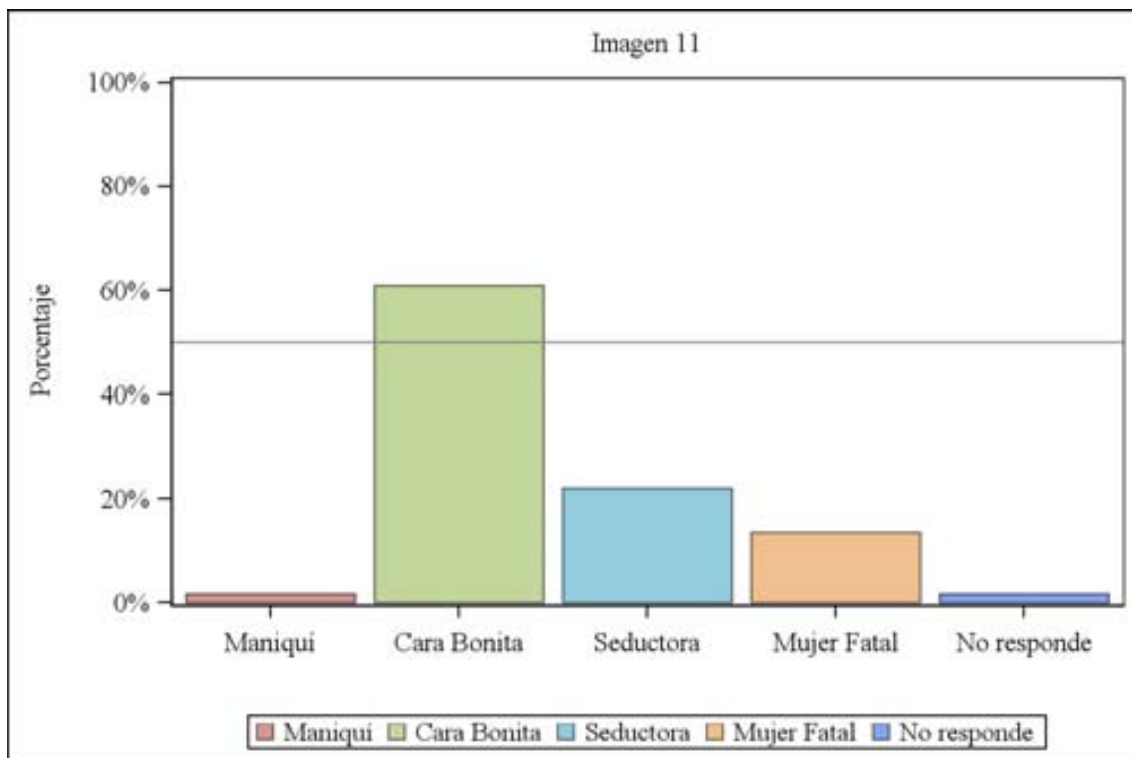
Observamos que en los hombres han definido tanto que el tipo de imagen es Pasiva/Activa, de hecho el 52.2% de los hombres han definido la imagen cómo Activa. Pero en las mujeres el 72.2% de las mujeres la han definido cómo Pasiva. Debido a la gran cantidad de mujeres que han valorado esta imagen cómo Pasiva, el resultado global del tipo de Estereotipo es Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 11 Pasiva	11	47.8%	26	72.2%
Activa	12	52.2%	9	25.0%
No responde	.	.	1	2.8%
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 11	Comparación según sexo Tipos	LR - Chi-Square Test	5.19	2	0.0747

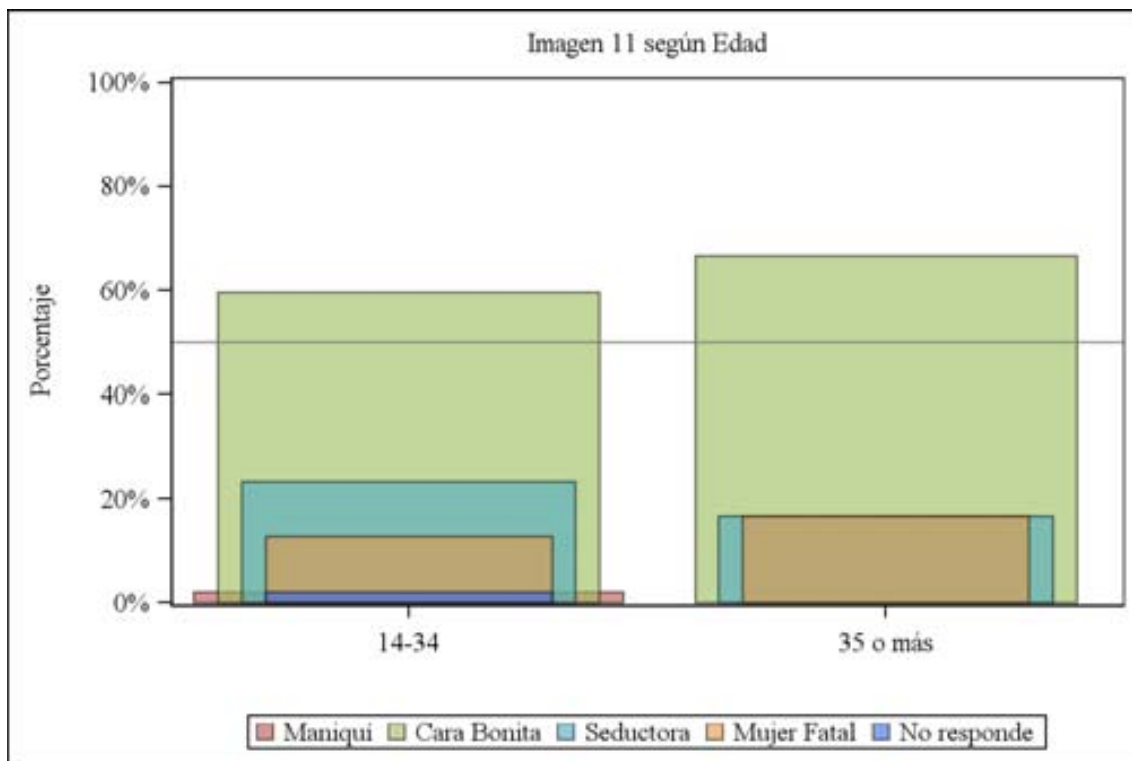
3.11.3 Estereotipo



La mayoría de personas han elegido que la imagen 1 corresponde al Estereotipo Cara Bonita, 36 personas (61%).

	Estereotipo	N	%
Imagen 11	Maniquí	1	1.7%
	Cara Bonita	36	61.0%
	Seductora	13	22.0%
	Mujer Fatal	8	13.6%
	No responde	1	1.7%
		59	100.0%
ESTEREO TIPO: Cara Bonita			

Imagen 11 según Edad



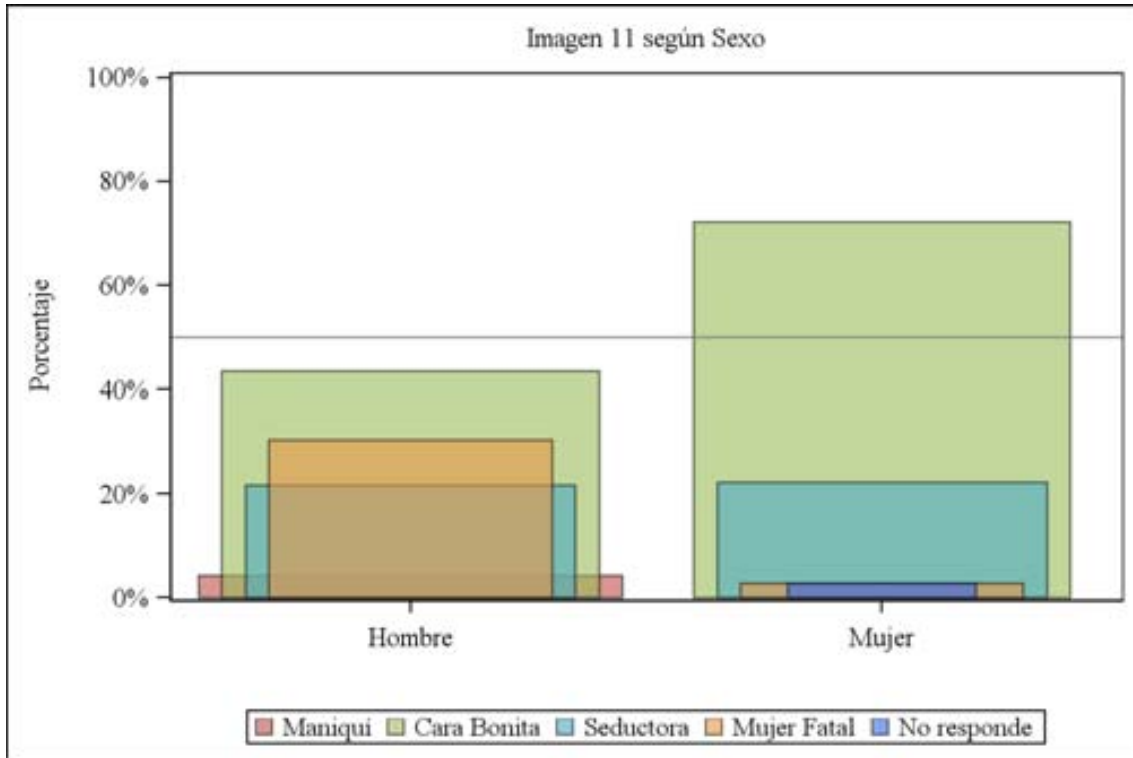
En ambas categorías de edad, se obtiene que el Estereotipo mayoritario es Cara Bonita.

		14-34		35 o más	
Estereotipo		N	%	N	%
Imagen 11	Maniquí	1	2.1%	.	.
	Cara Bonita	28	59.6%	8	66.7%
	Seductora	11	23.4%	2	16.7%
	Mujer Fatal	6	12.8%	2	16.7%
	No responde	1	2.1%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO: Cara Bonita					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 11	Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	1.30	4	0.8615

Imagen 11 según Sexo



La imagen 11 ha sido definida con el Estereotipo Cara Bonita. Observamos que entre hombres y mujeres hay diferencias de valoración, ya que, menos del 50% de los hombres han votado este Estereotipo, y más del 70% de la mujeres.

	Estereotipo	Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
Imagen 11	Maniquí	1	4.3%	.	.
	Cara Bonita	10	43.5%	26	72.2%
	Seductora	5	21.7%	8	22.2%
	Mujer Fatal	7	30.4%	1	2.8%
	No responde	.	.	1	2.8%
		23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO: Cara Bonita					

Existen diferencias estadísticamente significativas en la elección de estereotipo según la edad (LR - Chi-Square Test= 13.01; p_valor=0.0112), siendo las mujeres quienes han valorado más el Estereotipo Cara Bonita, que ha sido elegido como Estereotipo de la imagen.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 11 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	13.01	4	0.0112 *

3.12 Imagen 12

3.12.1 Patrón

Todas las personas han identificado la imagen con el Patrón Mujer Objeto de Deseo.

	Patrón	N	%
Imagen 12	Mujer Objeto de Deseo	59	100.0%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

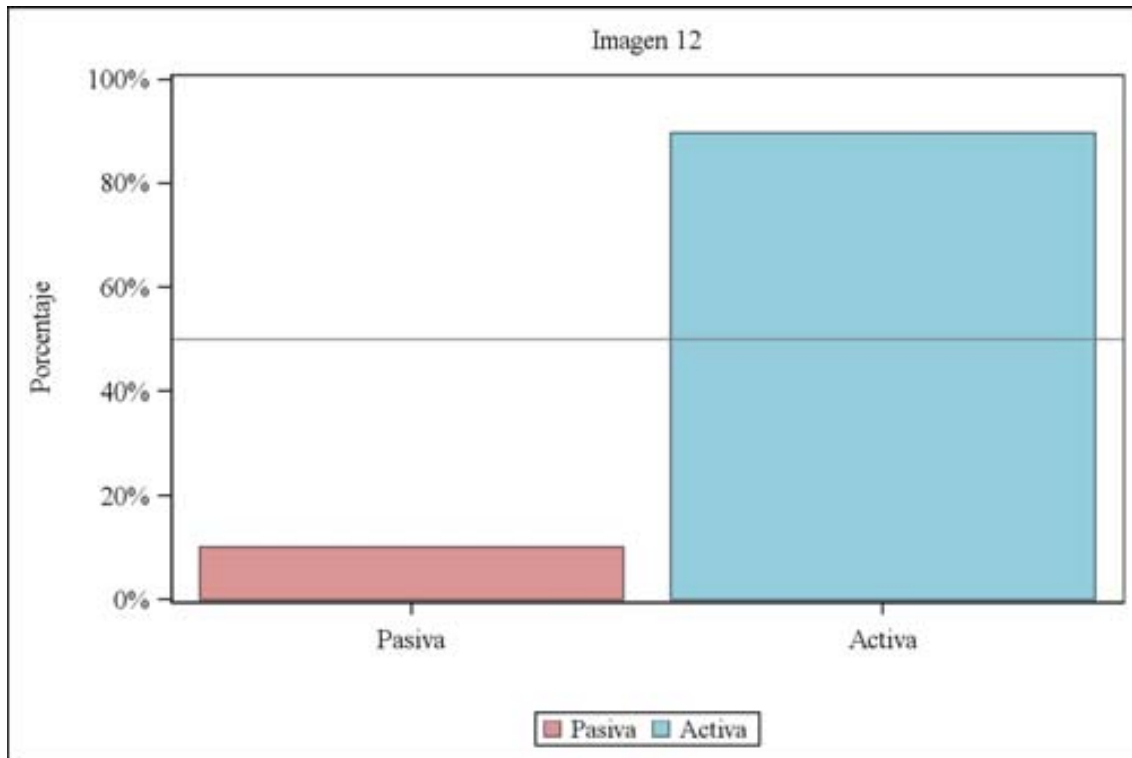
Imagen 12 según Edad

No se presenta la comparación por cada edad, ya que, todas las personas han respondido que la imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo.

Imagen 12 según Sexo

No se presenta la comparación por cada sexo, ya que, todas las personas han respondido que la imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo.

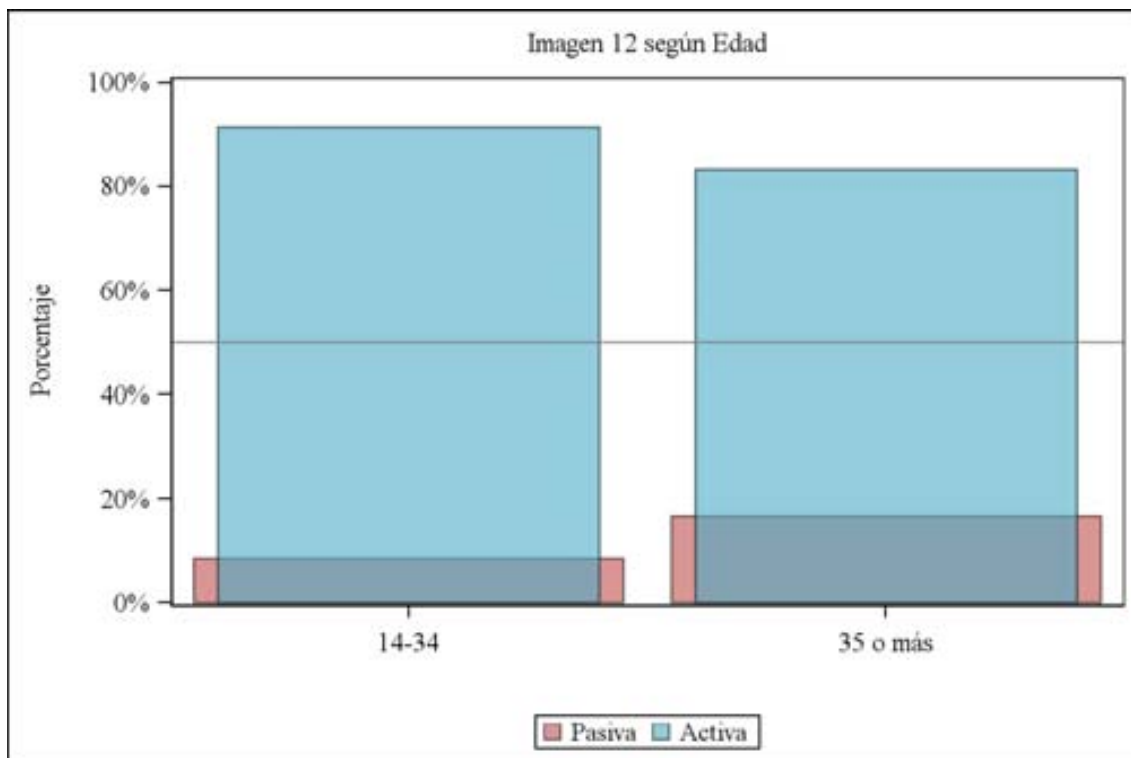
3.12.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 89.8% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Activa.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 12	Pasiva	6	10.2%
	Activa	53	89.8%
		59	100.0%
TIPOS: Activa			

Imagen 12 según Edad



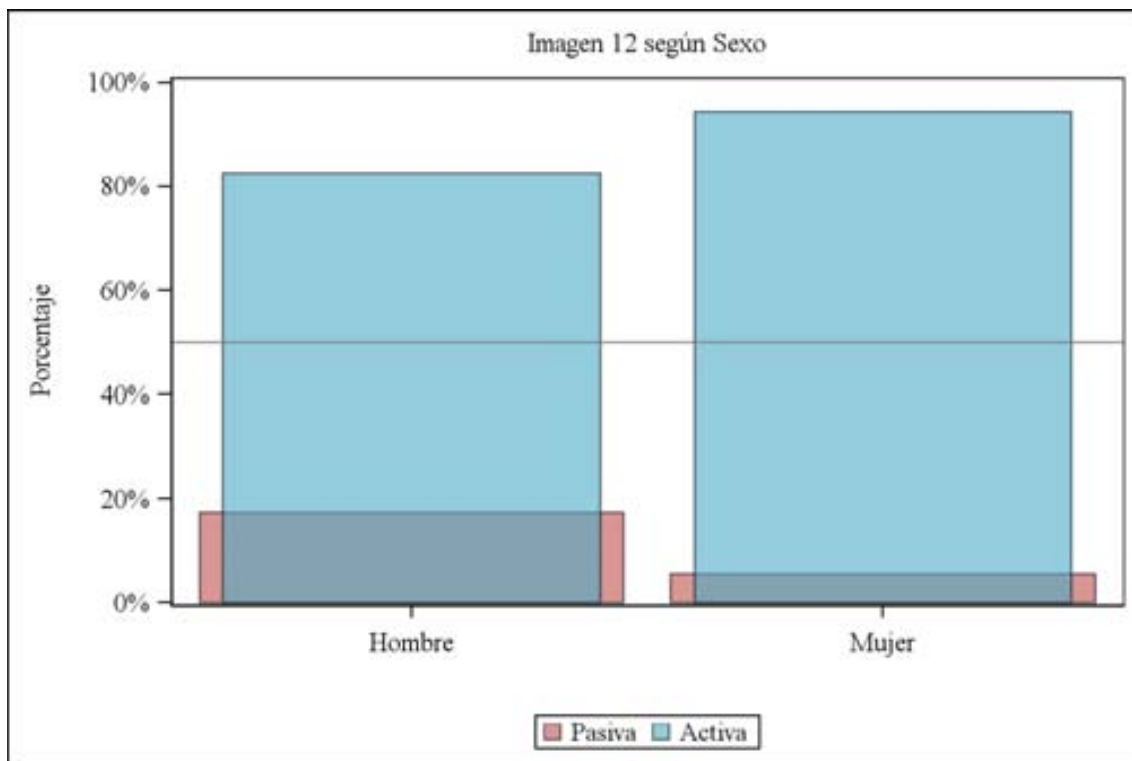
En ambas categorías de edad: más del 80% de los participantes han elegido que esta imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo Activa.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 12 Pasiva	4	8.5%	2	16.7%
Imagen 12 Activa	43	91.5%	10	83.3%
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Activa				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 12 Comparación según Edad Tipos	Exact's Fisher Test	0.70	1	0.5915

Imagen 12 según Sexo



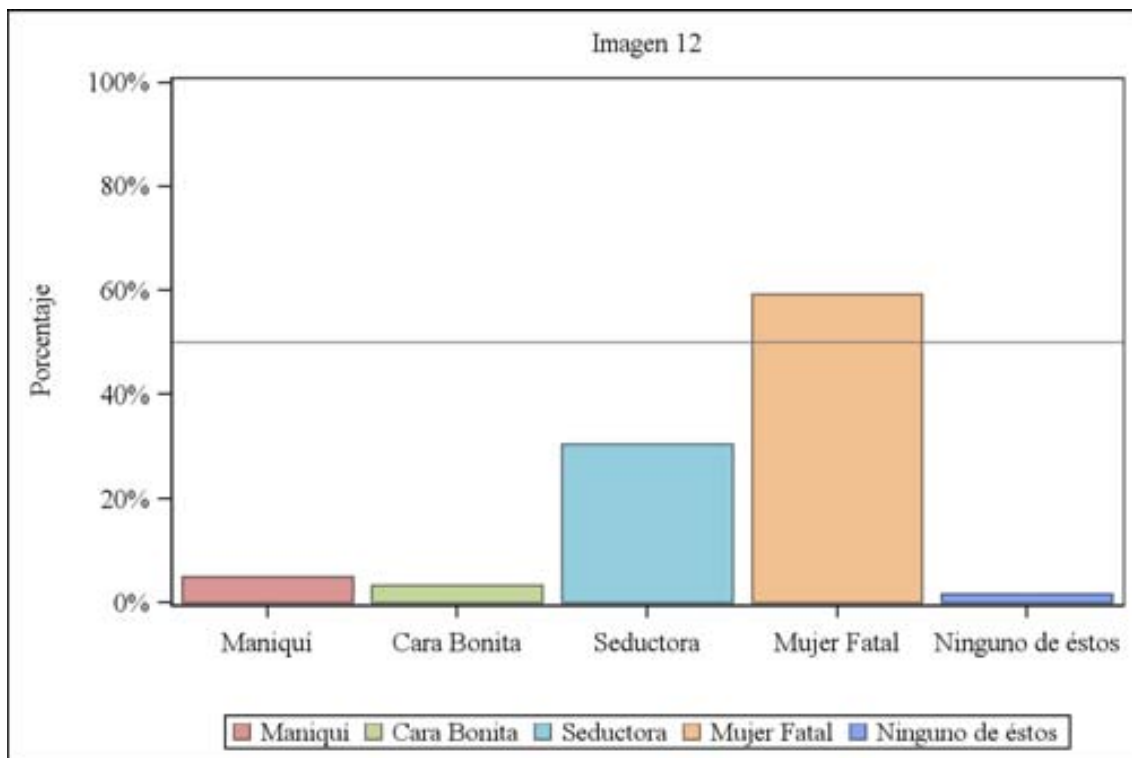
Observamos que en ambos sexos se obtiene un porcentaje de respuestas imagen Pasiva superior al 80%, aunque en el caso de los hombres, el porcentaje es un poco menor.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 12 Pasiva	4	17.4%	2	5.6%
Imagen 12 Activa	19	82.6%	34	94.4%
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Activa				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 12 Comparación según sexo Tipos	Exact's Fisher Test	2.15	1	0.1962

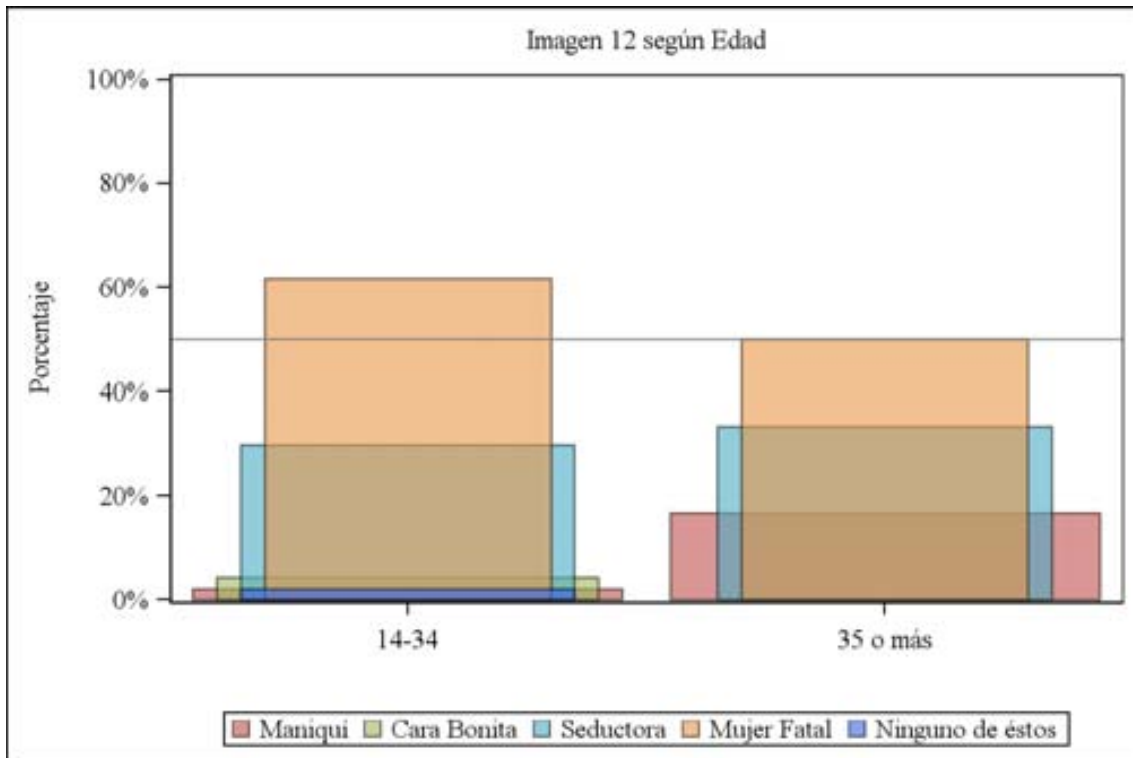
3.12.3 Estereotipo



La mayoría de personas han elegido que la imagen 1 corresponde al Estereotipo Mujer Fatal, 35 personas (59.3%).

	Estereotipo	N	%
Imagen 12	Maniquí	3	5.1%
	Cara Bonita	2	3.4%
	Seductora	18	30.5%
	Mujer Fatal	35	59.3%
	Ninguno de éstos	1	1.7%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO: Mujer Fatal			

Imagen 12 según Edad



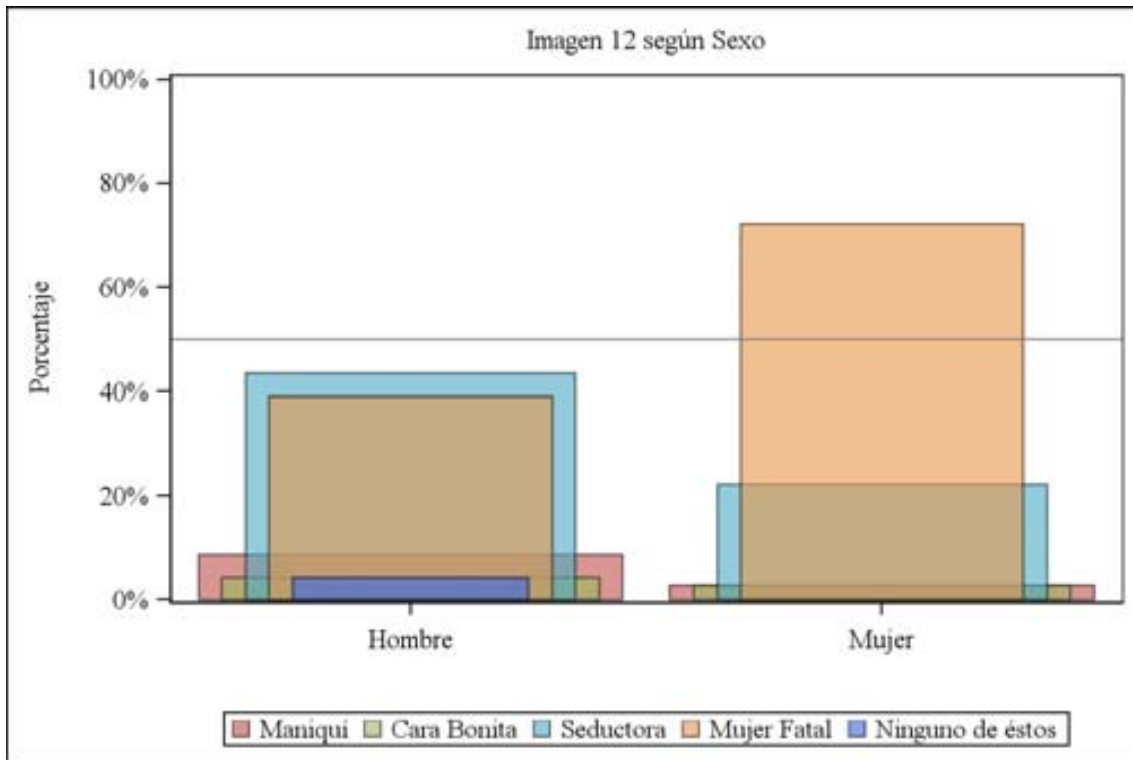
Observamos que en ambas categorías de Edad, el Estereotipo más valorado es Mujer Fatal, aunque en las personas de 35 años o más, tan sólo lo han elegido la mitad de las personas.

Imagen 12	Estereotipo	14-34		35 o más	
		N	%	N	%
	Maniquí	1	2.1%	2	16.7%
	Cara Bonita	2	4.3%	.	.
	Seductora	14	29.8%	4	33.3%
	Mujer Fatal	29	61.7%	6	50.0%
	Ninguno de éstos	1	2.1%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREO TIPO: Mujer Fatal					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 12 Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	4.64	4	0.3264

Imagen 12 según Sexo



Observamos que:

- en los hombres, el Estereotipo más valorado es Seductora (43.5%), y Mujer Fatal (la elegida) por el 39.1% de los hombres.
- en las mujeres, el Estereotipo más valorado es Mujer Fatal (72.2%).

Imagen 12	Estereotipo	Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
	Maniquí	2	8.7%	1	2.8%
	Cara Bonita	1	4.3%	1	2.8%
	Seductora	10	43.5%	8	22.2%
	Mujer Fatal	9	39.1%	26	72.2%
	Ninguno de éstos	1	4.3%	.	.
		23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO: Mujer Fatal					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 12 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	7.68	4	0.1041

3.13 Imagen 13

3.13.1 Patrón

Tan sólo hay una persona que no ha identificado la imagen 13 cómo imagen con el Patrón Mujer Objeto de Deseo.

Patrón		N	%
Imagen 13	Mujer Objeto de Deseo	58	98.3%
	No MO	1	1.7%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

Imagen 13 según Edad

La persona que no ha identificado la imagen 13 cómo Mujer Objeto de Deseo es una persona de 35 años o más:

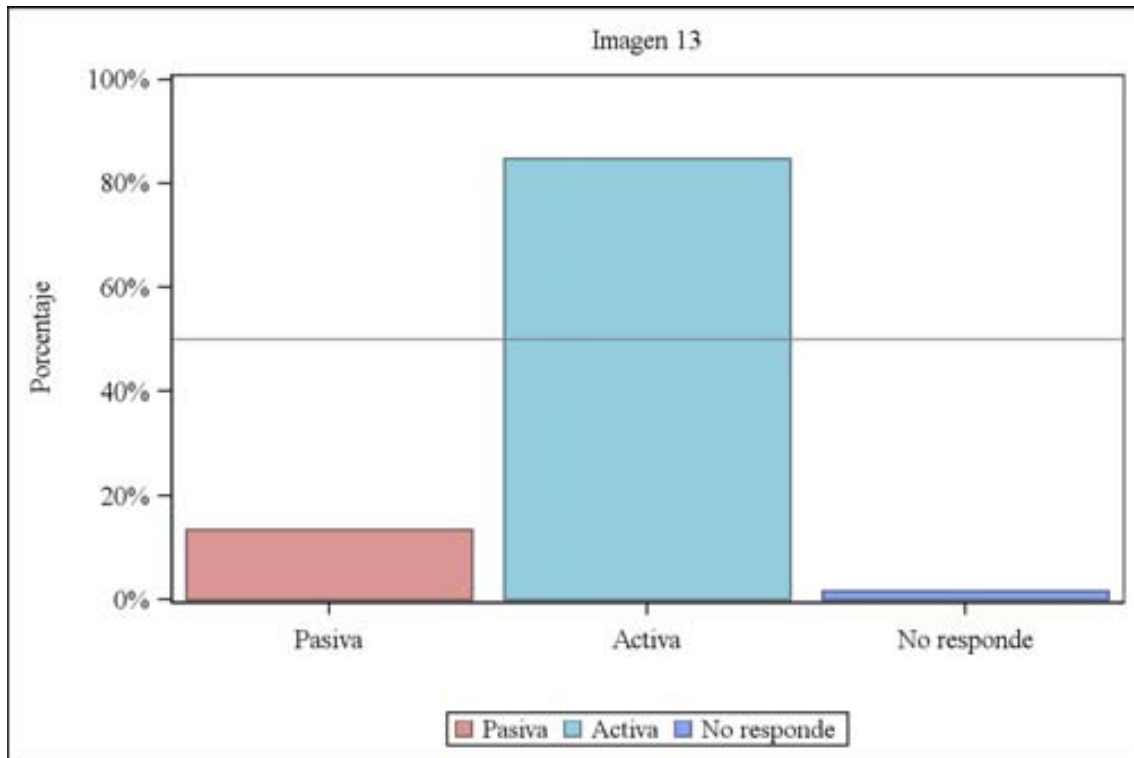
Patrón		14-34		35 o más	
		N	%	N	%
Imagen 13	Mujer Objeto de Deseo	47	100.0%	11	91.7%
	No MO	.	.	1	8.3%
		47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

Imagen 13 según Sexo

La persona que no ha identificado la imagen 13 cómo Mujer Objeto de Deseo es un hombre:

Patrón		Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
Imagen 13	Mujer Objeto de Deseo	22	95.7%	36	100.0%
	No MO	1	4.3%	.	.
		23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

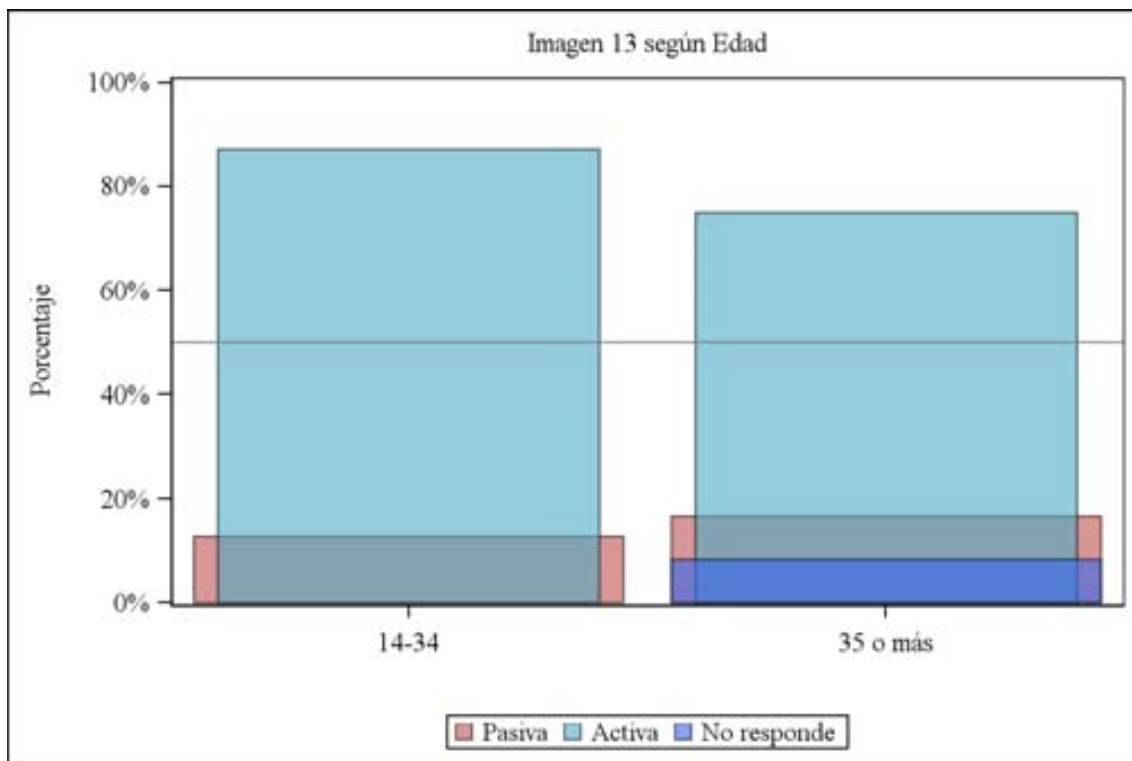
3.13.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 84.7% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Activa.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 13	Pasiva	8	13.6%
	Activa	50	84.7%
	No responde	1	1.7%
		59	100.0%
TIPOS: Activa			

Imagen 13 según Edad



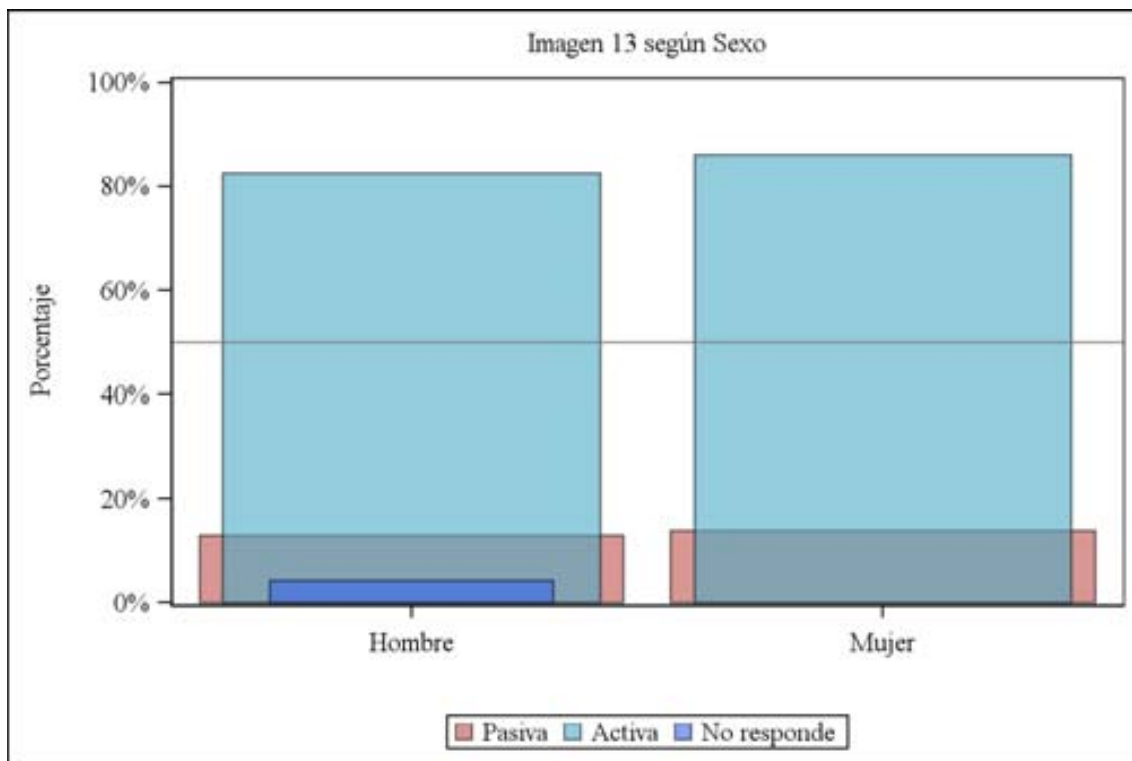
Las personas de 14 a 24 años, han valorado Activa un 87.2%. En las personas de 35 años o más el porcentaje es ligeramente menor, un 75%.

		14-34		35 o más	
Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%	N	%
Imagen 13	Pasiva	6	12.8%	2	16.7%
	Activa	41	87.2%	9	75.0%
	No responde	.	.	1	8.3%
		47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Activa					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 13	Comparación según Edad	Tipos LR - Chi-Square Test	3.46	2	0.1772

Imagen 13 según Sexo



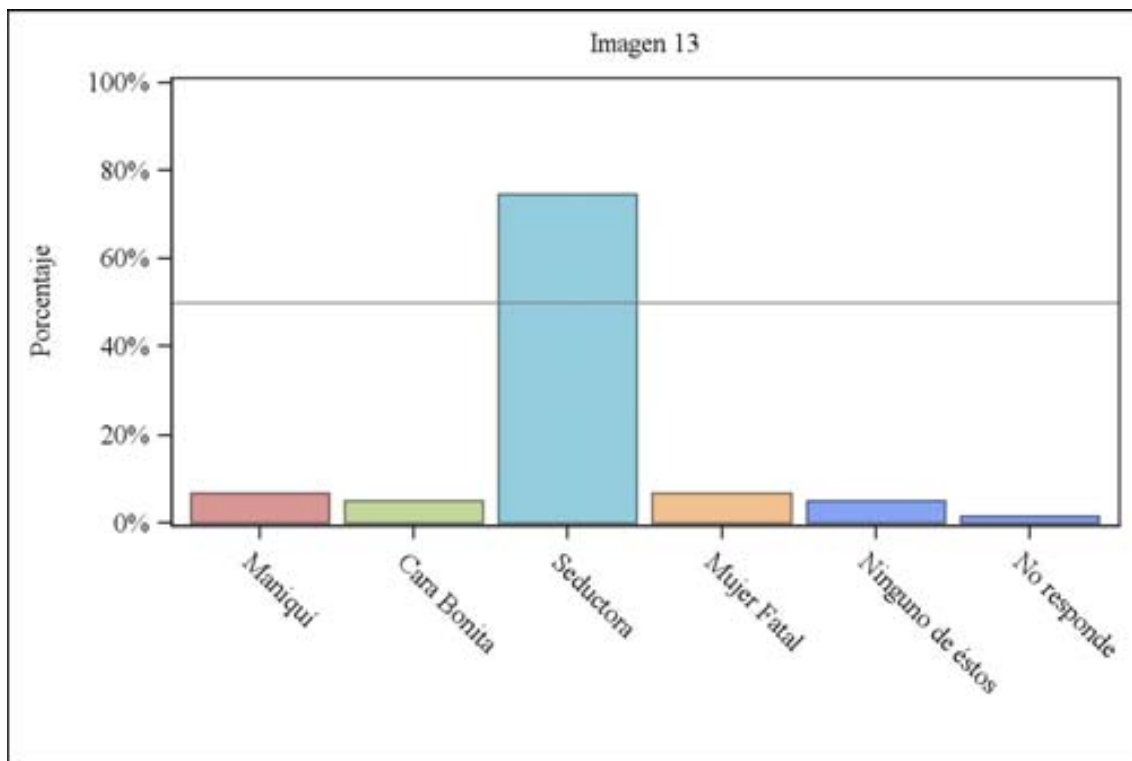
Observamos que en ambos sexos se obtiene un porcentaje de respuestas imagen Activa superior al 80%.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 13 Pasiva	3	13.0%	5	13.9%
Activa	19	82.6%	31	86.1%
No responde	1	4.3%	.	.
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Activa				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 13 Comparación según sexo Tipos	LR - Chi-Square Test	1.91	2	0.3844

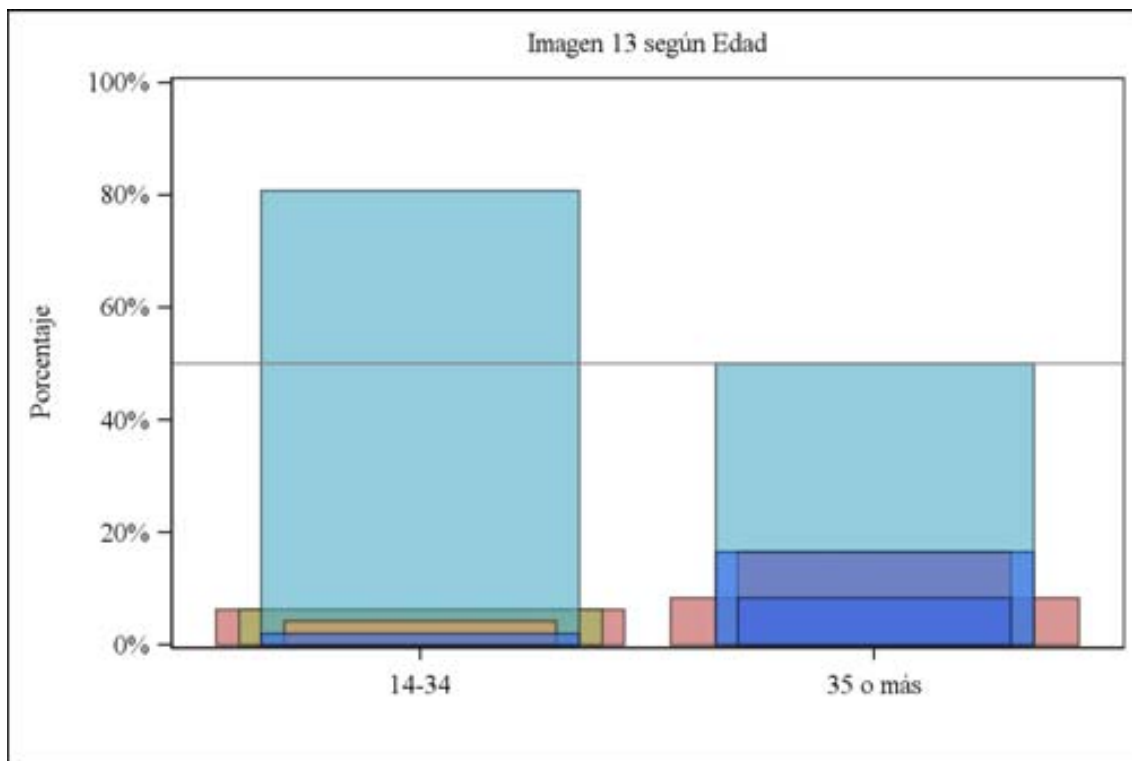
3.13.3 Estereotipo



La mayoría de personas han elegido que la imagen 13 corresponde al Estereotipo Seductora, 44 personas (74.6%).

Estereotipo		N	%
Imagen 13	Maniquí	4	6.8%
	Cara Bonita	3	5.1%
	Seductora	44	74.6%
	Mujer Fatal	4	6.8%
	Ninguno de éstos	3	5.1%
	No responde	1	1.7%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO: Seductora			

Imagen 13 según Edad



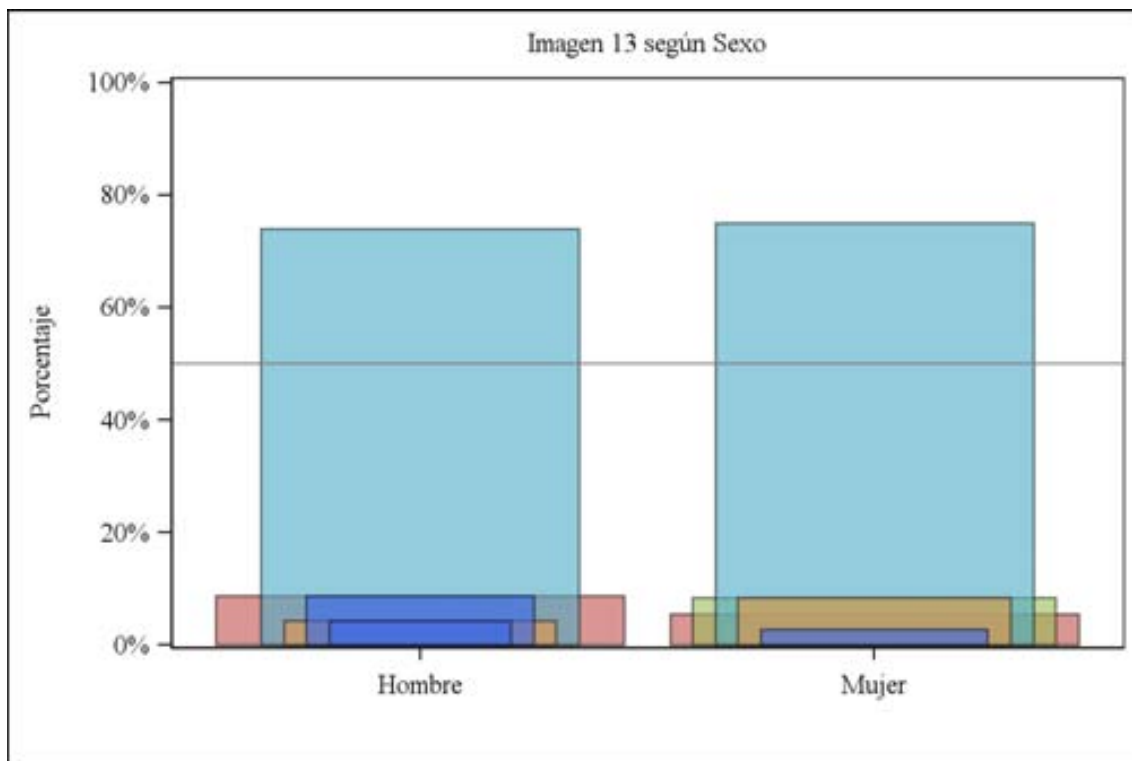
Observamos que el 80.9% de los jóvenes han identificado esta imagen como Seductora. En cambio, en las personas de 35 años o más tan sólo el 50% de los encuestados la han identificado con el Estereotipo Seductora.

	Estereotipo	14-34		35 o más	
		N	%	N	%
Imagen 13	Maniquí	3	6.4%	1	8.3%
	Cara Bonita	3	6.4%	.	.
	Seductora	38	80.9%	6	50.0%
	Mujer Fatal	2	4.3%	2	16.7%
	Ninguno de éstos	1	2.1%	2	16.7%
	No responde	.	.	1	8.3%
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO: Seductora					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 13 Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	10.68	5	0.0580

Imagen 13 según Sexo



La imagen 13 ha sido elegida como Seductora. En ambos sexos, el porcentaje de personas que han identificado la imagen como Seductora es superior al 70%.

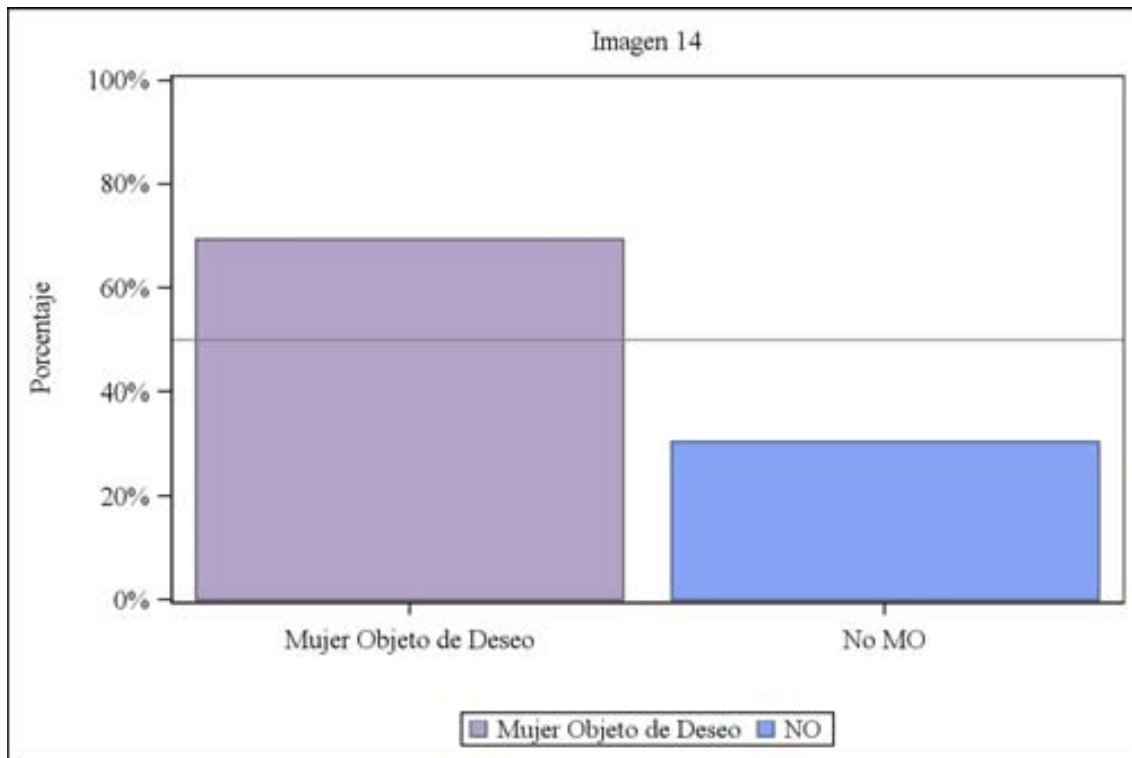
Estereotipo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 13				
Maniquí	2	8.7%	2	5.6%
Cara Bonita	.	.	3	8.3%
Seductora	17	73.9%	27	75.0%
Mujer Fatal	1	4.3%	3	8.3%
Ninguno de éstos	2	8.7%	1	2.8%
No responde	1	4.3%	.	.
	23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO: Seductora				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 13 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	6.34	5	0.2749

3.14 Imagen 14

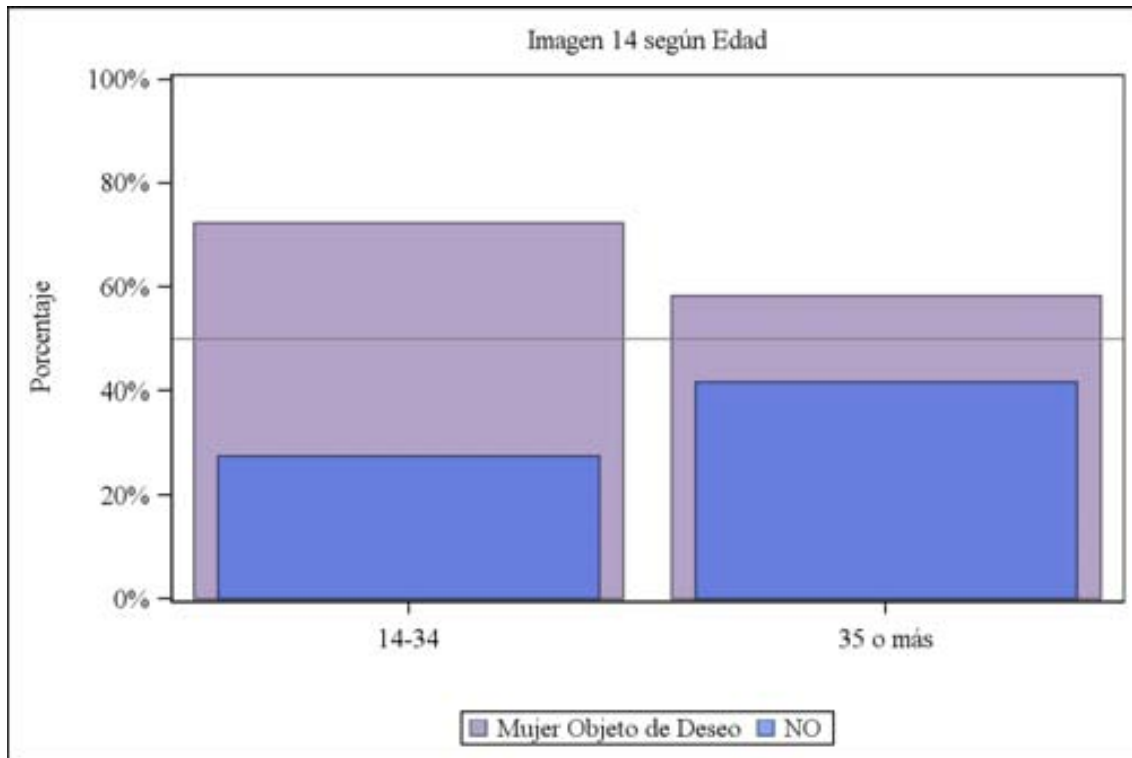
3.14.1 Patrón



41 personas (un 69.5%) han elegido que la imagen correspondía a Mujer Objeto de Deseo. Cabe destacar que esta imagen es la imagen que menos personas han detectado con un Patrón de Mujer Objeto de Deseo.

	Patrón	N	%
Imagen 14	Mujer Objeto de Deseo	41	69.5%
	No MO	18	30.5%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

Imagen 14 según Edad



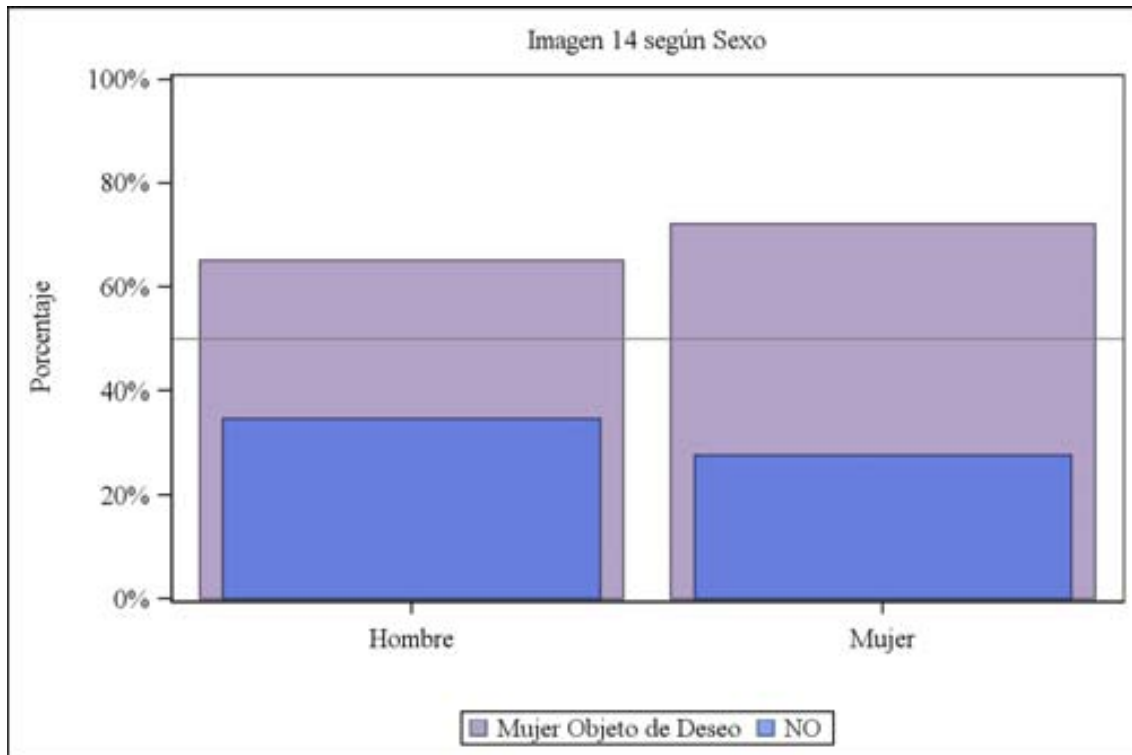
En ambas categorías de edad, la imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo, aunque las personas jóvenes son las que han detectado este patrón mayoritariamente.

Imagen 14	Patrón	14-34		35 o más	
		N	%	N	%
	Mujer Objeto de Deseo	34	72.3%	7	58.3%
	No MO	13	27.7%	5	41.7%
		47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en el patrón de la imagen:

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 14 Comparación según Edad Patrón	Chi-Square Test	0.88	1	0.3469

Imagen 14 según Sexo



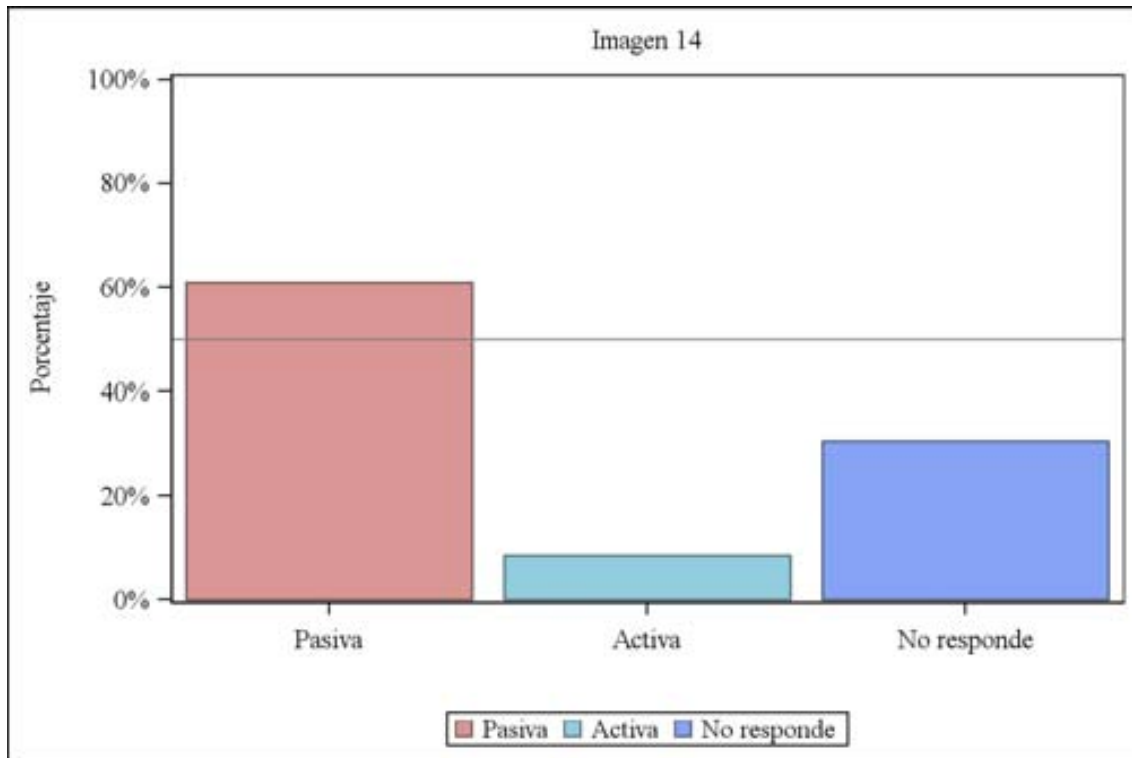
En la Imagen 14, de los 23 hombres, un 65.2% han elegido la imagen como Mujer Objeto de Deseo. De las 36 mujeres, un 72.2% han elegido la imagen como Mujer Objeto de Deseo.

Patrón	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 14 Mujer Objeto de Deseo	15	65.2%	26	72.2%
No MO	8	34.8%	10	27.8%
	23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de si el Patrón de la imagen:

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 14 Comparación según sexo Patrón	Chi-Square Test	0.32	1	0.5687

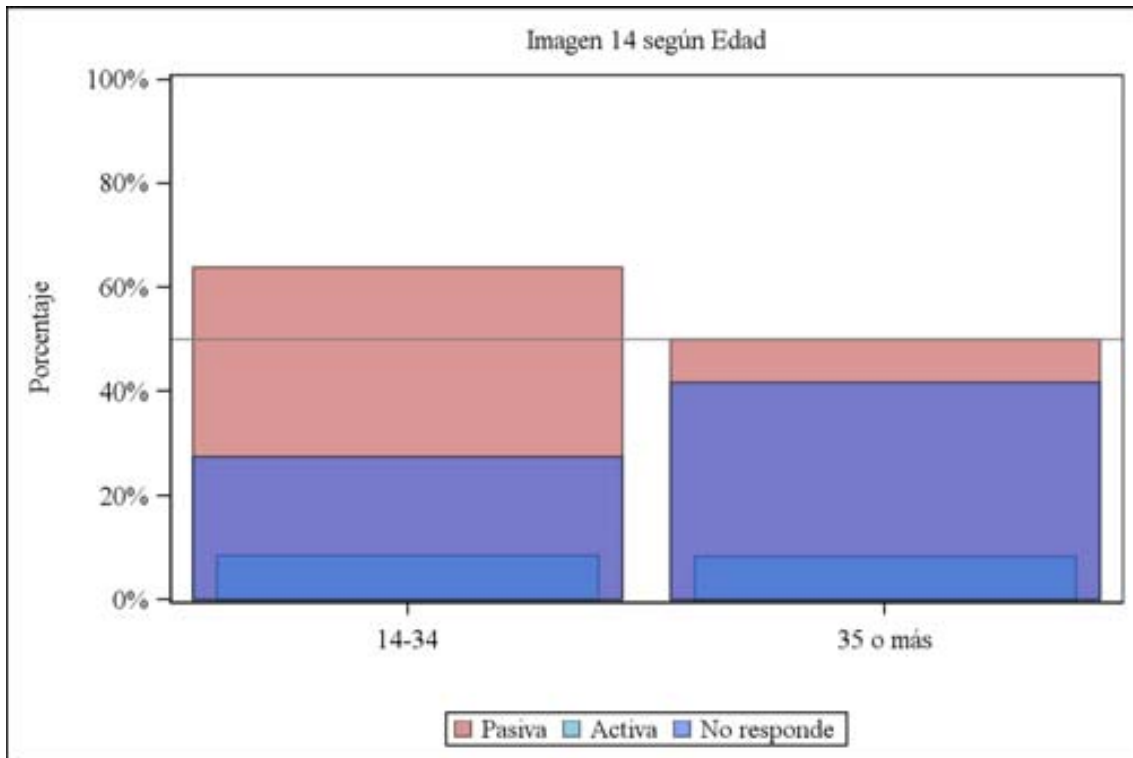
3.14.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 61% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Pasiva. Cabe destacar, que en esta ocasión el porcentaje de No responde es el más superior de todas las imágenes, y se ha alcanzado la mayoría absoluta de Tipo de Mujer Objeto de Deseo, debido a qué las personas que lo han identificado cómo Activa son muy pocas.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 14	Pasiva	36	61.0%
	Activa	5	8.5%
	No responde	18	30.5%
		59	100.0%
TIPOS: Pasiva			

Imagen 14 según Edad



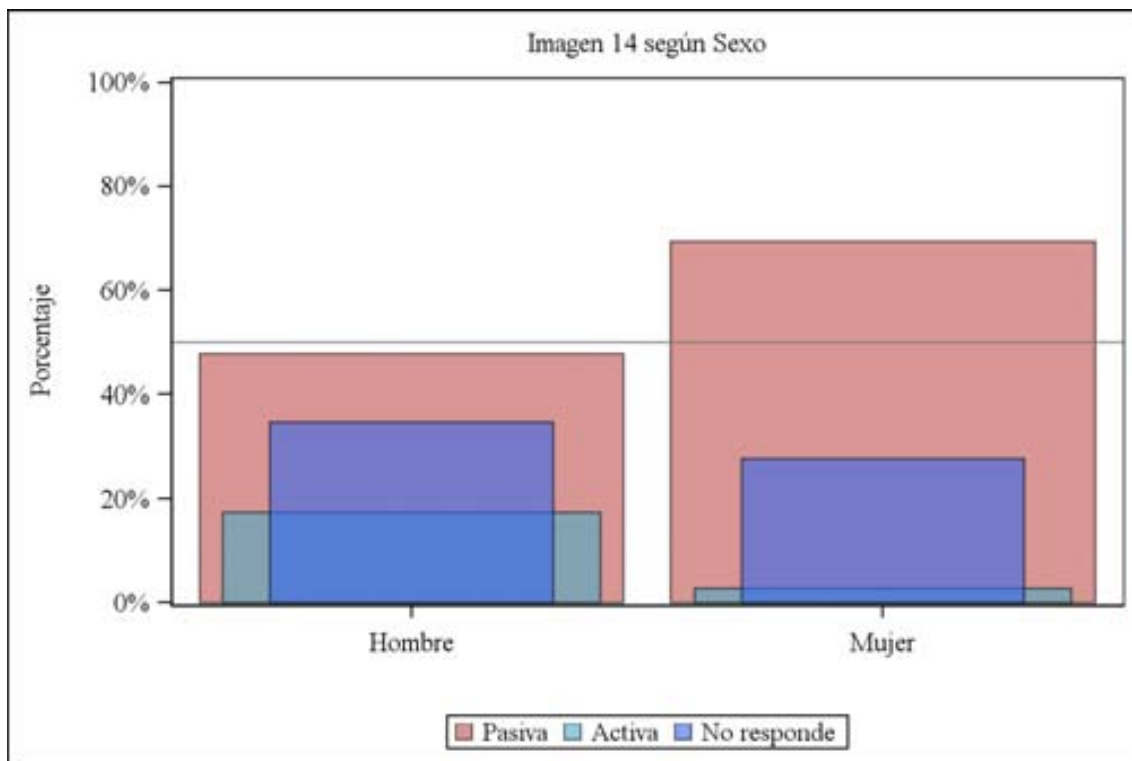
En ambas categorías de edad: cerca de un 60% de los participantes han elegido que esta imagen corresponde a una Mujer Objeto de Deseo Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
	N	%	N	%
Imagen 14 Pasiva	30	63.8%	6	50.0%
Activa	4	8.5%	1	8.3%
No responde	13	27.7%	5	41.7%
	47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 14 Comparación según Edad Tipos	LR - Chi-Square Test	0.88	2	0.6431

Imagen 14 según Sexo



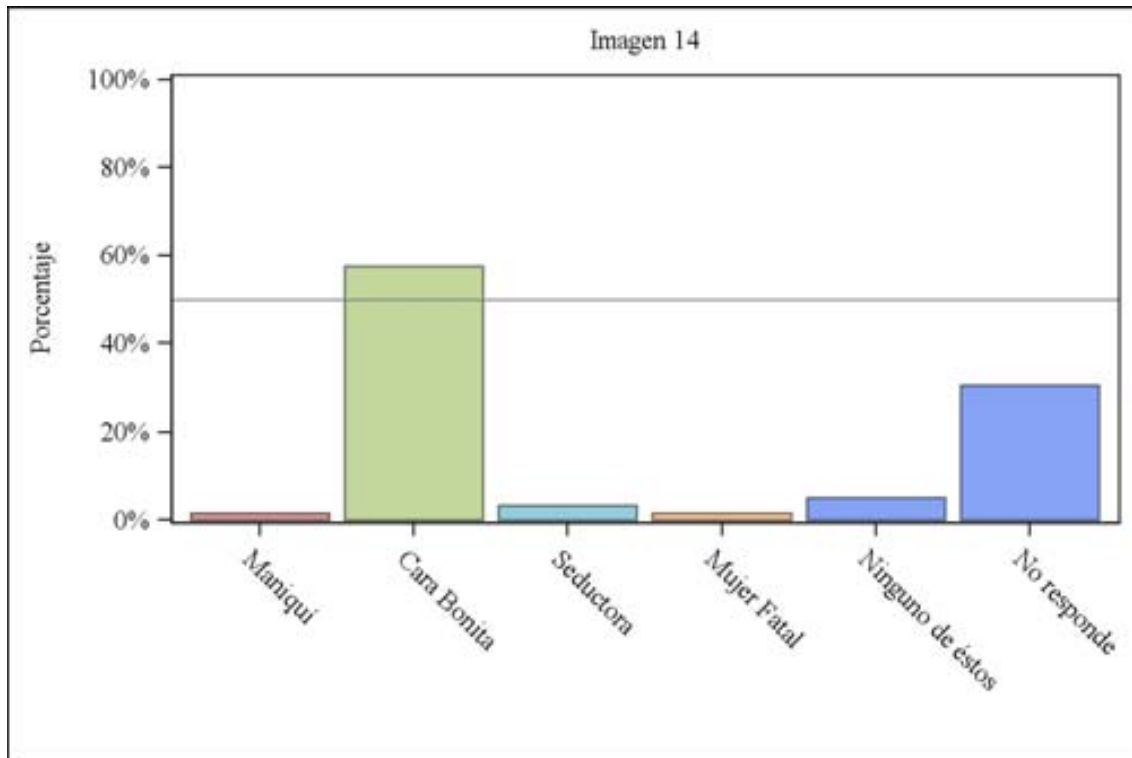
Observamos en los hombres, la imagen no se podría definir si es de Tipo Pasiva, ya que, menos de la mitad de los hombres lo han identificado como tal (47.8%). En cambio, en las mujeres, el porcentaje que identifica la imagen como Pasiva es del 69.4%. Cabe destacar que tan sólo hay una mujer que ha identificado la imagen cómo Activa.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 14 Pasiva	11	47.8%	25	69.4%
Activa	4	17.4%	1	2.8%
No responde	8	34.8%	10	27.8%
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Pasiva				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor	
Imagen 14	Comparación según sexo Tipos	LR - Chi-Square Test	4.85	2	0.0884

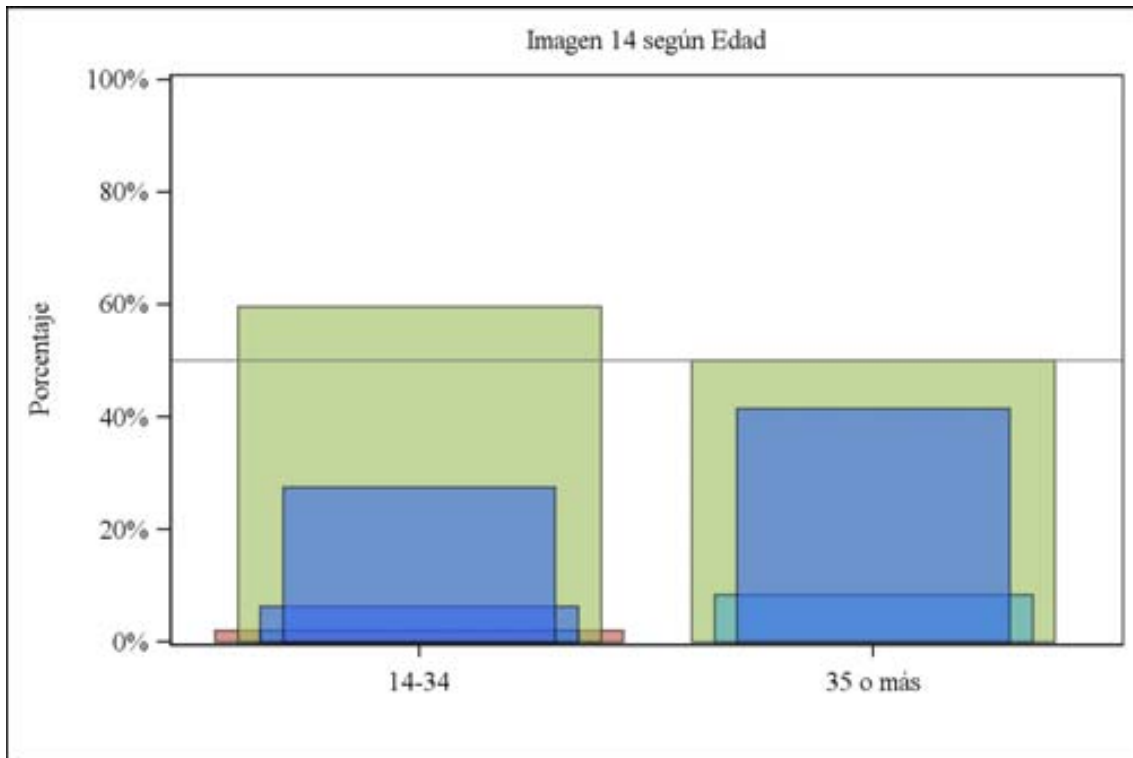
3.14.3 Estereotipo



La mayoría de personas han elegido que la imagen 1 corresponde al Estereotipo Cara Bonita, 34 personas (57.6%). Observamos que el porcentaje de personas que no han contestado esta pregunta, o bien, han señalado ninguno de estos es muy grande (35%), aún así, se ha alcanzado que el 57.6% de las personas entrevistadas hayan elegido el mismo Estereotipo, Cara Bonita.

	Estereotipo	N	%
Imagen 14	Maniquí	1	1.7%
	Cara Bonita	34	57.6%
	Seductora	2	3.4%
	Mujer Fatal	1	1.7%
	Ninguno de éstos	3	5.1%
	No responde	18	30.5%
		59	100.0%
ESTEREO TIPO: Cara Bonita			

Imagen 14 según Edad



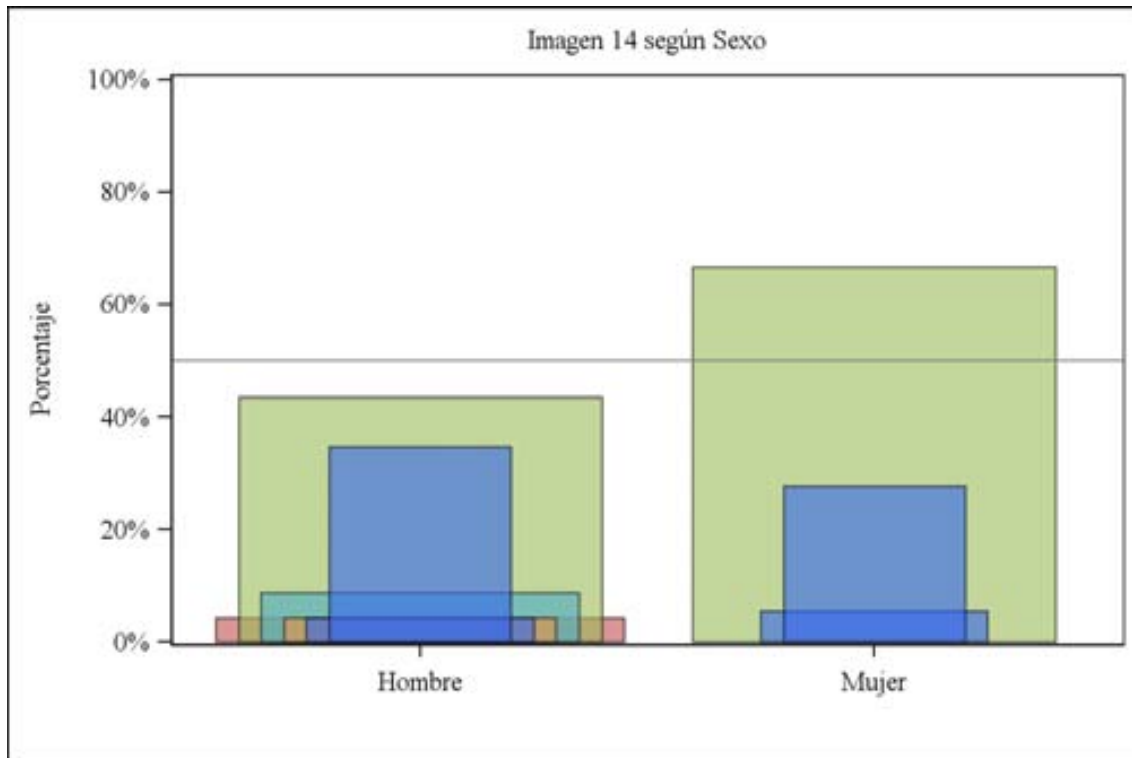
Observamos que en ambas categorías de edad el Estereotipo más identificado es Cara Bonita, aunque, en las personas de 35 años o más, tan sólo la mitad han señalado este Estereotipo.

Imagen 14	Estereotipo	14-34		35 o más	
		N	%	N	%
	Maniquí	1	2.1%	.	.
	Cara Bonita	28	59.6%	6	50.0%
	Seductora	1	2.1%	1	8.3%
	Mujer Fatal	1	2.1%	.	.
	Ninguno de éstos	3	6.4%	.	.
	No responde	13	27.7%	5	41.7%
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREO TIPO: Cara Bonita					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 14 Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	3.87	5	0.5687

Imagen 14 según Sexo



En los hombres, no hay un Estereotipo que se haya valorado por más del 50%. En cambio, en las mujeres, todas las que han identificado el Estereotipo lo han identificado como Cara Bonita.

	Estereotipo	Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
Imagen 14	Maniquí	1	4.3%	.	.
	Cara Bonita	10	43.5%	24	66.7%
	Seductora	2	8.7%	.	.
	Mujer Fatal	1	4.3%	.	.
	Ninguno de éstos	1	4.3%	2	5.6%
	No responde	8	34.8%	10	27.8%
		23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO: Cara Bonita					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 14 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	9.16	5	0.1029

3.15 Imagen 15

3.15.1 Patrón

Tan sólo hay una persona que no ha identificado la imagen 15 cómo imagen con el Patrón Mujer Objeto de Deseo.

Patrón		N	%
Imagen 15	Mujer Objeto de Deseo	58	98.3%
	No MO	1	1.7%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

Imagen 15 según Edad

La persona que no ha identificado la imagen 15 cómo Mujer Objeto de Deseo es una persona de 14-34 años:

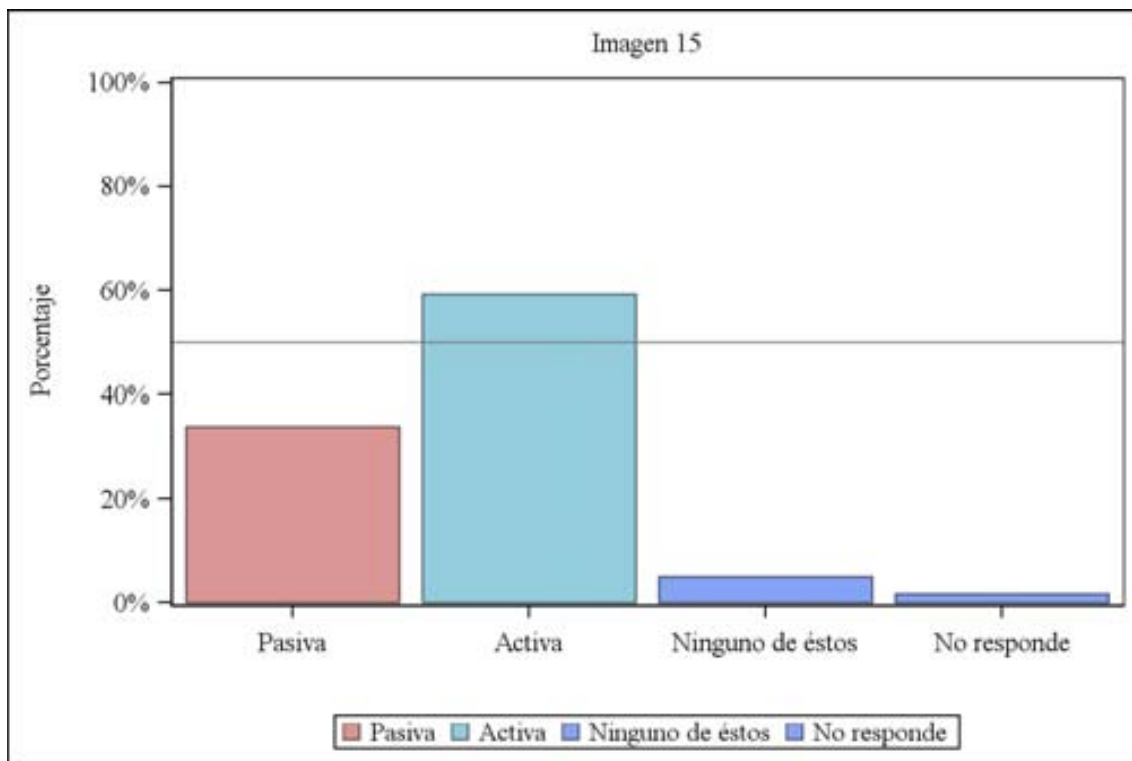
Patrón		14-34		35 o más	
		N	%	N	%
Imagen 15	Mujer Objeto de Deseo	46	97.9%	12	100.0%
	No MO	1	2.1%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

Imagen 15 según Sexo

La persona que no ha identificado la imagen 15 cómo Mujer Objeto de Deseo es un hombre:

Patrón		Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
Imagen 15	Mujer Objeto de Deseo	22	95.7%	36	100.0%
	No MO	1	4.3%	.	.
		23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

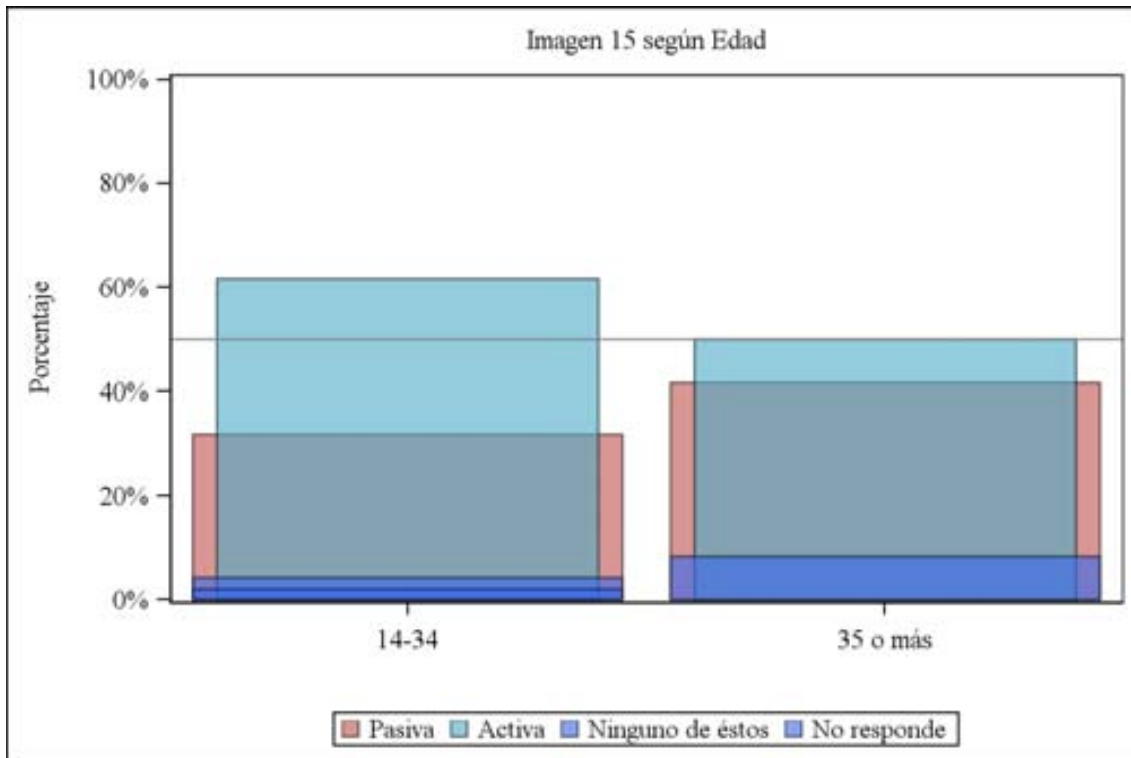
3.15.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 59.3% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Activa.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 15	Pasiva	20	33.9%
	Activa	35	59.3%
	Ninguno de éstos	3	5.1%
	No responde	1	1.7%
		59	100.0%
TIPOS: Activa			

Imagen 15 según Edad



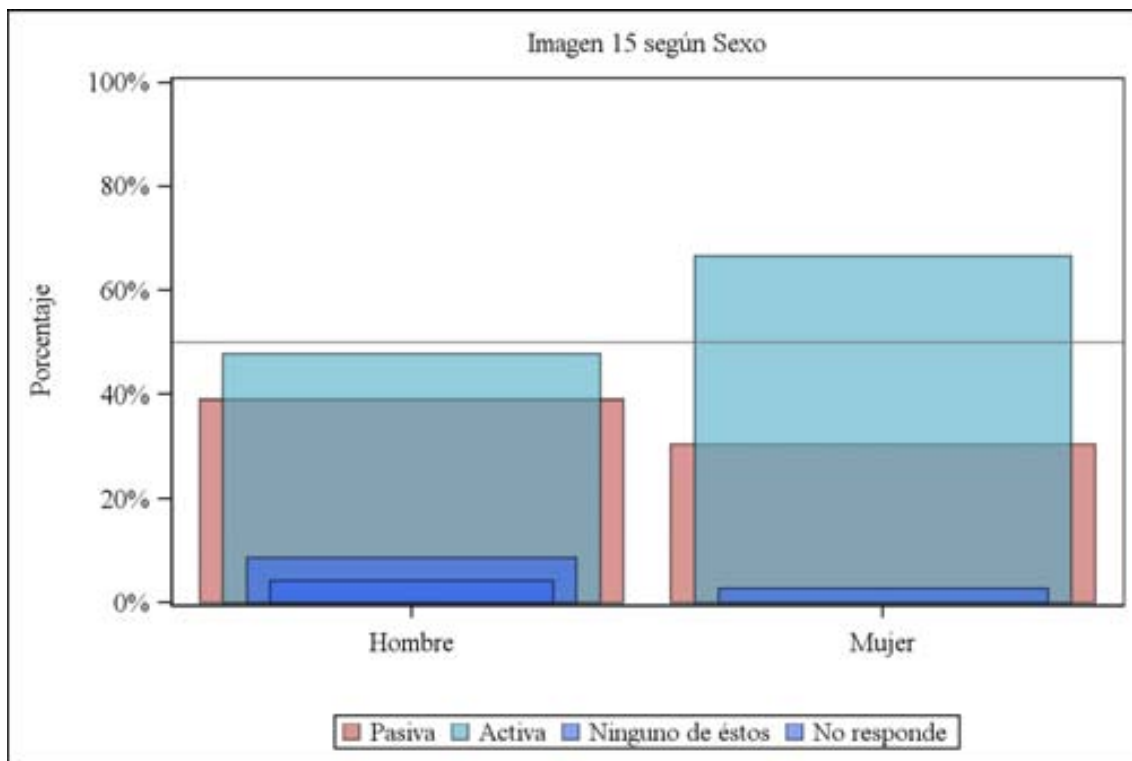
En ambas categorías de edad se ha identificado la imagen cómo una Mujer Objeto de Deseo Activa, aunque en los más jóvenes lo han identificado el 61.7%, en cambio en los de 35 años o más, tan sólo ha sido identificado por el 50%.

		14-34		35 o más	
		N	%	N	%
Imagen 15	Pasiva	15	31.9%	5	41.7%
	Activa	29	61.7%	6	50.0%
	Ninguno de éstos	2	4.3%	1	8.3%
	No responde	1	2.1%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Activa					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 15	Comparación según Edad Tipos	LR - Chi-Square Test	1.22	3 0.7494

Imagen 15 según Sexo



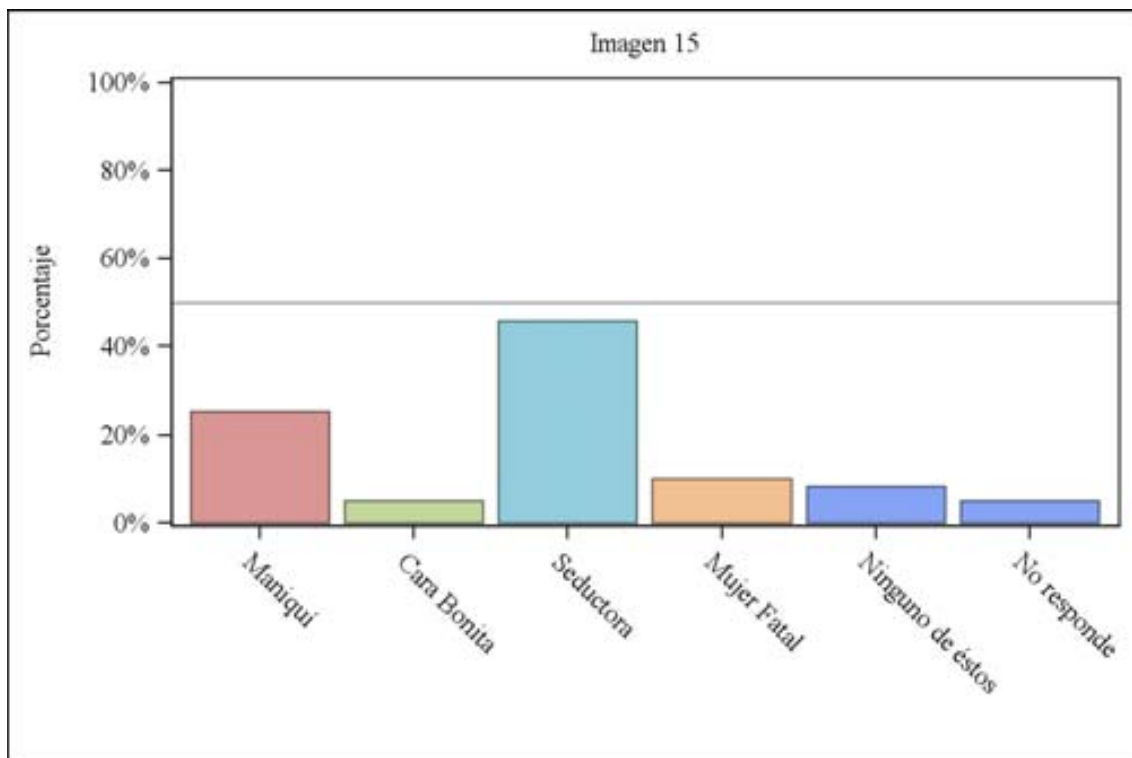
Observamos que en los hombres, no se alcanza el 50% para definir este tipo de imagen (47.8% Activa). En cambio, en las mujeres, el tipo de Mujer Objeto de Deseo se identifica con mucha más claridad, el 66.7% de las mujeres la han identificado como Activa.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 15 Pasiva	9	39.1%	11	30.6%
Activa	11	47.8%	24	66.7%
Ninguno de éstos	2	8.7%	1	2.8%
No responde	1	4.3%	.	.
	23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Activa				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 15 Comparación según sexo Tipos	LR - Chi-Square Test	3.98	3	0.2631

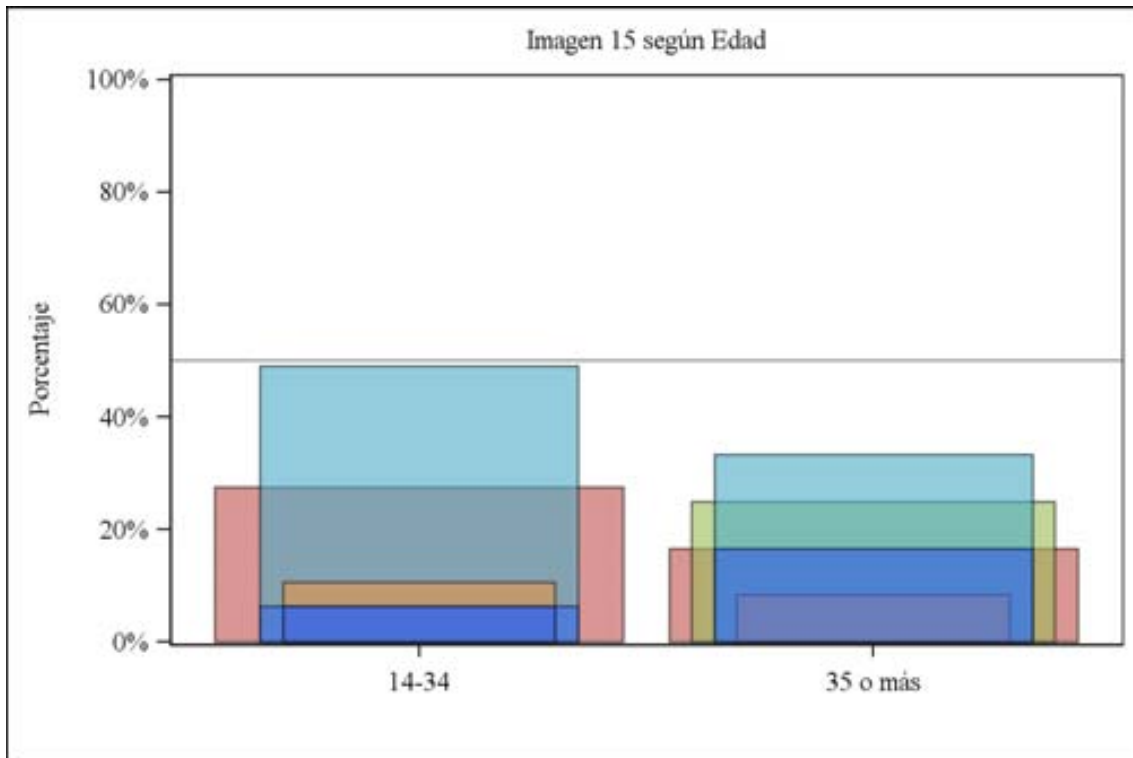
3.15.3 Estereotipo



En la imagen 15 no se ha alcanzado el 50% de las personas con la valoración del mismo Estereotipo: El Estereotipo Seductora ha sido detectado por el 45.8% de los casos, en segundo lugar, el Estereotipo Maniquí ha sido detectado por el 25.4% de las personas.

	Estereotipo	N	%
Imagen 15	Maniquí	15	25.4%
	Cara Bonita	3	5.1%
	Seductora	27	45.8%
	Mujer Fatal	6	10.2%
	Ninguno de éstos	5	8.5%
	No responde	3	5.1%
		59	100.0%
ESTEREOTIPO:			

Imagen 15 según Edad



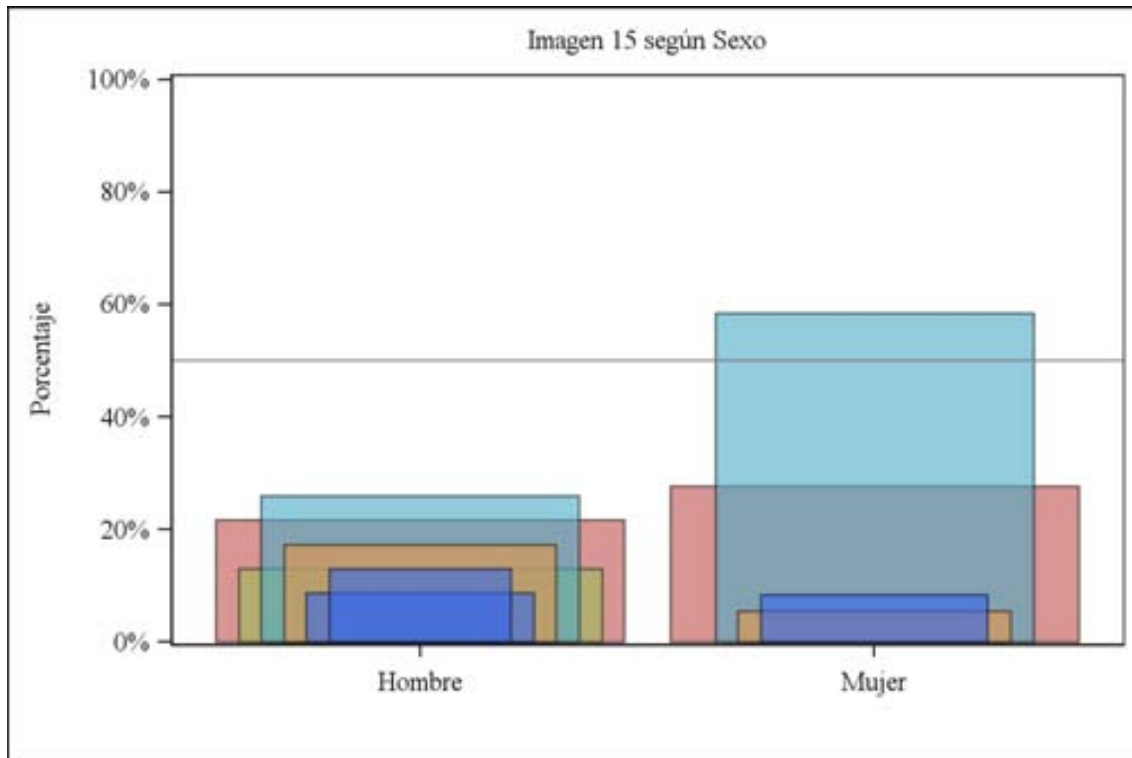
Observamos que en ambas categorías de edad no se alcanza el 50% de las personas, aunque en los jóvenes casi se alcanza (48.9% han identificado la imagen como Seductora).

Imagen 15	Estereotipo	14-34		35 o más	
		N	%	N	%
	Maniquí	13	27.7%	2	16.7%
	Cara Bonita	.	.	3	25.0%
	Seductora	23	48.9%	4	33.3%
	Mujer Fatal	5	10.6%	1	8.3%
	Ninguno de éstos	3	6.4%	2	16.7%
	No responde	3	6.4%	.	.
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO:					

Existen diferencias estadísticamente significativas en la elección de estereotipo según la edad (LR - Chi-Square Test= 13.03; p_valor=0.0231), siendo los jóvenes quienes identifican más claramente el Estereotipo Seductora para esta imagen.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 15 Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	13.03	5	0.0231 *

Imagen 15 según Sexo



Observamos que en los hombres, esta imagen no se detecta que tipo de Estereotipo le corresponde, de hecho hay más del 10% de los hombres que han valorado cada opción.

En las mujeres, el Estereotipo mayoritario es Seductora (58.3%), y en segundo lugar, con el 27.8% la han identificado cómo Maniquí.

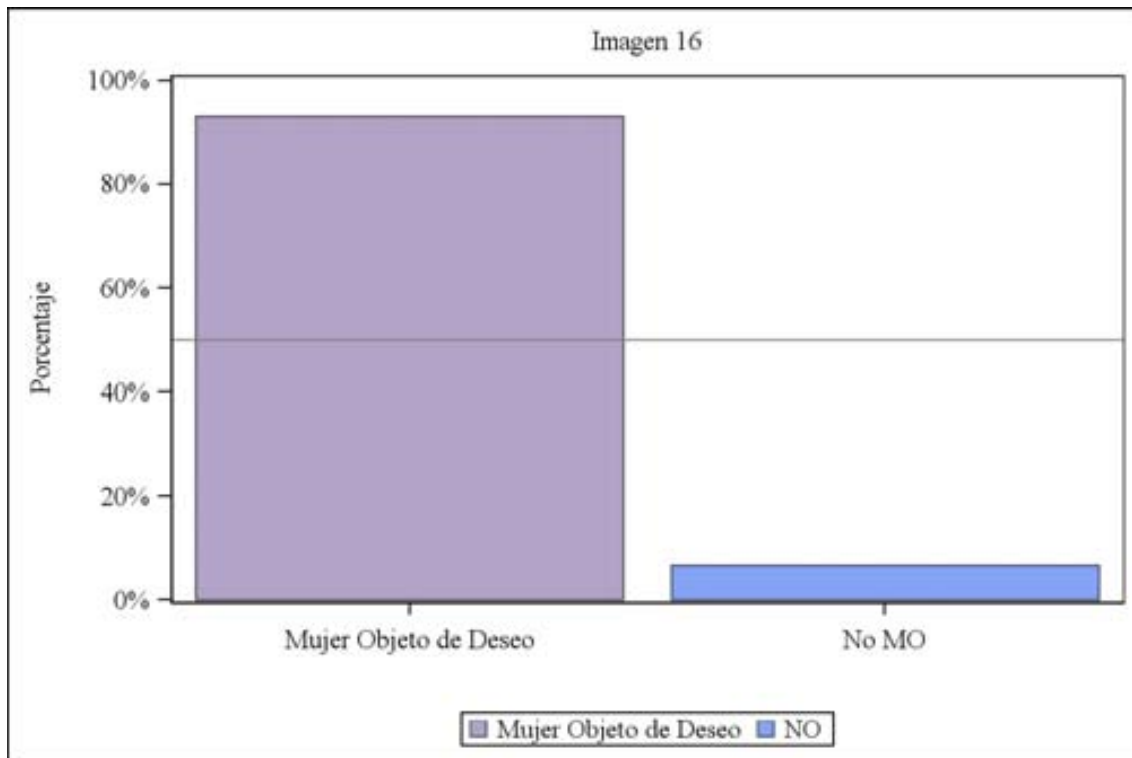
		Hombre		Mujer	
Estereotipo		N	%	N	%
Imagen 15	Maniquí	5	21.7%	10	27.8%
	Cara Bonita	3	13.0%	.	.
	Seductora	6	26.1%	21	58.3%
	Mujer Fatal	4	17.4%	2	5.6%
	Ninguno de éstos	2	8.7%	3	8.3%
	No responde	3	13.0%	.	.
			23	100.0%	36
ESTEREOTIPO:					

Existen diferencias estadísticamente significativas en la elección de estereotipo según la edad (LR - Chi-Square Test= 16.84; p_valor=0.0048), siendo en las mujeres que se identifica más claramente la imagen con el Estereotipo Maniquí.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 15 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	16.84	5	0.0048 *

3.16 Imagen 16

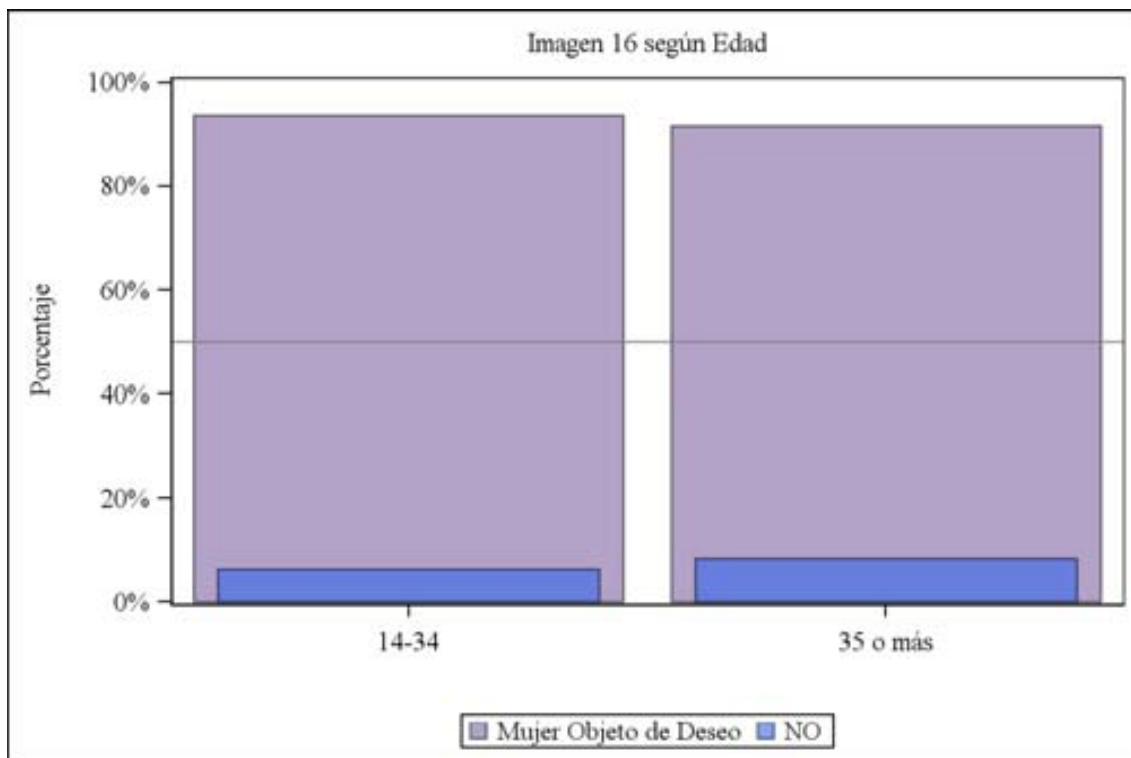
3.16.1 Patrón



55 personas (un 93.2%) han elegido que la imagen correspondía a Mujer Objeto de Deseo.

	Patrón	N	%
Imagen 16	Mujer Objeto de Deseo	55	93.2%
	No MO	4	6.8%
		59	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo			

Imagen 16 según Edad



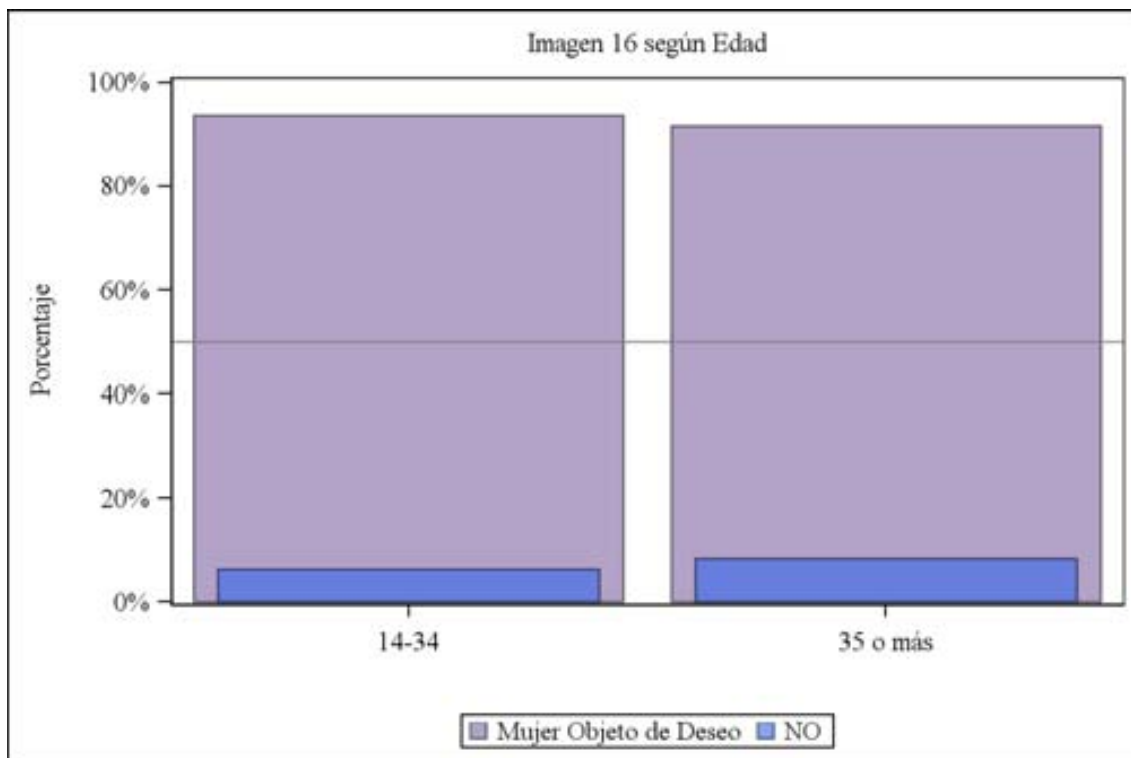
En ambas categorías de edad se identifica la imagen con el Patrón Mujer Objeto de Deseo, por más del 90% de las personas.

Patrón		14-34		35 o más	
		N	%	N	%
Imagen 16	Mujer Objeto de Deseo	44	93.6%	11	91.7%
	No MO	3	6.4%	1	8.3%
		47	100.0%	12	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en el patrón de la imagen:

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 16	Comparación según Edad Patrón	Exact's Fisher Test	0.06	1	1.0000

Imagen 16 según Sexo



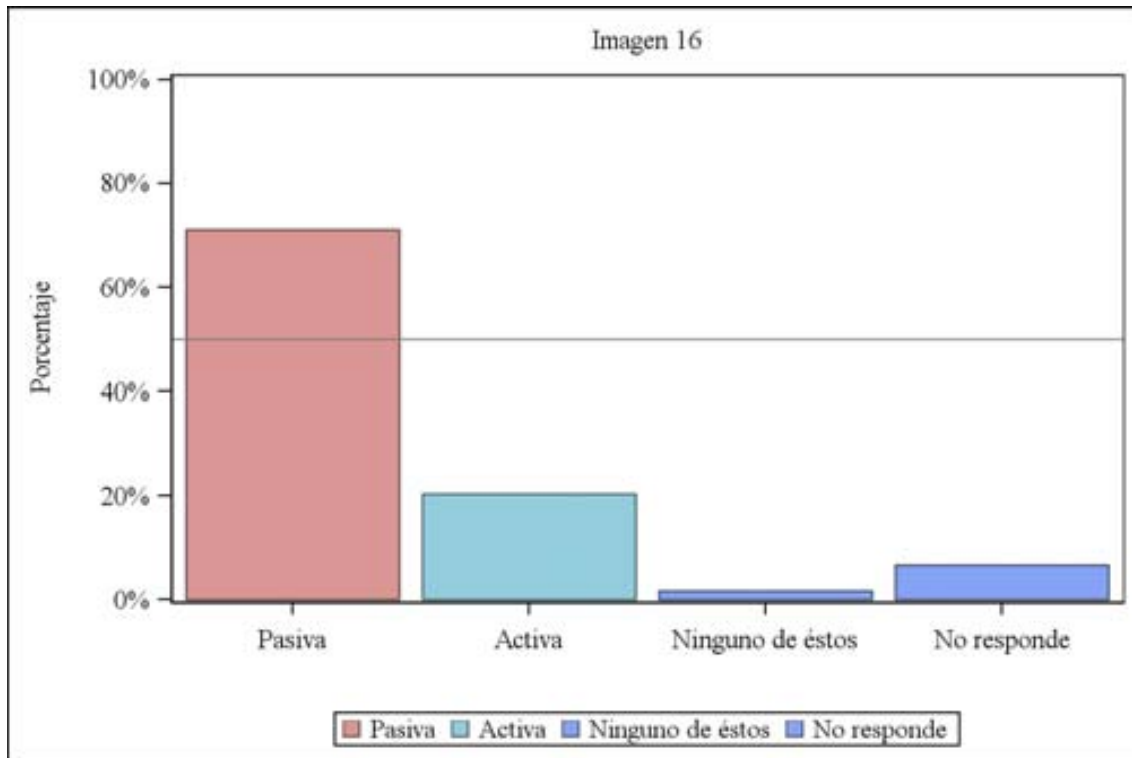
En la Imagen 16, más del 90% de los hombres y mujeres han identificado la imagen con el patrón Mujer Objeto de Deseo.

Patrón	Hombre		Mujer	
	N	%	N	%
Imagen 16 Mujer Objeto de Deseo	21	91.3%	34	94.4%
No MO	2	8.7%	2	5.6%
	23	100.0%	36	100.0%
PATRÓN: Mujer Objeto de Deseo				

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de si el Patrón de la imagen:

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 16 Comparación según sexo Patrón	Exact's Fisher Test	0.22	1	0.6392

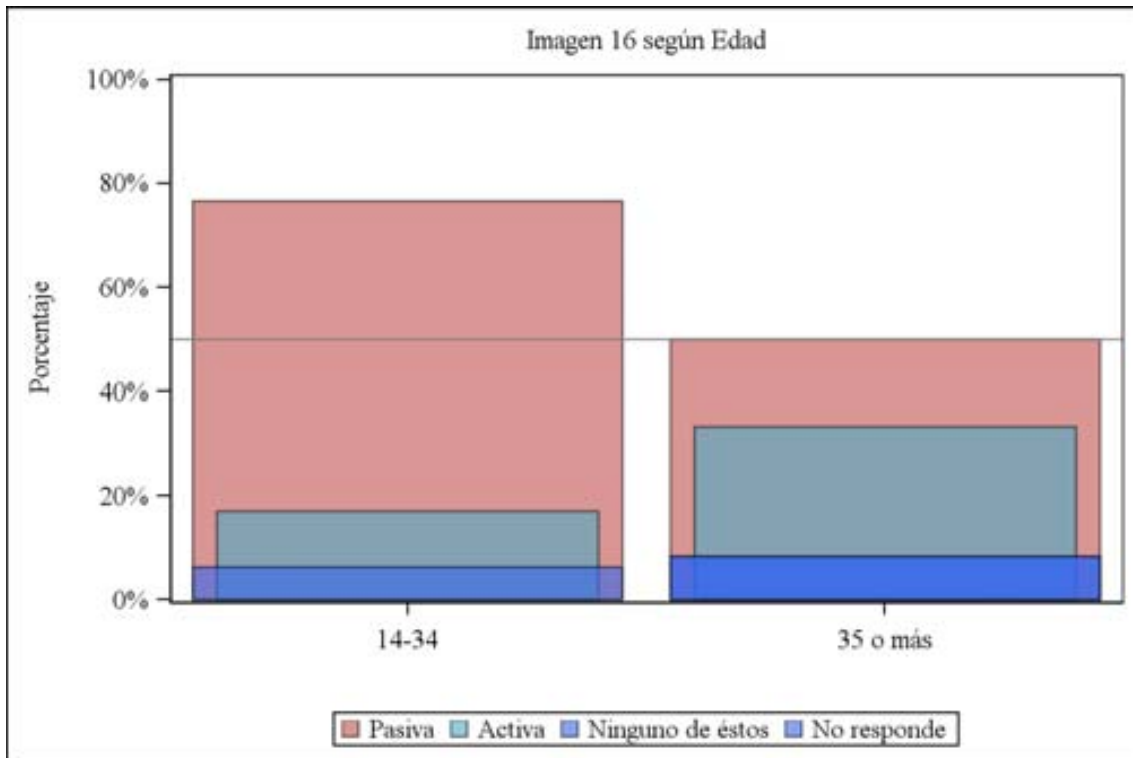
3.16.2 Tipo de Mujer Objeto de Deseo: Pasiva / Activa



El 71.2% de los participantes han valorado la imagen cómo Mujer Objeto de Deseo Pasiva.

Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%
Imagen 16	Pasiva	42	71.2%
	Activa	12	20.3%
	Ninguno de éstos	1	1.7%
	No responde	4	6.8%
		59	100.0%
TIPOS: Pasiva			

Imagen 16 según Edad



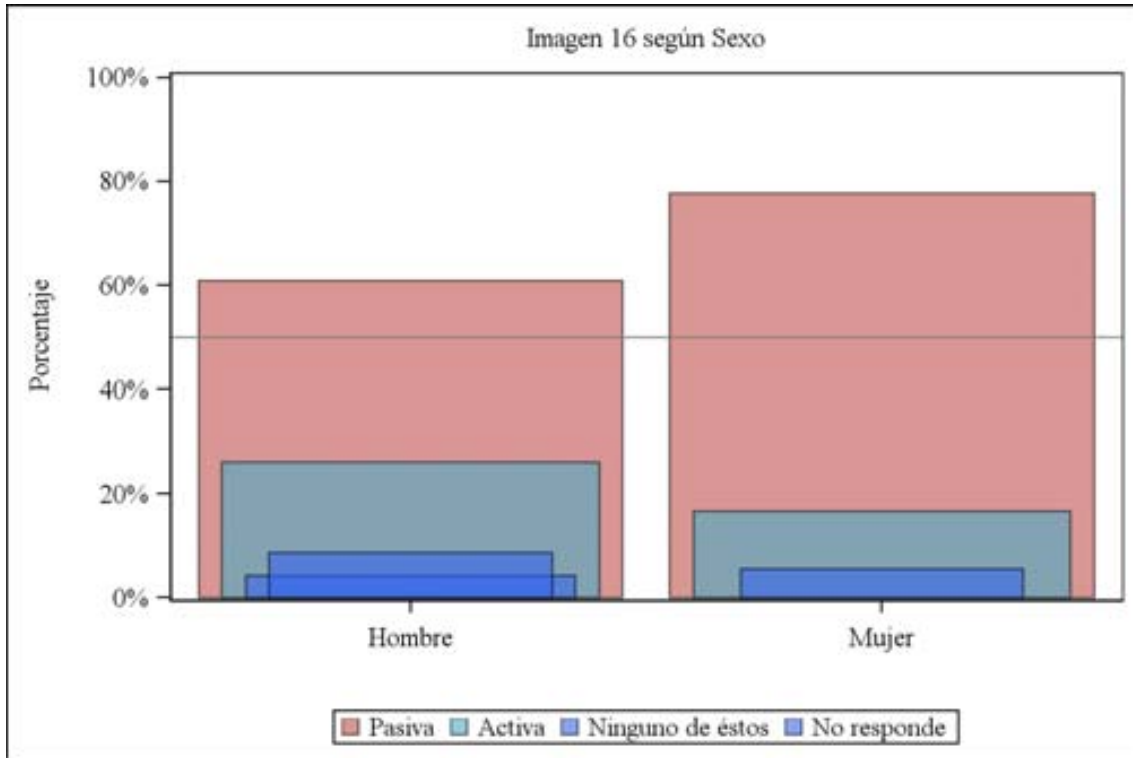
En las personas jóvenes se ha identificado más claramente que la imagen correspondía a una Mujer Objeto de Deseo Pasiva, en cambio, en las personas de 35 años o más tan sólo se ha alcanzado el 50%.

	Tipos de Mujer Objeto de Deseo	14-34		35 o más	
		N	%	N	%
Imagen 16	Pasiva	36	76.6%	6	50.0%
	Activa	8	17.0%	4	33.3%
	Ninguno de éstos	.	.	1	8.3%
	No responde	3	6.4%	1	8.3%
		47	100.0%	12	100.0%
TIPOS: Pasiva					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 16 Comparación según Edad Tipos	LR - Chi-Square Test	5.37	3	0.1464

Imagen 16 según Sexo



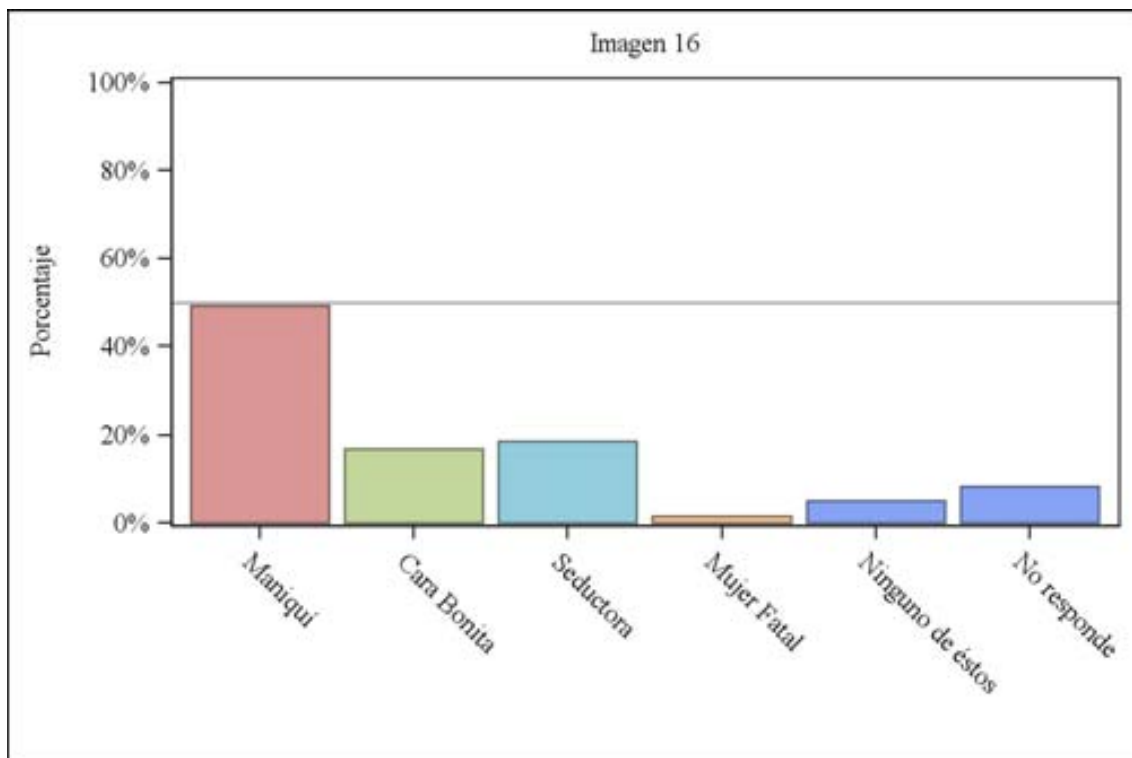
Observamos que en ambos sexos se obtiene un porcentaje de respuestas imagen Pasiva superior al 60%. Aunque en el caso de los mujeres, el porcentaje es ligeramente superior.

		Hombre		Mujer	
Tipos de Mujer Objeto de Deseo		N	%	N	%
Imagen 16	Pasiva	14	60.9%	28	77.8%
	Activa	6	26.1%	6	16.7%
	Ninguno de éstos	1	4.3%	.	.
	No responde	2	8.7%	2	5.6%
		23	100.0%	36	100.0%
TIPOS: Pasiva					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en las respuestas de tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva/Activa/Ninguno de éstos/No responde):

		Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 16	Comparación según sexo Tipos	LR - Chi-Square Test	3.26	3	0.3539

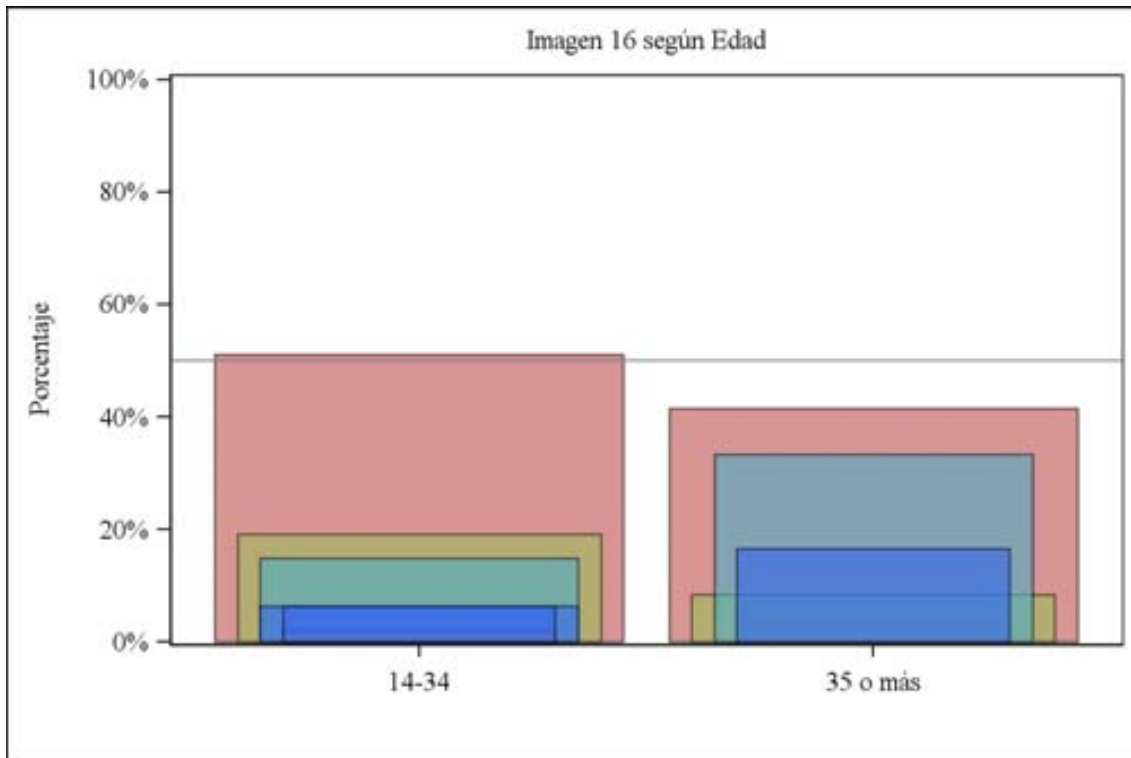
3.16.3 Estereotipo



En la imagen 16, no se ha podido definir el Estereotipo asociado, aunque, esta imagen ha sido identificada con el Estereotipo Maniquí por el 49.2% de las personas. En segundo lugar, se ha identificado también como Cara Bonita o Seductora, con más del 15% de las personas.

	Estereotipo	N	%
Imagen 16	Maniquí	29	49.2%
	Cara Bonita	10	16.9%
	Seductora	11	18.6%
	Mujer Fatal	1	1.7%
	Ninguno de éstos	3	5.1%
	No responde	5	8.5%
			59
ESTEREOTIPO:			

Imagen 16 según Edad



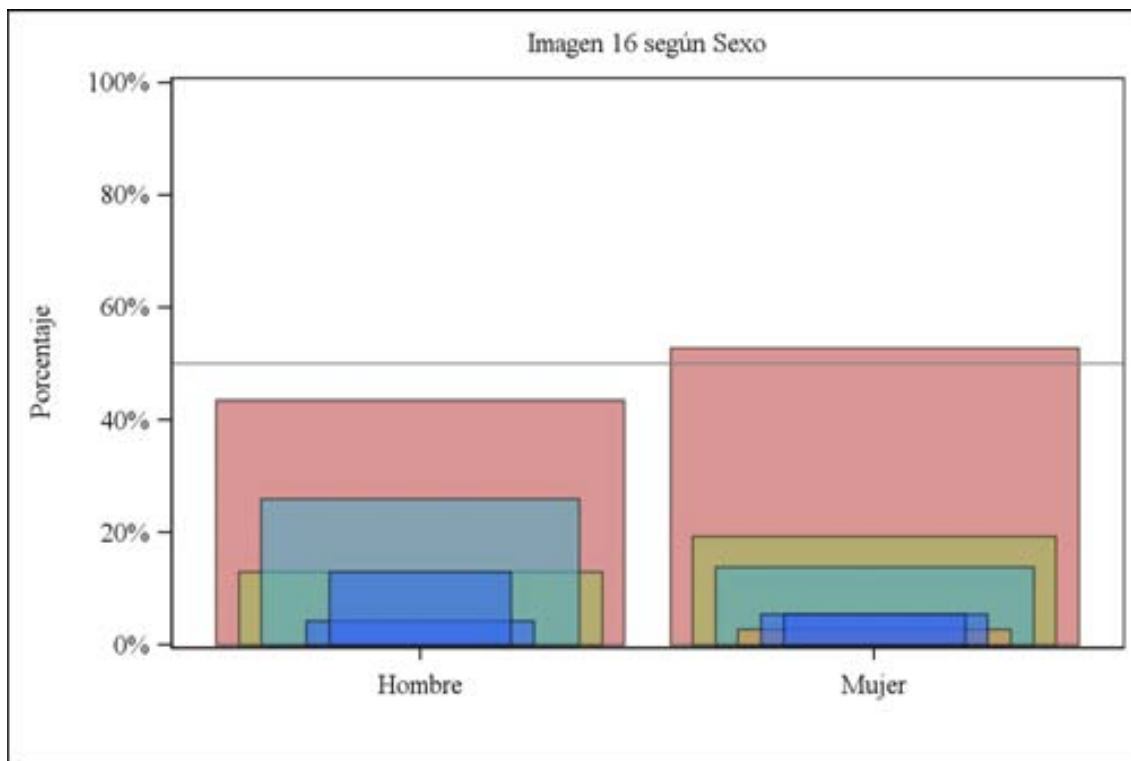
Observamos que en los más jóvenes se alcanza el 51.1% de las personas que han identificado el Estereotipo Maniquí, en cambio, en las personas mayores de 35 años sus opciones se dividen entre Maniquí y Seductora.

	Estereotipo	14-34		35 o más	
		N	%	N	%
Imagen 16	Maniquí	24	51.1%	5	41.7%
	Cara Bonita	9	19.1%	1	8.3%
	Seductora	7	14.9%	4	33.3%
	Mujer Fatal	1	2.1%	.	.
	Ninguno de éstos	3	6.4%	.	.
	No responde	3	6.4%	2	16.7%
		47	100.0%	12	100.0%
ESTEREOTIPO:					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre categorías de edad en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 16 Comparación según Edad Estereotipo	LR - Chi-Square Test	5.28	5	0.3823

Imagen 16 según Sexo



Más de la mitad de las mujeres (52.8%) han identificado el Estereotipo como Maniquí, en cambio en los hombres, se divide las opiniones, entre Maniquí y Seductora.

Imagen 16	Estereotipo	Hombre		Mujer	
		N	%	N	%
	Maniquí	10	43.5%	19	52.8%
	Cara Bonita	3	13.0%	7	19.4%
	Seductora	6	26.1%	5	13.9%
	Mujer Fatal	.	.	1	2.8%
	Ninguno de éstos	1	4.3%	2	5.6%
	No responde	3	13.0%	2	5.6%
		23	100.0%	36	100.0%
ESTEREOTIPO:					

No se observan diferencias estadísticamente significativas entre sexos en la elección de Estereotipo.

	Método	Estadístico	DF	P-Valor
Imagen 16 Comparación según sexo Estereotipo	LR - Chi-Square Test	3.62	5	0.6059

3.17 Tabla resumen contrastes

3.17.1 Edad

Para cada imagen se han realizado contrastes de diferencias de valoraciones entre categorías de edad. Se han considerado todas las respuestas para cada pregunta:

- Patrón: Mujer Objeto de Deseo, no MODO, No responde
- Tipos: Pasiva, Activa, Ninguno de éstos, No responde
- Estereotipos: Maniquí, Cara Bonita, Seductora, Mujer Fatal, Ninguno de éstos, No responde

Esto significa que en el momento que tengamos mucha diversificación de opciones, los contrastes estadísticos se realizan con muy pocos registros y muchas comparaciones, hecho que hace que pierda potencia el contraste.

Se presenta un resumen de los estadísticos de contraste y p_valores obtenidos:

Según Edad	Patrón	Tipos	Estereotipo
Imagen 1	ChS=0.18 (p_value=0.6717)	LR-ChS=1.04 (p_value=0.5935)	LR-ChS=5.53 (p_value=0.2371)
Imagen 2	Exact=0.26 (p_value=1.0000)	LR-ChS=0.73 (p_value=0.6927)	LR-ChS=2.14 (p_value=0.7095)
Imagen 3	ChS=2.03 (p_value=0.1544)	LR-ChS=4.19 (p_value=0.2422)	LR-ChS=11.54 (p_value=0.0416)
Imagen 6	Exact=1.71 (p_value=0.3302)	LR-ChS=3.79 (p_value=0.2851)	LR-ChS=7.96 (p_value=0.1584)
Imagen 8	ChS=2.03 (p_value=0.1544)	LR-ChS=6.51 (p_value=0.0891)	LR-ChS=5.99 (p_value=0.3073)
Imagen 9	Exact=0.26 (p_value=1.0000)	LR-ChS=2.90 (p_value=0.2349)	LR-ChS=5.63 (p_value=0.3441)
Imagen 10	Exact=1.71 (p_value=0.3302)	LR-ChS=11.85 (p_value=0.0079)	LR-ChS=7.24 (p_value=0.1239)
Imagen 11	Exact=0.26 (p_value=1.0000)	LR-ChS=0.51 (p_value=0.7735)	LR-ChS=1.30 (p_value=0.8615)
Imagen 13	Exact=3.98 (p_value=0.2034)	LR-ChS=3.46 (p_value=0.1772)	LR-ChS=10.68 (p_value=0.0580)
Imagen 14	ChS=0.88 (p_value=0.3469)	LR-ChS=0.88 (p_value=0.6431)	LR-ChS=3.87 (p_value=0.5687)
Imagen 15	Exact=0.26 (p_value=1.0000)	LR-ChS=1.22 (p_value=0.7494)	LR-ChS=13.03 (p_value=0.0231)
Imagen 16	Exact=0.06 (p_value=1.0000)	LR-ChS=5.37 (p_value=0.1464)	LR-ChS=5.28 (p_value=0.3823)

3.17.2 Sexo

Para cada imagen se han realizado contrastes de diferencias de valoraciones entre sexos. Se han considerado todas las respuestas para cada pregunta:

- Patrón: Mujer Objeto de Deseo, no MOdD, No responde
- Tipos: Pasiva, Activa, Ninguno de éstos, No responde
- Estereotipos: Maniquí, Cara Bonita, Seductora, Mujer Fatal, Ninguno de éstos, No responde

Esto significa que en el momento que tengamos mucha diversificación de opciones, los contrastes estadísticos se realizan con muy pocos registros y muchas comparaciones, hecho que hace que pierda potencia el contraste.

Se presenta un resumen de los estadísticos de contraste y p_valores obtenidos:

Según Sexo	Patrón	Tipos	Estereotipo
Imagen 1	Exact=1.10 (p_value=0.4146)	LR-ChS=1.23 (p_value=0.5411)	LR-ChS=2.84 (p_value=0.5857)
Imagen 2	Exact=1.59 (p_value=0.3898)	LR-ChS=1.94 (p_value=0.3791)	LR-ChS=6.48 (p_value=0.1658)
Imagen 3	Exact=0.05 (p_value=1.0000)	LR-ChS=5.04 (p_value=0.1688)	LR-ChS=6.25 (p_value=0.2823)
Imagen 6	Exact=0.34 (p_value=0.6692)	LR-ChS=2.34 (p_value=0.5040)	LR-ChS=3.11 (p_value=0.6829)
Imagen 8	Exact=3.52 (p_value=0.0980)	LR-ChS=8.32 (p_value=0.0399)	LR-ChS=13.47 (p_value=0.0193)
Imagen 9	Exact=1.59 (p_value=0.3898)	LR-ChS=5.98 (p_value=0.0504)	LR-ChS=9.39 (p_value=0.0946)
Imagen 10	Exact=0.09 (p_value=1.0000)	LR-ChS=2.21 (p_value=0.5300)	LR-ChS=4.13 (p_value=0.3886)
Imagen 11	Exact=0.65 (p_value=1.0000)	LR-ChS=5.19 (p_value=0.0747)	LR-ChS=13.01 (p_value=0.0112)
Imagen 13	Exact=1.59 (p_value=0.3898)	LR-ChS=1.91 (p_value=0.3844)	LR-ChS=6.34 (p_value=0.2749)
Imagen 14	ChS=0.32 (p_value=0.5687)	LR-ChS=4.85 (p_value=0.0884)	LR-ChS=9.16 (p_value=0.1029)
Imagen 15	Exact=1.59 (p_value=0.3898)	LR-ChS=3.98 (p_value=0.2631)	LR-ChS=16.84 (p_value=0.0048)
Imagen 16	Exact=0.22 (p_value=0.6392)	LR-ChS=3.26 (p_value=0.3539)	LR-ChS=3.62 (p_value=0.6059)

4 Definición de Estereotipos asociados a cada imagen

Se presenta una tabla con la definición del Patrón, Tipo y Estereotipo asociado a cada imagen, todos ellos definidos siempre que hayan sido elegidos por mayoría absoluta (más del 50% de personas con la misma opción):

Según Sexo	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva/Activa	Estereotipo
Imagen 1	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Maniquí
Imagen 2	Mujer Objeto de Deseo	Activa	Seductora
Imagen 3	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	.
Imagen 4	Mujer Objeto de Deseo	Activa	Seductora
Imagen 5	Mujer Objeto de Deseo	Activa	.
Imagen 6	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Maniquí
Imagen 7	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Cara Bonita
Imagen 8	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	.
Imagen 9	Mujer Objeto de Deseo	Activa	Mujer Fatal
Imagen 10	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Maniquí
Imagen 11	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Cara Bonita
Imagen 12	Mujer Objeto de Deseo	Activa	Mujer Fatal
Imagen 13	Mujer Objeto de Deseo	Activa	Seductora
Imagen 14	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Cara Bonita
Imagen 15	Mujer Objeto de Deseo	Activa	.
Imagen 16	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	.

MODELOS DEL DESEO

Modelado de los rasgos visuales y evaluación de valores
de los estereotipos Mujer Objeto de Deseo en las revistas de moda.

(Tesis Doctoral: Ana Lage Fombuena)

ANÁLISIS ESTADÍSTICO MULTIVARIANTE VALORES - corpus 2-

Índice

1 MATERIAL Y MÉTODOS	3
1.1 MATERIAL	3
1.2 LECTURA Y VALIDACIÓN DE LA BASE DE DATOS	3
1.3 OBJETIVO	3
1.4 MÉTODOS ESTADÍSTICOS	3
2 RECOGIDA DE DATOS	6
3 CARACTERIZACIÓN DE LAS RESPUESTAS	8
3.1 ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIAS MÚLTIPLES	10
3.2 CLASIFICACIÓN EN 4 GRUPOS	18
3.2.1 VALORES RELEVANTES EN CADA CLUSTER	20
3.3 CONCLUSIONES	38
4 CARACTERIZACIÓN DE LAS IMÁGENES	39
4.1 ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIAS MÚLTIPLES	53
4.2 CLASIFICACIÓN EN 5 GRUPOS	60
4.2.1 VALORES RELEVANTES EN CADA CLUSTER	64

1 Material y Métodos

1.1 Material

Se dispone de 16 ficheros .csv, recibidos el día 26/06/2015, con la información de la valoración de la presencia de cada Estereotipo en cada imagen de las 16 disponibles.

1.2 Lectura y validación de la Base de Datos

La lectura y gestión de la base de datos ha sido realizada con el software: SAS v9.3, SAS Institute Inc., Cary, NC, USA.

Se ha realizado una validación de la consistencia interna de las variables de la base de datos, así cómo, valores fuera de rango y valores faltantes, para asegurar totalmente su fiabilidad.

Se han eliminado los registros de la base de datos correspondientes a Julia Baeza, lucas, angel, Prueba correspondientes, todos ellos a pruebas con el aplicativo.

Además se ha incorporado la información del tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definidos en el informe:

Caracterización valores y estereotipos de imágenes de tipo Mujer Objeto de deseo.

Definición de estereotipos de la imagen

Una vez finalizado el proceso de validación, la base de datos ha sido cerrada.

1.3 Objetivo

El objetivo de este estudio es caracterizar los valores que transmiten las imágenes y además proyectar los Estereotipos o tipos de Mujer Objeto de Deseo sobre el Mapa Factorial.

1.4 Métodos Estadísticos

En el apartado 3, se caracterizan las respuestas correspondientes a cada imagen por persona (856 respuestas).

En primer lugar, se presenta un recuento de las respuestas incluidas en el análisis.

Se ha realizado un análisis de correspondencias múltiples (Greenacre, 2008) que ha permitido obtener biplots incluyendo variables activas (que intervienen en el análisis), variables ilustrativas (no incluidas en el análisis) con la finalidad de encontrar grupos de respuestas con características similares.

Las variables activas son:

- Amistad
- Bienestar
- Cooperación
- Cultura
- Deberes
- Democracia
- Derechos
- Dignidad
- Educación
- Esfuerzo
- Familia

- Identidad
- Igualdad
- Independencia
- Intimidad
- Justicia-Equidad
- Libertad
- Moral-Honor
- Orden
- Paz
- Pluralismo
- Progreso
- Respeto
- Responsabilidad
- Salud

Considerando de cada una de ellas 4 posibles respuestas: Valor no presente, Valor Desfavorable, Valor Favorable-Desfavorable, Valor Favorable.

También se han incluido las siguientes variables ilustrativas:

- Sexo
- Edad categorizada (14-34 y 35 o más)
- Imagen
- Tipo de Mujer Objeto de Deseo
- Estereotipo

En el apartado 4, se caracterizan las 16 imágenes.

Se ha realizado un análisis de correspondencias múltiples (Greenacre, 2008) que ha permitido obtener biplots incluyendo variables activas (que intervienen en el análisis), variables ilustrativas (no incluidas en el análisis) con la finalidad de encontrar grupos de respuestas con características similares.

Las variables activas son:

- Amistad
- Bienestar
- Cooperación
- Cultura
- Deberes
- Democracia
- Derechos
- Dignidad
- Educación
- Esfuerzo
- Familia
- Identidad
- Igualdad
- Independencia
- Intimidad
- Justicia-Equidad
- Libertad
- Moral-Honor
- Orden
- Paz
- Pluralismo

- Progreso
- Respeto
- Responsabilidad
- Salud

Considerando de cada una de ellas 4 posibles respuestas: Valor no presente, Valor Desfavorable, Valor Favorable-Desfavorable, Valor Favorable.

También se han incluido las siguientes variables ilustrativas:

- Imagen
- Tipo de Mujer Objeto de Deseo
- Estereotipo

Todos los resultados se han obtenido con el software SAS versión 9.3 (SAS System, Cary, NC, USA, 2013).

2 Recogida de datos

Se han incluido en el análisis 55 individuos con valoraciones de 13 imágenes, o más:

N imágenes contestadas	Número de individuos
13	2
14	3
15	12
16	38

Así pues, se caracterizan 856 respuestas, correspondientes a las respuestas de 55 individuos que responden de 13 a 16 imágenes:

Número de individuos	Número de imágenes	Número total de casos incluidos
55	16	856

De las 55 personas incluidas:

- 25 son hombres y 30 mujeres.
- 34 son de 14-34 años, y 21 de 35 años o más.

Sexo	N	%
Hombre	25	45.45
Mujer	30	54.55

Edad	N	%
14-34	34	61.82
35 o más	21	38.18

De las 16 imágenes incluidas:

- 9 son Pasivas y 7 son Activas
- 5 no tienen asignado ningún Estereotipo, 2 corresponden a Mujer Fatal; y Maniquí, Cara Bonita y Seductora con 3 imágenes cada una de ellas.

Tipo de Mujer Objeto de Deseo	N	%
Pasiva	9	56.25
Activa	7	43.75

Estereotipo	N	%
.	5	31.25
Maniquí	3	18.75
Cara Bonita	3	18.75
Seductora	3	18.75
Mujer Fatal	2	12.50

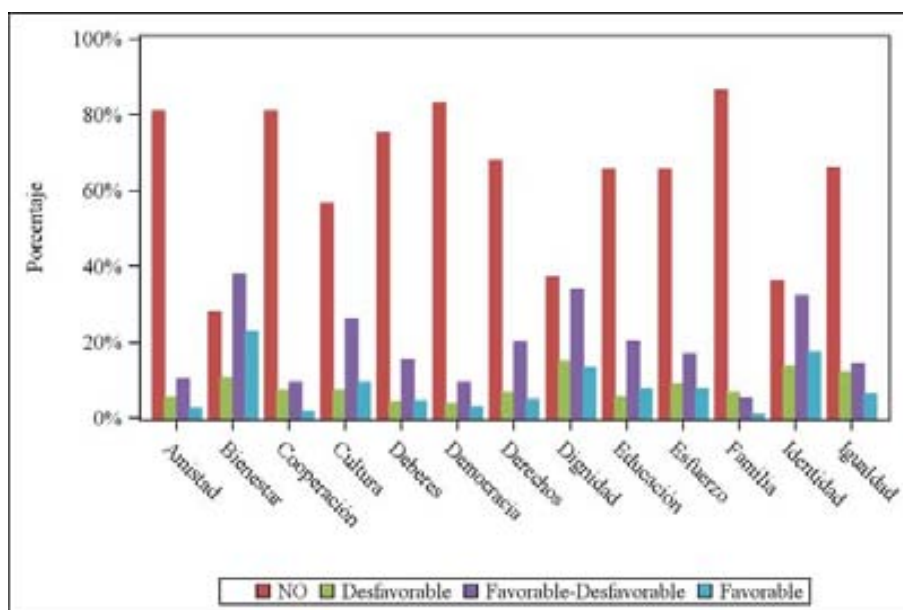
3 Caracterización de las respuestas

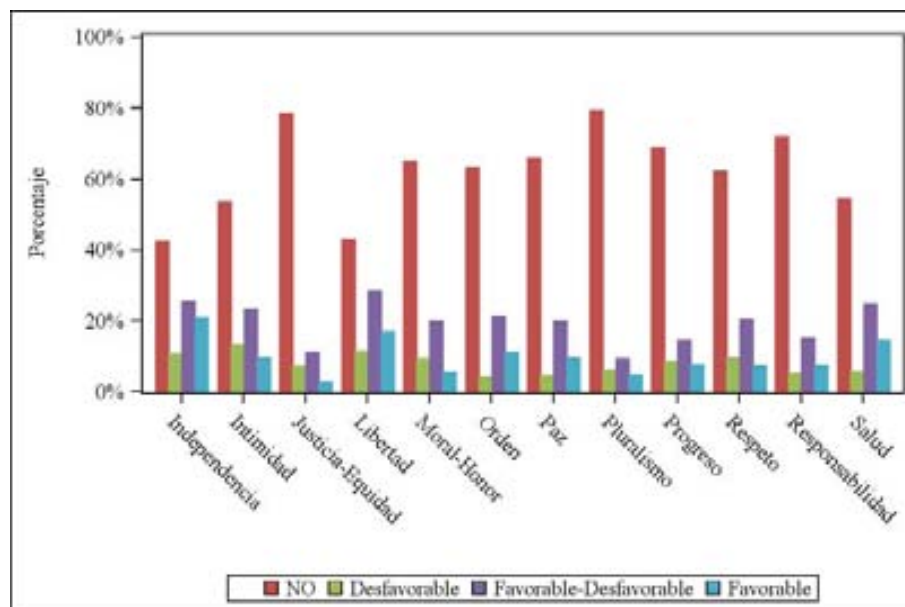
Las valoraciones de la presencia e influencia de cada Valor se ha medido mediante una escala de 8 categorías. Se ha realizado una agrupación de estas categorías como sigue:

- No Presente
- Desfavorable: Formado por las respuestas Valor Totalmente Desfavorable y Valor Muy Desfavorable.
- Favorable-Desfavorable: Formado por las respuestas Un poco desfavorable, Ni favorable ni desfavorable, Un poco favorable.
- Favorable: Formado por las respuestas Valor Totalmente Favorable y Valor Muy Favorable.

Categorización	NO		Desfavorable		Favorable-Desfavorable		Favorable	
	N	%	N	%	N	%	N	%
-1	968	23.16	.	.
-2	.	.	1112	62.65
-3	.	.	663	37.35
0	1660	39.72	.	.
1	1551	37.11	.	.
2	1202	62.96
3	707	37.04
NO	13537	100.00

A continuación se presenta el análisis univariante de las respuestas que han sido incluidas en el análisis:





Valoraciones	NO		Desfavorable		Favorable-Desfavorable		Favorable		Total N
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Amistad	695	81.19	48	5.61	89	10.40	24	2.80	856
Bienestar	240	28.04	93	10.86	326	38.08	197	23.01	856
Cooperación	694	81.07	63	7.36	83	9.70	16	1.87	856
Cultura	485	56.66	64	7.48	225	26.29	82	9.58	856
Deberes	645	75.35	38	4.44	132	15.42	41	4.79	856
Democracia	714	83.41	34	3.97	83	9.70	25	2.92	856
Derechos	583	68.11	59	6.89	172	20.09	42	4.91	856
Dignidad	319	37.27	129	15.07	293	34.23	115	13.43	856
Educación	564	65.89	50	5.84	175	20.44	67	7.83	856
Esfuerzo	564	65.89	78	9.11	147	17.17	67	7.83	856
Familia	741	86.57	60	7.01	45	5.26	10	1.17	856
Identidad	311	36.33	118	13.79	277	32.36	150	17.52	856
Igualdad	568	66.36	107	12.50	125	14.60	56	6.54	856
Independencia	365	42.64	94	10.98	218	25.47	179	20.91	856
Intimidad	459	53.62	116	13.55	199	23.25	82	9.58	856
Justicia-Equidad	673	78.62	61	7.13	97	11.33	25	2.92	856
Libertad	369	43.11	99	11.57	243	28.39	145	16.94	856
Moral-Honor	556	64.95	80	9.35	171	19.98	49	5.72	856

Valoraciones	NO		Desfavorable		Favorable-Desfavorable		Favorable		Total
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Orden	542	63.32	35	4.09	182	21.26	97	11.33	856
Paz	564	65.89	39	4.56	171	19.98	82	9.58	856
Pluralismo	679	79.32	55	6.43	80	9.35	42	4.91	856
Progreso	591	69.04	75	8.76	125	14.60	65	7.59	856
Respeto	534	62.38	83	9.70	176	20.56	63	7.36	856
Responsabilidad	616	71.96	46	5.37	131	15.30	63	7.36	856
Salud	466	54.44	51	5.96	214	25.00	125	14.60	856

- Los valores Amistad, Cooperación, Deberes, Democracia, Familia, Justicia-Equidad y Responsabilidad han sido valorados con más del 70% de respuestas cómo valores NO presentes en las imágenes. Y del 5% al 15% de las respuestas han sido Favorable-Desfavorable. Con menos porcentaje las respuestas Desfavorables y Favorables.
- Los valores Derechos, Educación, Esfuerzo, Igualdad, Moral-Honor, Orden, Paz, Progreso, Respeto han sido valorados cómo valores NO presentes en las imágenes en un 60%-70% de los casos. Además entre el 15%-20% de las respuestas los han considerado Favorable-Desfavorable. Y en menos del 10% de los casos han sido valorados cómo Favorables o Desfavorables (salvo en Igualdad, que tiene 12.5% de respuestas Desfavorables, y, Orden, que tiene 11.33% de las respuestas Favorables).
- En el valor Cultura han respondido: el 56.66% cómo Valor NO presente, 7.48 cómo Valor Desfavorable, 26.29% cómo Valor Favorable-Desfavorable, y el 9.58% cómo Valor Favorable.
- En los valores Intimidad y Salud han respondido: el 53-54% cómo Valor NO presente, 6-14% cómo Valor Desfavorable, 23-25% cómo Valor Favorable-Desfavorable, y el 10-15% cómo Valor Favorable.
- En los Valores Independencia y Libertad han respondido: el 43% cómo Valor NO presente, 11-12% cómo Valor Desfavorable, 25-28% cómo Valor Favorable-Desfavorable, y el 17-21% cómo Valor Favorable.
- En los Valores Dignidad y Identidad han respondido: el 36-37% cómo Valor NO presente, 14-15% cómo Valor Desfavorable, 32-34% cómo Valor Favorable-Desfavorable, y el 13-18% cómo Valor Favorable.
- En el Valor Bienestar han respondido: el 28.04% cómo Valor NO presente, 10.86% cómo Valor Desfavorable, 38.08% cómo Valor Favorable-Desfavorable, y el 23.01% cómo Valor Favorable.

3.1 Análisis de correspondencias múltiples

Se ha realizado un análisis de correspondencias múltiples a partir de las respuestas para tener una representación de los Valores y las variables Ilustrativas en una dimensión más pequeña. A continuación se presenta la tabla de valores propios:

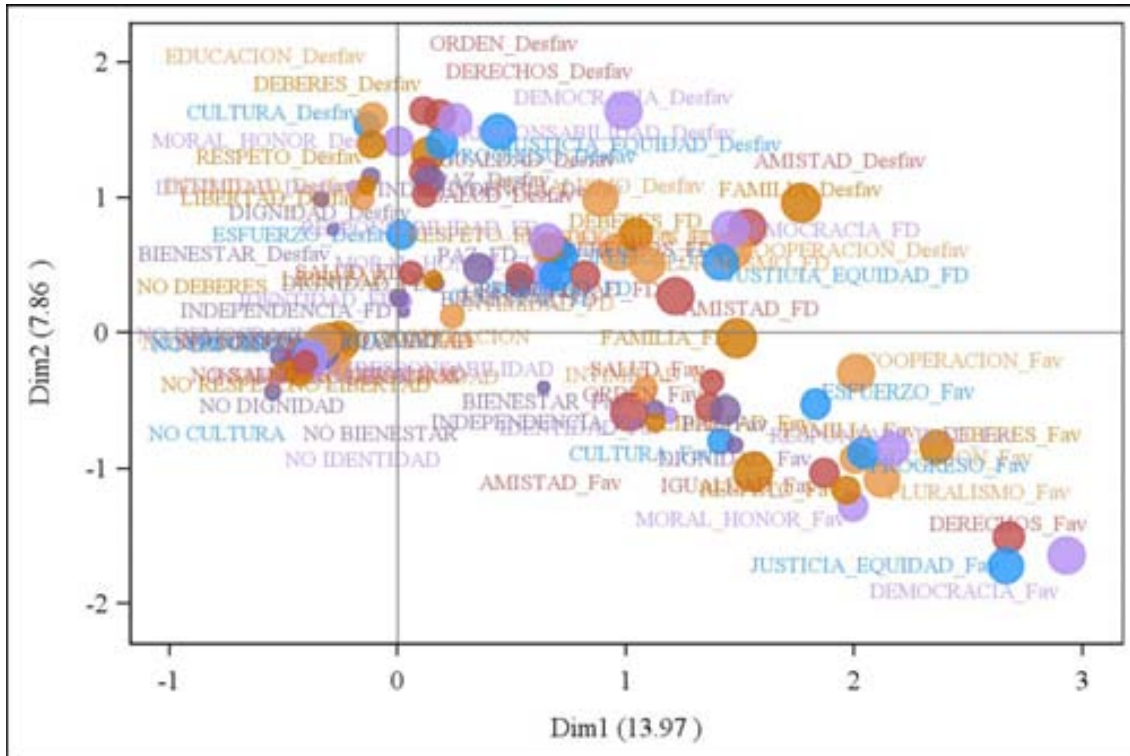
Inertia and Chi-Square Decomposition													
Singular Value	Principal Inertia	Chi-Square	Percent	Cumulative Percent									
					3	6	9	12	15				
					----	+	----	+	----	+	----	+	----
0.64728	0.41897	8966.0	13.97	13.97	*****								
0.48557	0.23577	5045.6	7.86	21.82	*****								
0.42425	0.17999	3851.8	6.00	27.82	*****								
0.29708	0.08826	1888.7	2.94	30.77	*****								
0.26933	0.07254	1552.3	2.42	33.18	****								
0.25909	0.06713	1436.5	2.24	35.42	****								
0.25643	0.06576	1407.2	2.19	37.61	****								
0.24640	0.06071	1299.2	2.02	39.64	***								
0.23477	0.05512	1179.5	1.84	41.47	***								
0.23174	0.05370	1149.2	1.79	43.26	***								
0.22783	0.05191	1110.8	1.73	44.99	***								
0.22238	0.04945	1058.3	1.65	46.64	***								
0.21594	0.04663	997.9	1.55	48.20	***								
0.21332	0.04551	973.8	1.52	49.71	***								
0.21258	0.04519	967.0	1.51	51.22	***								
0.21141	0.04469	956.4	1.49	52.71	**								
0.21008	0.04413	944.5	1.47	54.18	**								
0.20426	0.04172	892.8	1.39	55.57	**								
0.20299	0.04121	881.8	1.37	56.95	**								
0.20070	0.04028	862.0	1.34	58.29	**								
0.19814	0.03926	840.1	1.31	59.60	**								
0.19806	0.03923	839.5	1.31	60.90	**								
0.19482	0.03795	812.2	1.27	62.17	**								
0.19387	0.03758	804.3	1.25	63.42	**								
0.19094	0.03646	780.2	1.22	64.64	**								
0.18837	0.03548	759.3	1.18	65.82	**								
0.18457	0.03407	729.0	1.14	66.96	**								
0.18251	0.03331	712.9	1.11	68.07	**								
0.18155	0.03296	705.4	1.10	69.17	**								

Inertia and Chi-Square Decomposition													
Singular Value	Principal Inertia	Chi- Square	Percent	Cumulative Percent									
					3	6	9	12	15				
					----	+	----	+	----	+	----	+	----
0.17861	0.03190	682.7	1.06	70.23	**								
0.17718	0.03139	671.8	1.05	71.28	**								
0.17542	0.03077	658.5	1.03	72.30	**								
0.17403	0.03029	648.1	1.01	73.31	**								
0.17230	0.02969	635.3	0.99	74.30	**								
0.17106	0.02926	626.2	0.98	75.28	**								
0.16752	0.02806	600.5	0.94	76.21	**								
0.16675	0.02780	595.0	0.93	77.14	**								
0.16602	0.02756	589.8	0.92	78.06	**								
0.16425	0.02698	577.3	0.90	78.96	*								
0.16146	0.02607	557.9	0.87	79.82	*								
0.16090	0.02589	554.0	0.86	80.69	*								
0.16046	0.02575	551.0	0.86	81.55	*								
0.15752	0.02481	531.0	0.83	82.37	*								
0.15555	0.02420	517.8	0.81	83.18	*								
0.15473	0.02394	512.4	0.80	83.98	*								
0.15209	0.02313	495.0	0.77	84.75	*								
0.15105	0.02282	488.3	0.76	85.51	*								
0.14814	0.02195	469.6	0.73	86.24	*								
0.14583	0.02127	455.1	0.71	86.95	*								
0.14469	0.02093	448.0	0.70	87.65	*								
0.14264	0.02035	435.4	0.68	88.33	*								
0.14148	0.02002	428.4	0.67	88.99	*								
0.13933	0.01941	415.4	0.65	89.64	*								
0.13782	0.01899	406.5	0.63	90.27	*								
0.13629	0.01858	397.5	0.62	90.89	*								
0.13602	0.01850	395.9	0.62	91.51	*								
0.13239	0.01753	375.1	0.58	92.09	*								
0.12938	0.01674	358.2	0.56	92.65	*								

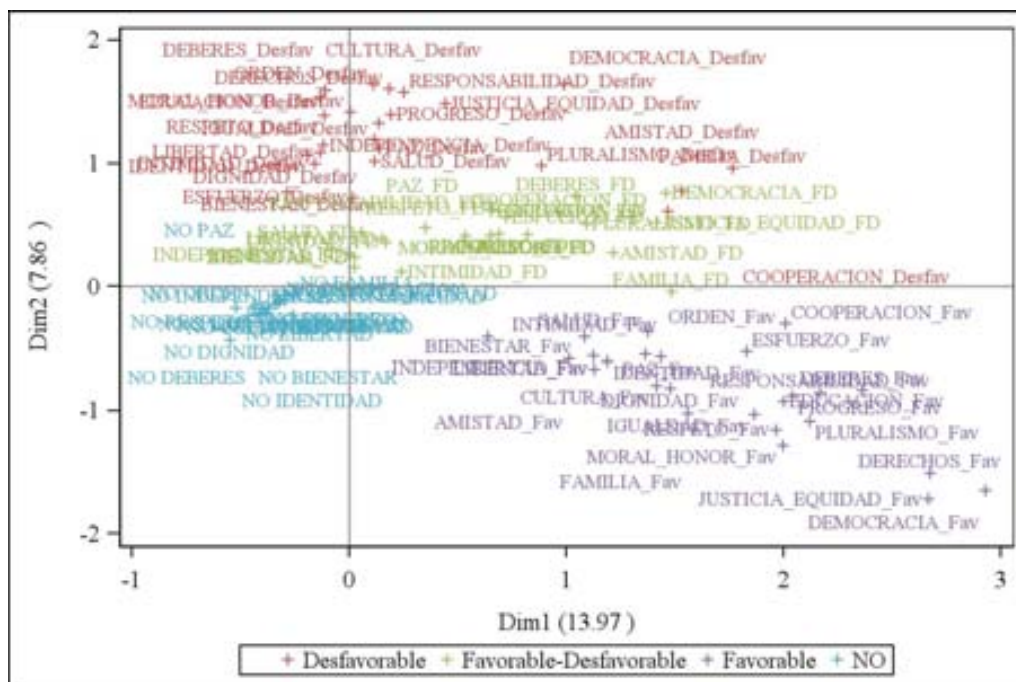
Inertia and Chi-Square Decomposition					
Singular Value	Principal Inertia	Chi-Square	Percent	Cumulative Percent	
					3
-----+-----+-----+-----+-----+-----					
0.12760	0.01628	348.4	0.54	93.19	*
0.12645	0.01599	342.2	0.53	93.73	*
0.12514	0.01566	335.1	0.52	94.25	*
0.12430	0.01545	330.6	0.52	94.76	*
0.12262	0.01504	321.8	0.50	95.27	*
0.12129	0.01471	314.8	0.49	95.76	*
0.11675	0.01363	291.7	0.45	96.21	*
0.11615	0.01349	288.7	0.45	96.66	*
0.11298	0.01276	273.2	0.43	97.09	*
0.11171	0.01248	267.1	0.42	97.50	*
0.11057	0.01223	261.6	0.41	97.91	*
0.10845	0.01176	251.7	0.39	98.30	*
0.10575	0.01118	239.3	0.37	98.67	*
0.10395	0.01080	231.2	0.36	99.03	*
0.10128	0.01026	219.5	0.34	99.38	*
0.09979	0.00996	213.1	0.33	99.71	*
0.09365	0.00877	187.7	0.29	100.00	
<hr/>					
Total	3.00000	64200.0	100.00		
<hr/>					
Degrees of Freedom = 84645					
<hr/>					

Observamos que el primer valor propio explica un 13.97% de la variabilidad total, el segundo un 7.86%. Y no tenemos el 80% de la variabilidad de las respuestas hasta llegar al valor propio 41.

A continuación se representan los Valores en un Mapa Factorial (con los dos primeros ejes), es decir, se re-expresan cada una de las variables incluidas (tanto Activas cómo Ilustrativas en función de las dimensiones. El tamaño de los círculos indica la cantidad de respuestas con cada una de las características.



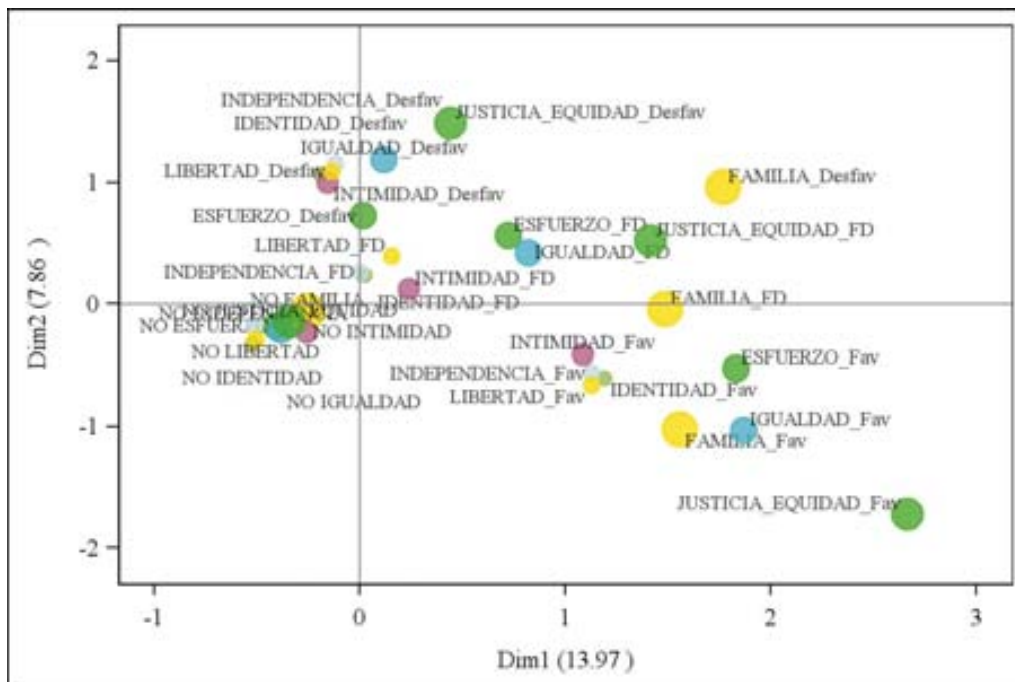
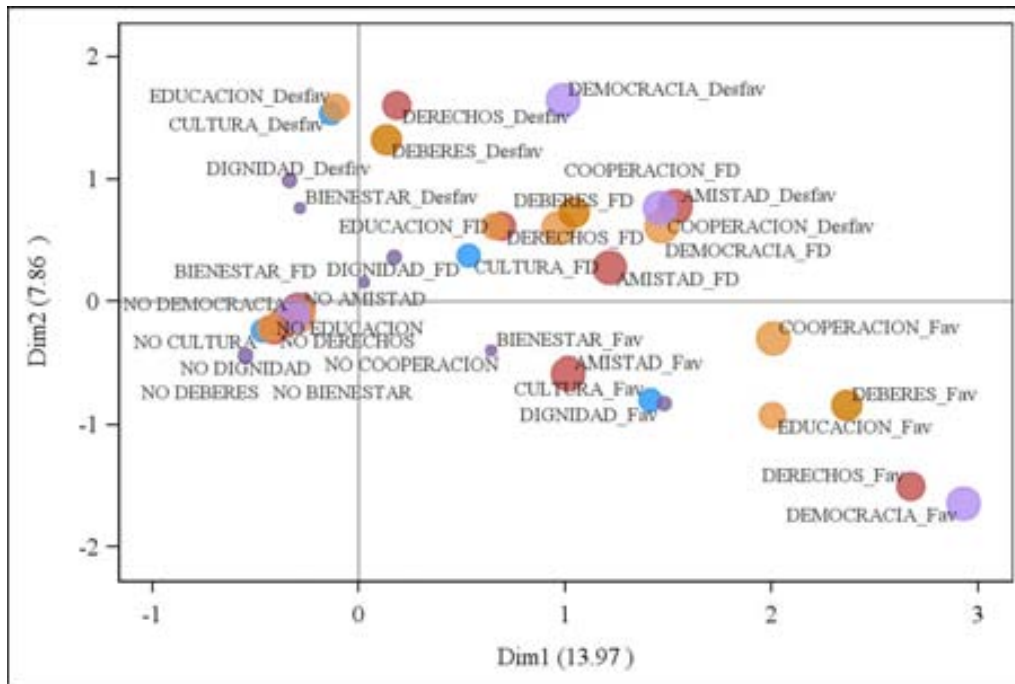
En el siguiente Mapa Factorial, se presentan la representación de los Valores pintados de distinto color según las respuestas: Valor NO presente en azul, Valor Desfavorable en rojo, Valor Favorable-Desfavorable en verde y Valor Favorable en lila.

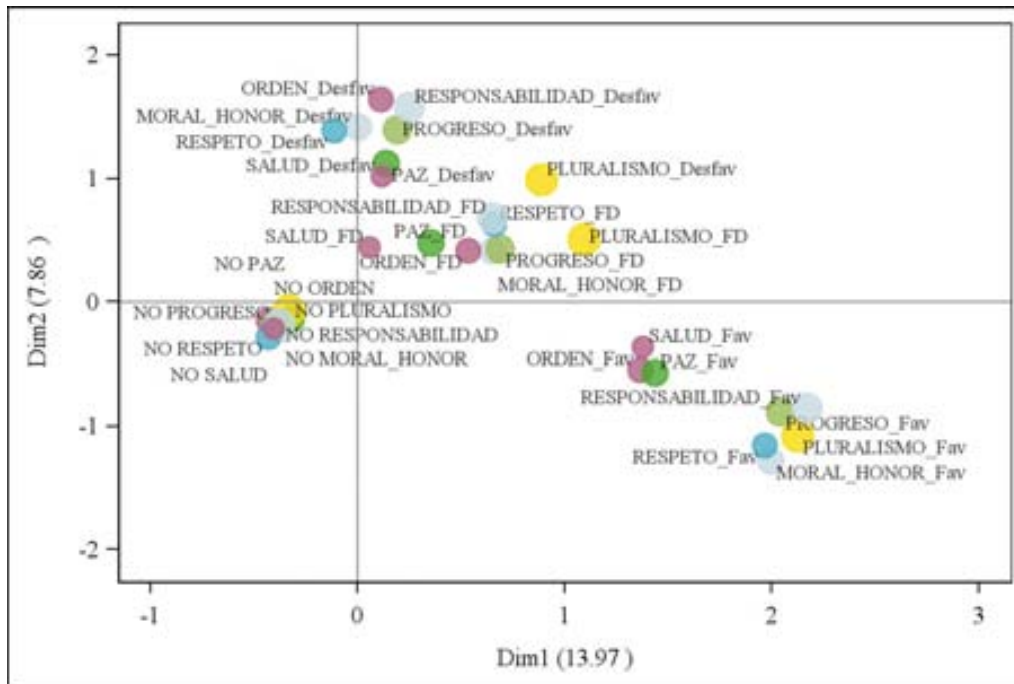


Vemos que la primera dimensión separa los valores con respuesta No presente y Favorable-Desfavorable, de los valores Favorables y Desfavorables.

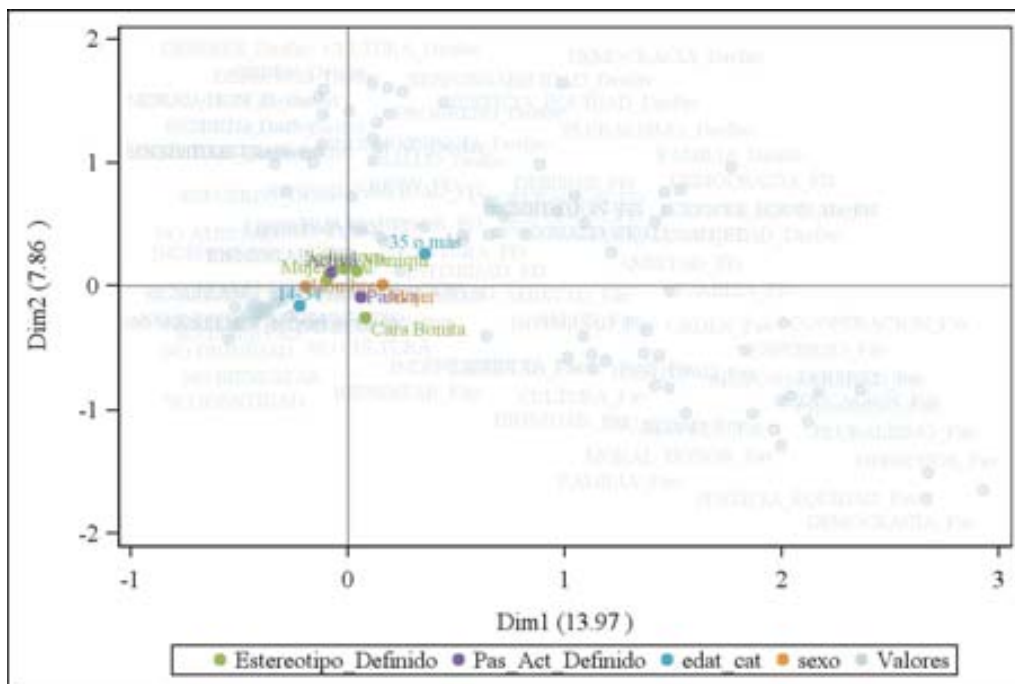
La segunda dimensión separa los valores con respuesta No presente y Favorable, de los valores, Desfavorables y Favorables-Desfavorables.

Para visualizar de forma distinta los resultados obtenidos, en los siguientes 3 gráficos se presentan los Valores en el mismo Mapa Factorial (cada uno de los gráficos contiene unos 7 o 8 Valores).

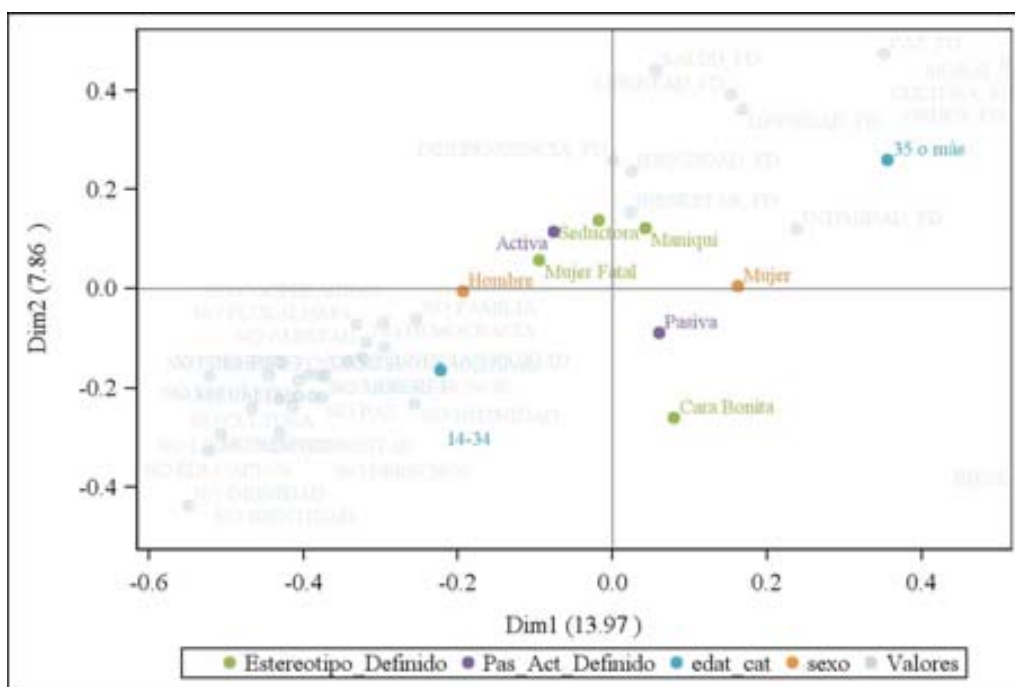




En el siguiente Mapa Factorial se presentan las variables Ilustrativas en la representación de los dos primeros ejes.



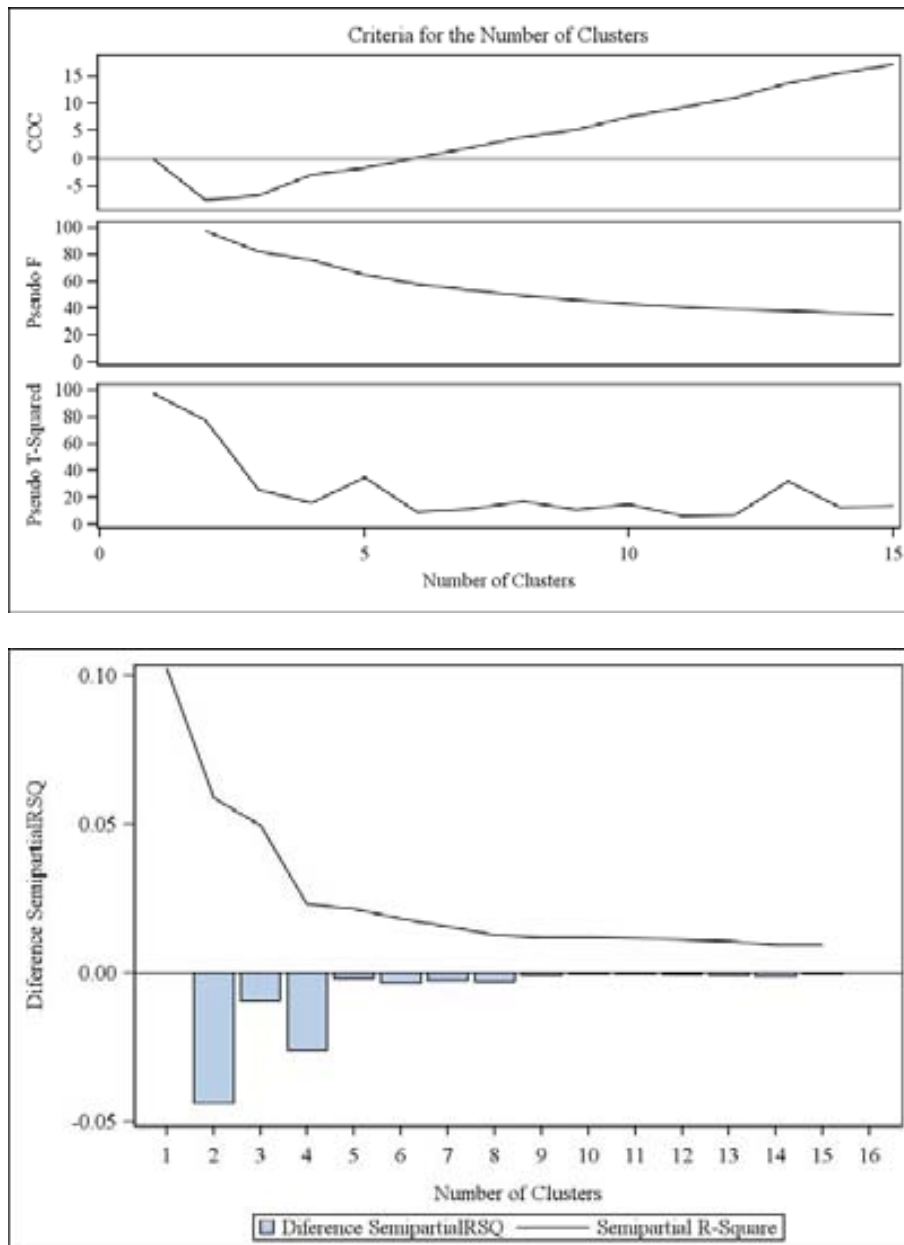
Ampliando la imagen hasta dim 1=0,5 y dim2 entre -0,5 y 0,5:



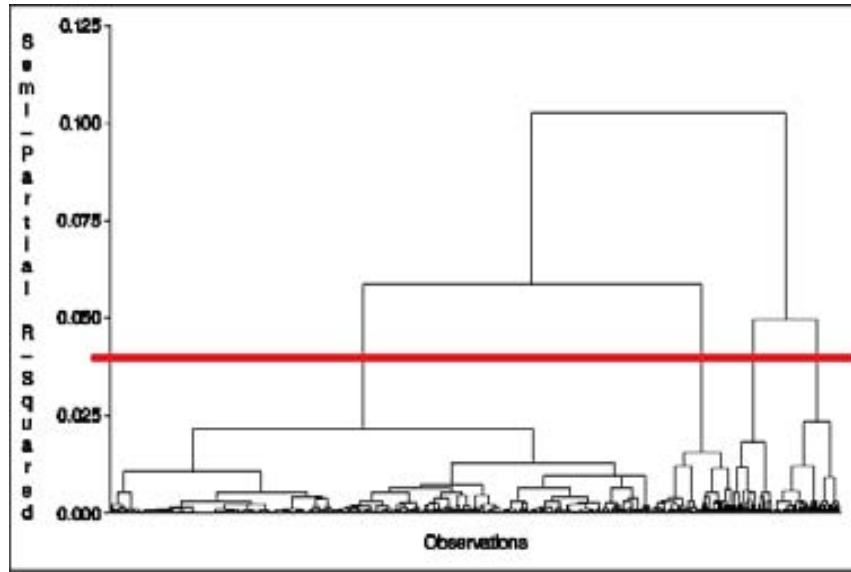
Observamos que la mayoría de categorías se encuentran muy cerca del 0,0, es decir, sin poderlas caracterizar, aunque, las más relevantes son las categorías referentes a la edad: con personas de 14-34 cerca de las valoraciones NO presentes, y las personas de 35 o más cerca de las valoraciones Favorables-Desfavorables.

3.2 Clasificación en 4 grupos

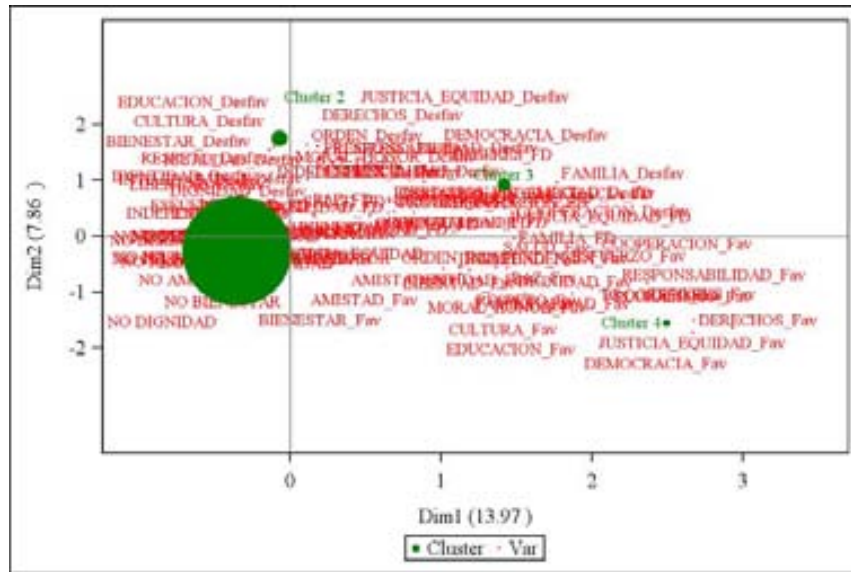
A partir de los 41 primeros factores obtenidos en el análisis de correspondencias (80% de variabilidad explicada) se ha realizado una clasificación para agrupar las respuestas similares. Para poder decidir el número óptimo de clusters (grupos) de respuestas se han usados los siguientes 4 criterios: Cubic Cluster Criterium, Pseudo F, Pseudo T-Squared y Diference SemipartialRSQ.



En el siguiente dendrograma se observa cómo se han definido los 4 grupos de respuestas:



En el siguiente Mapa Factorial se representan las variables Activas, Ilustrativas y Clusters:



Las respuestas correspondientes a cada cluster:

Cluster	N respuestas	%
Cluster 1	634	74.07
Cluster 2	96	11.21
Cluster 3	79	9.23
Cluster 4	47	5.49
Total	856	100.00

3.2.1 Valores relevantes en cada Cluster

En las siguientes tablas se presentan los Valores que en cada cluster son significativamente más (o menos) presentes que en la totalidad de las respuestas.

Se presentan:

- Cluster: Cluster y número de respuestas que lo forman.
- Valor (%Total) = Valor y presencia o influencia y % respuestas con esta característica en Toda la muestra, todas las respuestas.
- %Variable en el Cluster= % de respuestas con esta característica en el cluster.
- %Cluster en la Variable= Porcentaje de respuestas con esta característica en el cluster, respecto al total de respuestas con esta característica.
- P_valor: Se ha calculado la probabilidad de qué teniendo un total de 856 respuestas, los porcentajes de respuestas con cada característica en la muestra y en el cluster sean iguales. Este cálculo se realiza suponiendo que se comporta como una Hypergeometrica.

3.2.1.1 Cluster 1

Se presentan los Valores con su valoración más frecuentes en el cluster que en la totalidad de las respuestas:

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 1 (N=634)	NO AMISTAD (81.19%)	90.38%	82.45%	<.0001
	NO BIENESTAR (28.04%)	32.02%	84.58%	<.0001
	NO COOPERACION (81.07%)	90.54%	82.71%	<.0001
	NO CULTURA (56.66%)	69.87%	91.34%	<.0001
	NO DEBERES (75.35%)	88.17%	86.67%	<.0001
	NO DEMOCRACIA (83.41%)	95.11%	84.45%	<.0001
	NO DERECHOS (68.11%)	82.81%	90.05%	<.0001
	NO DIGNIDAD (37.27%)	48.42%	96.24%	<.0001
	NO EDUCACION (65.89%)	80.60%	90.60%	<.0001
	NO ESFUERZO (65.89%)	76.50%	85.99%	<.0001
	NO FAMILIA (86.57%)	96.37%	82.46%	<.0001
	NO IDENTIDAD (36.33%)	45.90%	93.57%	<.0001
	NO IGUALDAD (66.36%)	79.97%	89.26%	<.0001
	NO INDEPENDENCIA (42.64%)	50.63%	87.95%	<.0001
	NO INTIMIDAD (53.62%)	62.78%	86.71%	<.0001
	NO JUSTICIA_EQUIDAD (78.62%)	93.53%	88.11%	<.0001
	NO LIBERTAD (43.11%)	52.68%	90.51%	<.0001
	NO MORAL_HONOR (64.95%)	78.71%	89.75%	<.0001
	NO ORDEN (63.32%)	76.03%	88.93%	<.0001
	NO PAZ (65.89%)	73.82%	82.98%	<.0001
NO PLURALISMO (79.32%)	89.43%	83.51%	<.0001	
NO PROGRESO (69.04%)	82.02%	87.99%	<.0001	
NO RESPETO (62.38%)	77.29%	91.76%	<.0001	
NO RESPONSABILIDAD (71.96%)	84.54%	87.01%	<.0001	
NO SALUD (54.44%)	64.51%	87.77%	<.0001	

- En el cluster 1, son más frecuentes las respuestas de Valores no presentes que en el resto de la muestra. Por ejemplo, en el caso del Valor Salud, tenemos un total de 54.44% de las respuestas con esta característica. En este cluster, el 64.51% de las respuestas han marcado Valor Salud NO presenta, y además corresponden a un 87.77% de las respuestas que han contestado No presenta el valor Salud. Existen diferencias estadísticamente significativas entre el porcentaje de respuestas que No han detectado el valor Salud en la muestra y en el cluster, $p_valor < 0.0001$.

Se presentan los Valores con su valoración menos frecuentes en el cluster que en la totalidad de las respuestas:

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 1 (N=634)	AMISTAD_Desfav (5.61%)	1.58%	20.83%	<.0001
	AMISTAD_FD (10.40%)	5.99%	42.70%	<.0001
	AMISTAD_Fav (2.80%)	2.05%	54.17%	0.0089
	BIENESTAR_Desfav (10.86%)	9.31%	63.44%	0.0057
	BIENESTAR_Fav (23.01%)	20.19%	64.97%	0.0004
	COOPERACION_Desfav (7.36%)	3.15%	31.75%	<.0001
	COOPERACION_FD (9.70%)	6.31%	48.19%	<.0001
	COOPERACION_Fav (1.87%)	0.00%	0.00%	<.0001
	CULTURA_Desfav (7.48%)	3.00%	29.69%	<.0001
	CULTURA_FD (26.29%)	20.98%	59.11%	<.0001
	CULTURA_Fav (9.58%)	6.15%	47.56%	<.0001
	DEBERES_Desfav (4.44%)	2.84%	47.37%	<.0001
	DEBERES_FD (15.42%)	7.89%	37.88%	<.0001
	DEBERES_Fav (4.79%)	1.10%	17.07%	<.0001
	DEMOCRACIA_Desfav (3.97%)	1.10%	20.59%	<.0001
	DEMOCRACIA_FD (9.70%)	3.63%	27.71%	<.0001
	DEMOCRACIA_Fav (2.92%)	0.16%	4.00%	<.0001
	DERECHOS_Desfav (6.89%)	1.58%	16.95%	<.0001
	DERECHOS_FD (20.09%)	14.83%	54.65%	<.0001
	DERECHOS_Fav (4.91%)	0.79%	11.90%	<.0001
DIGNIDAD_Desfav (15.07%)	9.62%	47.29%	<.0001	
DIGNIDAD_Fav (13.43%)	8.52%	46.96%	<.0001	

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
	EDUCACION_Desfav (5.84%)	2.05%	26.00%	<.0001
	EDUCACION_FD (20.44%)	14.20%	51.43%	<.0001
	EDUCACION_Fav (7.83%)	3.15%	29.85%	<.0001
	ESFUERZO_Desfav (9.11%)	7.73%	62.82%	0.0074
	ESFUERZO_FD (17.17%)	11.36%	48.98%	<.0001
	ESFUERZO_Fav (7.83%)	4.42%	41.79%	<.0001
	FAMILIA_Desfav (7.01%)	1.10%	11.67%	<.0001
	FAMILIA_FD (5.26%)	2.52%	35.56%	<.0001
	FAMILIA_Fav (1.17%)	0.00%	0.00%	<.0001
	IDENTIDAD_Desfav (13.79%)	9.15%	49.15%	<.0001
	IDENTIDAD_Fav (17.52%)	13.09%	55.33%	<.0001
	IGUALDAD_Desfav (12.50%)	5.84%	34.58%	<.0001
	IGUALDAD_FD (14.60%)	11.20%	56.80%	<.0001
	IGUALDAD_Fav (6.54%)	3.00%	33.93%	<.0001
	INDEPENDENCIA_Desfav (10.98%)	6.62%	44.68%	<.0001
	INDEPENDENCIA_Fav (20.91%)	17.35%	61.45%	<.0001
	INTIMIDAD_Desfav (13.55%)	8.68%	47.41%	<.0001
	INTIMIDAD_FD (23.25%)	21.29%	67.84%	0.0094
	INTIMIDAD_Fav (9.58%)	7.26%	56.10%	<.0001
	JUSTICIA_EQUIDAD_Desfav (7.13%)	2.05%	21.31%	<.0001
	JUSTICIA_EQUIDAD_FD (11.33%)	3.94%	25.77%	<.0001
	JUSTICIA_EQUIDAD_Fav (2.92%)	0.47%	12.00%	<.0001
	LIBERTAD_Desfav (11.57%)	5.99%	38.38%	<.0001
	LIBERTAD_Fav (16.94%)	14.04%	61.38%	<.0001
	MORAL_HONOR_Desfav (9.35%)	4.42%	35.00%	<.0001
	MORAL_HONOR_FD (19.98%)	14.20%	52.63%	<.0001
	MORAL_HONOR_Fav (5.72%)	2.68%	34.69%	<.0001
	ORDEN_Desfav (4.09%)	0.95%	17.14%	<.0001
	ORDEN_FD (21.26%)	16.09%	56.04%	<.0001

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
	ORDEN_Fav (11.33%)	6.94%	45.36%	<.0001
	PAZ_Desfav (4.56%)	2.84%	46.15%	<.0001
	PAZ_FD (19.98%)	17.35%	64.33%	0.0005
	PAZ_Fav (9.58%)	5.99%	46.34%	<.0001
	PLURALISMO_Desfav (6.43%)	2.84%	32.73%	<.0001
	PLURALISMO_FD (9.35%)	5.52%	43.75%	<.0001
	PLURALISMO_Fav (4.91%)	2.21%	33.33%	<.0001
	PROGRESO_Desfav (8.76%)	4.10%	34.67%	<.0001
	PROGRESO_FD (14.60%)	10.41%	52.80%	<.0001
	PROGRESO_Fav (7.59%)	3.47%	33.85%	<.0001
	RESPECTO_Desfav (9.70%)	4.73%	36.14%	<.0001
	RESPECTO_FD (20.56%)	13.88%	50.00%	<.0001
	RESPECTO_Fav (7.36%)	4.10%	41.27%	<.0001
	RESPONSABILIDAD_Desfav (5.37%)	2.52%	34.78%	<.0001
	RESPONSABILIDAD_FD (15.30%)	9.78%	47.33%	<.0001
	RESPONSABILIDAD_Fav (7.36%)	3.15%	31.75%	<.0001
	SALUD_Desfav (5.96%)	5.05%	62.75%	0.0223
	SALUD_FD (25.00%)	21.92%	64.95%	0.0002
	SALUD_Fav (14.60%)	8.52%	43.20%	<.0001

- Las características que no son Valor NO presente, son las características no relevantes en este cluster

3.2.1.2 Cluster 2

Se presentan los Valores con su valoración más frecuentes en el cluster que en la totalidad de las respuestas:

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
	AMISTAD_Desfav (5.61%)	10.42%	20.83%	0.0335
	BIENESTAR_Desfav (10.86%)	32.29%	33.33%	<.0001
	CULTURA_Desfav (7.48%)	43.75%	65.63%	<.0001
	DEBERES_Desfav (4.44%)	17.71%	44.74%	<.0001
	DEMOCRACIA_Desfav (3.97%)	13.54%	38.24%	<.0001
	DERECHOS_Desfav (6.89%)	41.67%	67.80%	<.0001
	DIGNIDAD_Desfav (15.07%)	69.79%	51.94%	<.0001
	EDUCACION_Desfav (5.84%)	37.50%	72.00%	<.0001
	ESFUERZO_Desfav (9.11%)	22.92%	28.21%	<.0001
	FAMILIA_Desfav (7.01%)	18.75%	30.00%	<.0001
	IDENTIDAD_Desfav (13.79%)	59.38%	48.31%	<.0001
	IGUALDAD_Desfav (12.50%)	58.33%	52.34%	<.0001
Cluster 2 (N=96)	INDEPENDENCIA_Desfav (10.98%)	48.96%	50.00%	<.0001
	INTIMIDAD_Desfav (13.55%)	59.38%	49.14%	<.0001
	JUSTICIA_EQUIDAD_Desfav (7.13%)	37.50%	59.02%	<.0001
	LIBERTAD_Desfav (11.57%)	54.17%	52.53%	<.0001
	MORAL_HONOR_Desfav (9.35%)	47.92%	57.50%	<.0001
	ORDEN_Desfav (4.09%)	21.88%	60.00%	<.0001
	PAZ_Desfav (4.56%)	12.50%	30.77%	0.0006
	PLURALISMO_Desfav (6.43%)	14.58%	25.45%	0.0017
	PROGRESO_Desfav (8.76%)	41.67%	53.33%	<.0001
	RESPETO_Desfav (9.70%)	50.00%	57.83%	<.0001
	RESPONSABILIDAD_Desfav (5.37%)	26.04%	54.35%	<.0001
	SALUD_Desfav (5.96%)	17.71%	33.33%	<.0001
	SALUD_FD (25.00%)	35.42%	15.89%	0.0103

- En el cluster 2 (96 respuestas), son más frecuentes las respuestas de Valores Desfavorables que en el resto de la muestra. Observamos que en el único Valor que no se han obtenido diferencias estadísticamente significativas es Cooperación, y además en este grupo también es más presente el Valor Salud Favorable-Desfavorable que en toda la muestra.

Se presentan los Valores con su valoración menos frecuentes en el cluster que en la totalidad de las respuestas:

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 2 (N=96)	BIENESTAR_Fav (23.01%)	6.25%	3.05%	<.0001
	NO COOPERACION (81.07%)	75.00%	10.37%	0.0434
	NO CULTURA (56.66%)	29.17%	5.77%	<.0001
	CULTURA_Fav (9.58%)	0.00%	0.00%	<.0001
	NO DEBERES (75.35%)	59.38%	8.84%	<.0001
	NO DEMOCRACIA (83.41%)	71.88%	9.66%	0.0007
	DEMOCRACIA_Fav (2.92%)	1.04%	4.00%	0.0489
	NO DERECHOS (68.11%)	39.58%	6.52%	<.0001
	DERECHOS_Fav (4.91%)	1.04%	2.38%	0.0059
	NO DIGNIDAD (37.27%)	6.25%	1.88%	<.0001
	DIGNIDAD_FD (34.23%)	22.92%	7.51%	0.0039
	DIGNIDAD_Fav (13.43%)	1.04%	0.87%	<.0001
	NO EDUCACION (65.89%)	38.54%	6.56%	<.0001
	EDUCACION_Fav (7.83%)	1.04%	1.49%	0.0002
	ESFUERZO_Fav (7.83%)	3.13%	4.48%	0.0127
	NO FAMILIA (86.57%)	79.17%	10.26%	0.0107
	FAMILIA_FD (5.26%)	2.08%	4.44%	0.0286
	FAMILIA_Fav (1.17%)	0.00%	0.00%	<.0001
	NO IDENTIDAD (36.33%)	16.67%	5.14%	<.0001
	IDENTIDAD_FD (32.36%)	19.79%	6.86%	0.0013
	IDENTIDAD_Fav (17.52%)	4.17%	2.67%	<.0001
	NO IGUALDAD (66.36%)	32.29%	5.46%	<.0001
	IGUALDAD_FD (14.60%)	8.33%	6.40%	0.0174

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
	IGUALDAD_Fav (6.54%)	1.04%	1.79%	0.0010
	INDEPENDENCIA_FD (25.47%)	8.33%	3.67%	<.0001
	INDEPENDENCIA_Fav (20.91%)	3.13%	1.68%	<.0001
	NO INTIMIDAD (53.62%)	25.00%	5.23%	<.0001
	INTIMIDAD_FD (23.25%)	12.50%	6.03%	0.0017
	INTIMIDAD_Fav (9.58%)	3.13%	3.66%	0.0027
	NO JUSTICIA_EQUIDAD (78.62%)	50.00%	7.13%	<.0001
	JUSTICIA_EQUIDAD_Fav (2.92%)	0.00%	0.00%	<.0001
	NO LIBERTAD (43.11%)	26.04%	6.78%	<.0001
	LIBERTAD_FD (28.39%)	18.75%	7.41%	0.0078
	LIBERTAD_Fav (16.94%)	1.04%	0.69%	<.0001
	NO MORAL_HONOR (64.95%)	40.63%	7.01%	<.0001
	MORAL_HONOR_FD (19.98%)	11.46%	6.43%	0.0066
	MORAL_HONOR_Fav (5.72%)	0.00%	0.00%	<.0001
	NO ORDEN (63.32%)	48.96%	8.67%	0.0008
	ORDEN_Fav (11.33%)	4.17%	4.12%	0.0025
	PAZ_Fav (9.58%)	3.13%	3.66%	0.0027
	NO PLURALISMO (79.32%)	72.92%	10.31%	0.0408
	PLURALISMO_Fav (4.91%)	2.08%	4.76%	0.0392
	NO PROGRESO (69.04%)	47.92%	7.78%	<.0001
	PROGRESO_FD (14.60%)	9.38%	7.20%	0.0392
	PROGRESO_Fav (7.59%)	1.04%	1.54%	0.0003
	NO RESPETO (62.38%)	31.25%	5.62%	<.0001
	RESPETO_Fav (7.36%)	1.04%	1.59%	0.0004
	NO RESPONSABILIDAD (71.96%)	61.46%	9.58%	0.0063
	RESPONSABILIDAD_Fav (7.36%)	0.00%	0.00%	<.0001
	NO SALUD (54.44%)	43.75%	9.01%	0.0097
	SALUD_Fav (14.60%)	3.13%	2.40%	<.0001

3.2.1.3 Cluster 3

Se presentan los Valores con su valoración más frecuentes en el cluster que en la totalidad de las respuestas:

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 3 (N=79)	AMISTAD_Desfav (5.61%)	25.32%	41.67%	<.0001
	AMISTAD_FD (10.40%)	31.65%	28.09%	<.0001
	BIENESTAR_Fav (23.01%)	43.04%	17.26%	<.0001
	COOPERACION_Desfav (7.36%)	29.11%	36.51%	<.0001
	COOPERACION_FD (9.70%)	26.58%	25.30%	<.0001
	COOPERACION_Fav (1.87%)	11.39%	56.25%	<.0001
	CULTURA_FD (26.29%)	67.09%	23.56%	<.0001
	DEBERES_FD (15.42%)	65.82%	39.39%	<.0001
	DEMOCRACIA_Desfav (3.97%)	15.19%	35.29%	<.0001
	DEMOCRACIA_FD (9.70%)	46.84%	44.58%	<.0001
	DERECHOS_FD (20.09%)	72.15%	33.14%	<.0001
	DIGNIDAD_FD (34.23%)	69.62%	18.77%	<.0001
	DIGNIDAD_Fav (13.43%)	24.05%	16.52%	0.0051
	EDUCACION_FD (20.44%)	70.89%	32.00%	<.0001
	EDUCACION_Fav (7.83%)	13.92%	16.42%	0.0358
	ESFUERZO_FD (17.17%)	64.56%	34.69%	<.0001
	ESFUERZO_Fav (7.83%)	18.99%	22.39%	0.0006
	FAMILIA_Desfav (7.01%)	30.38%	40.00%	<.0001
	FAMILIA_FD (5.26%)	22.78%	40.00%	<.0001
	IDENTIDAD_FD (32.36%)	67.09%	19.13%	<.0001
IDENTIDAD_Fav (17.52%)	26.58%	14.00%	0.0230	
IGUALDAD_FD (14.60%)	49.37%	31.20%	<.0001	
INDEPENDENCIA_FD (25.47%)	59.49%	21.56%	<.0001	
INDEPENDENCIA_Fav (20.91%)	31.65%	13.97%	0.0126	
INTIMIDAD_FD (23.25%)	49.37%	19.60%	<.0001	

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
	INTIMIDAD_Fav (9.58%)	20.25%	19.51%	0.0018
	JUSTICIA_EQUIDAD_Desfav (7.13%)	12.66%	16.39%	0.0453
	JUSTICIA_EQUIDAD_FD (11.33%)	58.23%	47.42%	<.0001
	LIBERTAD_FD (28.39%)	59.49%	19.34%	<.0001
	LIBERTAD_Fav (16.94%)	26.58%	14.48%	0.0157
	MORAL_HONOR_FD (19.98%)	78.48%	36.26%	<.0001
	ORDEN_Desfav (4.09%)	10.13%	22.86%	0.0110
	ORDEN_FD (21.26%)	51.90%	22.53%	<.0001
	ORDEN_Fav (11.33%)	26.58%	21.65%	<.0001
	PAZ_FD (19.98%)	40.51%	18.71%	<.0001
	PAZ_Fav (9.58%)	25.32%	24.39%	<.0001
	PLURALISMO_Desfav (6.43%)	20.25%	29.09%	<.0001
	PLURALISMO_FD (9.35%)	34.18%	33.75%	<.0001
	PROGRESO_FD (14.60%)	54.43%	34.40%	<.0001
	PROGRESO_Fav (7.59%)	18.99%	23.08%	0.0004
	RESPETO_FD (20.56%)	82.28%	36.93%	<.0001
	RESPONSABILIDAD_FD (15.30%)	63.29%	38.17%	<.0001
	RESPONSABILIDAD_Fav (7.36%)	24.05%	30.16%	<.0001
	SALUD_FD (25.00%)	45.57%	16.82%	<.0001
	SALUD_Fav (14.60%)	44.30%	28.00%	<.0001

- En el cluster 3 (79 respuestas), son más frecuentes las respuestas de Valores tanto Desfavorables, Favorables-Desfavorables, cómo Favorables que en el resto de la muestra. Observamos que el porcentaje de respuestas con cada una de las categorías en el cluster con es superior al porcentaje de respuestas cada categoría en toda la muestra. Por ejemplo, en el caso del Valor Cooperación, tenemos un total de 1.87% de las respuestas que han identificado el Valor Cooperación cómo favorable. En este cluster, el 11.39% de las respuestas han marcado Valor Cooperación cómo favorable, y además corresponden al 56.25% de las respuestas que han contestado Favorable el valor Cooperación. Existen diferencias estadísticamente significativas entre el porcentaje de respuestas que han detectado cómo Favorable el valor Cooperación en la muestra y en el cluster, $p_{\text{valor}} < 0.0001$.

Se presentan los Valores con su valoración menos frecuentes en el cluster que en la totalidad de las respuestas:

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 3 (N=79)	NO AMISTAD (81.19%)	37.97%	4.32%	<.0001
	NO BIENESTAR (28.04%)	8.86%	2.92%	<.0001
	BIENESTAR_Desfav (10.86%)	2.53%	2.15%	0.0008
	NO COOPERACION (81.07%)	32.91%	3.75%	<.0001
	NO CULTURA (56.66%)	13.92%	2.27%	<.0001
	NO DEBERES (75.35%)	24.05%	2.95%	<.0001
	DEBERES_Desfav (4.44%)	1.27%	2.63%	0.0232
	NO DEMOCRACIA (83.41%)	32.91%	3.64%	<.0001
	NO DERECHOS (68.11%)	12.66%	1.72%	<.0001
	NO DIGNIDAD (37.27%)	5.06%	1.25%	<.0001
	DIGNIDAD_Desfav (15.07%)	1.27%	0.78%	<.0001
	NO EDUCACION (65.89%)	13.92%	1.95%	<.0001
	EDUCACION_Desfav (5.84%)	1.27%	2.00%	0.0068
	NO ESFUERZO (65.89%)	12.66%	1.77%	<.0001
	ESFUERZO_Desfav (9.11%)	3.80%	3.85%	0.0170
	NO FAMILIA (86.57%)	46.84%	4.99%	<.0001
	FAMILIA_Fav (1.17%)	0.00%	0.00%	<.0001
	NO IDENTIDAD (36.33%)	3.80%	0.96%	<.0001
	IDENTIDAD_Desfav (13.79%)	2.53%	1.69%	<.0001
	NO IGUALDAD (66.36%)	22.78%	3.17%	<.0001
	NO INDEPENDENCIA (42.64%)	3.80%	0.82%	<.0001
	INDEPENDENCIA_Desfav (10.98%)	5.06%	4.26%	0.0170
	NO INTIMIDAD (53.62%)	26.58%	4.58%	<.0001
	INTIMIDAD_Desfav (13.55%)	3.80%	2.59%	0.0006
	NO JUSTICIA_EQUIDAD (78.62%)	29.11%	3.42%	<.0001
	JUSTICIA_EQUIDAD_Fav (2.92%)	0.00%	0.00%	<.0001
	NO LIBERTAD (43.11%)	7.59%	1.63%	<.0001

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
	LIBERTAD_Desfav (11.57%)	6.33%	5.05%	0.0347
	NO MORAL_HONOR (64.95%)	11.39%	1.62%	<.0001
	MORAL_HONOR_Desfav (9.35%)	5.06%	5.00%	0.0475
	NO ORDEN (63.32%)	11.39%	1.66%	<.0001
	NO PAZ (65.89%)	25.32%	3.55%	<.0001
	NO PLURALISMO (79.32%)	40.51%	4.71%	<.0001
	NO PROGRESO (69.04%)	17.72%	2.37%	<.0001
	NO RESPETO (62.38%)	2.53%	0.37%	<.0001
	RESPETO_Desfav (9.70%)	5.06%	4.82%	0.0384
	NO RESPONSABILIDAD (71.96%)	8.86%	1.14%	<.0001
	NO SALUD (54.44%)	8.86%	1.50%	<.0001
	SALUD_Desfav (5.96%)	1.27%	1.96%	0.0061

3.2.1.4 Cluster 4

Se presentan los Valores con su valoración más frecuentes en el cluster que en la totalidad de las respuestas:

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 4 (N=47)	AMISTAD_Desfav (5.61%)	17.02%	16.67%	0.0032
	AMISTAD_FD (10.40%)	34.04%	17.98%	<.0001
	AMISTAD_Fav (2.80%)	12.77%	25.00%	0.0013
	BIENESTAR_Fav (23.01%)	61.70%	14.72%	<.0001
	COOPERACION_Desfav (7.36%)	23.40%	17.46%	0.0003
	COOPERACION_FD (9.70%)	19.15%	10.84%	0.0306
	COOPERACION_Fav (1.87%)	10.64%	31.25%	0.0011
	CULTURA_Fav (9.58%)	65.96%	37.80%	<.0001
	DEBERES_Fav (4.79%)	51.06%	58.54%	<.0001
	DEMOCRACIA_FD (9.70%)	21.28%	12.05%	0.0110
	DEMOCRACIA_Fav (2.92%)	40.43%	76.00%	<.0001
	DERECHOS_Fav (4.91%)	68.09%	76.19%	<.0001
	DIGNIDAD_Fav (13.43%)	87.23%	35.65%	<.0001
	EDUCACION_Fav (7.83%)	74.47%	52.24%	<.0001
	ESFUERZO_Fav (7.83%)	44.68%	31.34%	<.0001
	FAMILIA_Desfav (7.01%)	23.40%	18.33%	0.0002
	FAMILIA_FD (5.26%)	19.15%	20.00%	0.0004
	FAMILIA_Fav (1.17%)	21.28%	100.0%	<.0001
	IDENTIDAD_Fav (17.52%)	89.36%	28.00%	<.0001
	IGUALDAD_Fav (6.54%)	57.45%	48.21%	<.0001
	INDEPENDENCIA_Fav (20.91%)	87.23%	22.91%	<.0001
	INTIMIDAD_Fav (9.58%)	36.17%	20.73%	<.0001
	JUSTICIA_EQUIDAD_FD (11.33%)	29.79%	14.43%	0.0003
JUSTICIA_EQUIDAD_Fav (2.92%)	46.81%	88.00%	<.0001	
LIBERTAD_Fav (16.94%)	72.34%	23.45%	<.0001	

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
	MORAL_HONOR_Fav (5.72%)	59.57%	57.14%	<.0001
	ORDEN_Fav (11.33%)	59.57%	28.87%	<.0001
	PAZ_Fav (9.58%)	44.68%	25.61%	<.0001
	PLURALISMO_Desfav (6.43%)	14.89%	12.73%	0.0257
	PLURALISMO_Fav (4.91%)	46.81%	52.38%	<.0001
	PROGRESO_Fav (7.59%)	57.45%	41.54%	<.0001
	RESPETO_Fav (7.36%)	59.57%	44.44%	<.0001
	RESPONSABILIDAD_Fav (7.36%)	51.06%	38.10%	<.0001
	SALUD_Fav (14.60%)	70.21%	26.40%	<.0001

- En el cluster 4 (47 respuestas), son más frecuentes las respuestas de Valores tanto Desfavorables, cómo Favorables y, en algún caso Favorables-Desfavorables, que en el resto de la muestra. Observamos que el porcentaje de respuestas con cada una de las categorías en el cluster con es superior al porcentaje de respuestas cada categoría en toda la muestra. Por ejemplo, en el caso del Valor Justicia-Equidad, tenemos un total de 2.92% de las respuestas que han identificado el Valor Justicia-Equidad cómo favorable. En este cluster, el 46.81% de las respuestas han marcado Valor Justicia-Equidad cómo favorable, y además corresponden al 88% de las respuestas que han contestado Favorable el valor Justicia-Equidad. Existen diferencias estadísticamente significativas entre el porcentaje de respuestas que han detectado cómo Favorable el valor Justicia-Equidad en la muestra y en el cluster, $p_valor < 0.0001$.

Se presentan los Valores con su valoración menos frecuentes en el cluster que en la totalidad de las respuestas:

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 4 (N=47)	NO AMISTAD (81.19%)	36.17%	2.45%	<.0001
	NO BIENESTAR (28.04%)	8.51%	1.67%	0.0002
	BIENESTAR_Desfav (10.86%)	2.13%	1.08%	0.0038
	BIENESTAR_FD (38.08%)	27.66%	3.99%	0.0451
	NO COOPERACION (81.07%)	46.81%	3.17%	<.0001
	NO CULTURA (56.66%)	6.38%	0.62%	<.0001
	CULTURA_Desfav (7.48%)	0.00%	0.00%	<.0001

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
	NO DEBERES (75.35%)	21.28%	1.55%	<.0001
	NO DEMOCRACIA (83.41%)	34.04%	2.24%	<.0001
	NO DERECHOS (68.11%)	21.28%	1.72%	<.0001
	DERECHOS_Desfav (6.89%)	2.13%	1.69%	0.0316
	DERECHOS_FD (20.09%)	8.51%	2.33%	0.0076
	NO DIGNIDAD (37.27%)	4.26%	0.63%	<.0001
	DIGNIDAD_Desfav (15.07%)	0.00%	0.00%	<.0001
	DIGNIDAD_FD (34.23%)	8.51%	1.37%	<.0001
	NO EDUCACION (65.89%)	10.64%	0.89%	<.0001
	EDUCACION_Desfav (5.84%)	0.00%	0.00%	<.0001
	NO ESFUERZO (65.89%)	23.40%	1.95%	<.0001
	NO FAMILIA (86.57%)	36.17%	2.29%	<.0001
	NO IDENTIDAD (36.33%)	2.13%	0.32%	<.0001
	IDENTIDAD_Desfav (13.79%)	2.13%	0.85%	0.0008
	IDENTIDAD_FD (32.36%)	6.38%	1.08%	<.0001
	NO IGUALDAD (66.36%)	25.53%	2.11%	<.0001
	IGUALDAD_Desfav (12.50%)	2.13%	0.93%	0.0016
	NO INDEPENDENCIA (42.64%)	6.38%	0.82%	<.0001
	INDEPENDENCIA_Desfav (10.98%)	2.13%	1.06%	0.0036
	INDEPENDENCIA_FD (25.47%)	4.26%	0.92%	<.0001
	NO INTIMIDAD (53.62%)	34.04%	3.49%	0.0017
	INTIMIDAD_Desfav (13.55%)	2.13%	0.86%	0.0009
	NO JUSTICIA_EQUIDAD (78.62%)	19.15%	1.34%	<.0001
	NO LIBERTAD (43.11%)	8.51%	1.08%	<.0001
	LIBERTAD_FD (28.39%)	10.64%	2.06%	0.0007
	NO MORAL_HONOR (64.95%)	19.15%	1.62%	<.0001
	NO ORDEN (63.32%)	8.51%	0.74%	<.0001
	ORDEN_Desfav (4.09%)	0.00%	0.00%	<.0001
	NO PAZ (65.89%)	40.43%	3.37%	<.0001

Cluster	Valor (%Total)	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
	PAZ_FD (19.98%)	10.64%	2.92%	0.0258
	NO PLURALISMO (79.32%)	21.28%	1.47%	<.0001
	NO PROGRESO (69.04%)	23.40%	1.86%	<.0001
	NO RESPETO (62.38%)	25.53%	2.25%	<.0001
	RESPETO_Desfav (9.70%)	2.13%	1.20%	0.0072
	NO RESPONSABILIDAD (71.96%)	29.79%	2.27%	<.0001
	NO SALUD (54.44%)	17.02%	1.72%	<.0001
	SALUD_FD (25.00%)	10.64%	2.34%	0.0032

Tabla resumen de características de los Valores influyentes en la definición de cada cluster. Representados en verde las características más relevantes en el cluster que en la totalidad de respuestas, en rojo las características que están menos presentes en éste cluster que en la muestra, y los porcentajes marcados en gris corresponden a aquellas características en que no hay diferencias estadísticamente significativas entre el porcentaje de respuestas en el cluster y en la totalidad de respuestas. Para cada celda se presentan los porcentajes en el siguiente orden: No presente, Desfavorable, Favorable-Desfavorable, Favorable.

Valor (NO;Desfav;Fav-desfav;Fav)	Cluster 1 (N=634)	Cluster 2 Cluster 2 (N=96)	Cluster 3 Cluster 3 (N=79)	Cluster 4 Cluster 4 (N=47)
Amistad (81%; 6%; 10%; 3%)	90%;2%;6%;2%	78%;10%;10%;1%	38%;25%;32%;5%	36%;17%;34%;13%
Bienestar (28%; 11%; 38%; 23%)	32%;9%;38%;20%	27%;32%;34%;6%	9%;3%;46%;43%	9%;2%;28%;62%
Cooperación (81%; 7%; 10%; 2%)	91%;3%;6%;0%	75%;9%;14%;2%	33%;29%;27%;11%	47%;23%;19%;11%
Cultura (57%; 7%; 26%; 10%)	70%;3%;21%;6%	29%;44%;27%;0%	14%;4%;67%;15%	6%;0%;28%;66%
Deberes (75%; 4%; 15%; 5%)	88%;3%;8%;1%	59%;18%;20%;3%	24%;1%;66%;9%	21%;4%;23%;51%
Democracia (83%; 4%; 10%; 3%)	95%;1%;4%;0%	72%;14%;14%;1%	33%;15%;47%;5%	34%;4%;21%;40%
Derechos (68%; 7%; 20%; 5%)	83%;2%;15%;1%	40%;42%;18%;1%	13%;10%;72%;5%	21%;2%;9%;68%
Dignidad (37%; 15%; 34%; 13%)	48%;10%;33%;9%	6%;70%;23%;1%	5%;1%;70%;24%	4%;0%;9%;87%
Educación (66%; 6%; 20%; 8%)	81%;2%;14%;3%	39%;38%;23%;1%	14%;1%;71%;14%	11%;0%;15%;74%
Esfuerzo (66%; 9%; 17%; 8%)	76%;8%;11%;4%	60%;23%;14%;3%	13%;4%;65%;19%	23%;9%;23%;45%
Familia (87%; 7%; 5%; 1%)	96%;1%;3%;0%	79%;19%;2%;0%	47%;30%;23%;0%	36%;23%;19%;21%
Identidad (36%; 14%; 32%; 18%)	46%;9%;32%;13%	17%;59%;20%;4%	4%;3%;67%;27%	2%;2%;6%;89%
Igualdad (66%; 13%; 15%; 7%)	80%;6%;11%;3%	32%;58%;8%;1%	23%;16%;49%;11%	26%;2%;15%;57%
Independencia (43%; 11%; 25%; 21%)	51%;7%;25%;17%	40%;49%;8%;3%	4%;5%;59%;32%	6%;2%;4%;87%
Intimidad (54%; 14%; 23%; 10%)	63%;9%;21%;7%	25%;59%;13%;3%	27%;4%;49%;20%	34%;2%;28%;36%
Justicia-Equidad (79%; 7%; 11%; 3%)	94%;2%;4%;0%	50%;38%;13%;0%	29%;13%;58%;0%	19%;4%;30%;47%
Libertad (43%; 12%; 28%; 17%)	53%;6%;27%;14%	26%;54%;19%;1%	8%;6%;59%;27%	9%;9%;11%;72%
Moral-Honor (65%; 9%; 20%; 6%)	79%;4%;14%;3%	41%;48%;11%;0%	11%;5%;78%;5%	19%;4%;17%;60%
Orden (63%; 4%; 21%; 11%)	76%;1%;16%;7%	49%;22%;25%;4%	11%;10%;52%;27%	9%;0%;32%;60%
Paz (66%; 5%; 20%; 10%)	74%;3%;17%;6%	59%;13%;25%;3%	25%;9%;41%;25%	40%;4%;11%;45%
Pluralismo (79%; 6%; 9%; 5%)	89%;3%;6%;2%	73%;15%;10%;2%	41%;20%;34%;5%	21%;15%;17%;47%
Progreso (69%; 9%; 15%; 8%)	82%;4%;10%;3%	48%;42%;9%;1%	18%;9%;54%;19%	23%;4%;15%;57%
Respeto (62%; 10%; 21%; 7%)	77%;5%;14%;4%	31%;50%;18%;1%	3%;5%;82%;10%	26%;2%;13%;60%
Responsabilidad (72%; 5%; 15%; 7%)	85%;3%;10%;3%	61%;26%;13%;0%	9%;4%;63%;24%	30%;4%;15%;51%
Salud (54%; 6%; 25%; 15%)	65%;5%;22%;9%	44%;18%;35%;3%	9%;1%;46%;44%	17%;2%;11%;70%

Tabla resumen de las variables Ilustrativas en cada cluster, también marcado en colores según sea más, menos o igual de frecuente que en la totalidad de las respuestas:

Característica y %presencia	Cluster 1 (N=634)	Cluster 2 (N=96)	Cluster 3 (N=79)	Cluster 4 (N=47)
Hombre (45.4%)	46.5%	64.6%*	16.5%*	40.4%
Mujer (54.6%)	53.5%	35.4%*	83.5%*	59.6%
14-34 (61.4%)	70.8%*	39.6%*	17.7%*	53.2%
35 o más (38.6%)	29.2%*	60.4%*	82.3%*	46.8%
Imagen 1 (12.4%)	10.4%*	22.9%*	10.1%	21.3%
Imagen 2 (6.1%)	5.4%	8.3%	7.6%	8.5%
Imagen 3 (6.1%)	6.3%	4.2%	5.1%	8.5%
Imagen 4 (6.3%)	6.6%	7.3%	3.8%	4.3%
Imagen 5 (6.1%)	6.3%	8.3%	2.5%*	4.3%
Imagen 6 (6.1%)	6.5%	6.3%	3.8%	4.3%
Imagen 7 (6.3%)	6.8%	1.0%*	7.6%	8.5%
Imagen 8 (6.3%)	6.6%	7.3%	2.5%*	6.4%
Imagen 9 (6.4%)	6.0%	9.4%	6.3%	6.4%
Imagen 10 (6.4%)	6.6%	4.2%	8.9%	4.3%
Imagen 11 (6.4%)	6.8%	5.2%	6.3%	4.3%
Imagen 12 (6.3%)	6.6%	6.3%	7.6%	0.0%*
Imagen 14 (5.8%)	5.4%	2.1%*	7.6%	17.0%*
Imagen 15 (6.3%)	6.3%	9.4%	6.3%	0.0%*
Imagen 16 (6.4%)	5.8%	2.1%*	13.9%*	10.6%
Pasiva (56.1%)	56.0%	43.8%*	60.8%	74.5%*
Activa (43.9%)	44.0%	56.3%*	39.2%	25.5%*
Maniquí (18.7%)	18.3%	21.9%	17.7%	19.1%
Cara Bonita (18.6%)	18.9%	8.3%*	21.5%	29.8%*
Seductora (18.8%)	18.8%	22.9%	16.5%	14.9%
Mujer Fatal (12.7%)	12.6%	15.6%	13.9%	6.4%*

3.3 Conclusiones

En éste análisis se han obtenido 4 clusters de respuestas.

- El primer cluster (mayoritario) formado por 634 respuestas, se caracteriza por haber respondido valor NO presente.
- En el segundo cluster, formado por 96 respuestas, se caracteriza por haber respondido Valor Desfavorable.
- En el tercer cluster, formado por 79 respuestas, se caracteriza por haber respondido Valor Desfavorable en pocos valores, valor Favorable-Desfavorable en casi todos los valores y valor Favorable en pocos valores.
- En el cuarto cluster, formado por 47 respuestas, se caracteriza por haber respondido Valor Favorable.

A partir de éste análisis se concluye que la mayoría de valores son valores No presentes para una gran cantidad de respuestas, siendo el valor Familia el valor menos presente (87% de respuestas con valor NO presente) y el valor Bienestar el valor más presente (28% de respuestas con valor NO presente).

4 Caracterización de las imágenes

Para cada valor e imagen, se han calculado los porcentajes de personas que han respondido: NO, Desfavorable, Favorable-Desfavorable y Favorable. La información se presenta en formato de tabla de porcentajes.

Para cada Valor, para saber si una determinada categoría de respuesta (NO, Desfav, Fav-Desfav, Fav) es predominante en una imagen (Presencia/Absencia), se calcula la mediana de los porcentajes de cada categoría de respuesta y se utiliza como valor de contraste de la siguiente manera:

- Se considera Absencia cuando el valor correspondiente tenga un porcentaje menor o igual de respuestas que la mediana de personas de las 16 imágenes.
- Se considera Presencia cuando el valor correspondiente tenga un porcentaje mayor de respuestas que la mediana de personas de las 16 imágenes.

Por ejemplo, en la siguiente tabla, se presentan los resultados del valor Amistad.

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Amistad	Imagen 1	75.47%	Absencia	13.21%	Presencia	9.43%	Presencia	1.89%	Presencia
	Imagen 2	17.31%	Absencia	11.54%	Presencia	40.38%	Presencia	30.77%	Presencia
	Imagen 3	90.38%	Presencia	0.00%	Absencia	7.69%	Absencia	1.92%	Presencia
	Imagen 4	92.59%	Presencia	7.41%	Presencia	0.00%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 5	88.46%	Presencia	5.77%	Presencia	3.85%	Absencia	1.92%	Presencia
	Imagen 6	92.31%	Presencia	3.85%	Absencia	3.85%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 7	87.04%	Absencia	1.85%	Absencia	9.26%	Presencia	1.85%	Presencia
	Imagen 8	88.89%	Presencia	1.85%	Absencia	9.26%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 9	87.27%	Presencia	7.27%	Presencia	3.64%	Absencia	1.82%	Presencia
	Imagen 10	87.27%	Presencia	5.45%	Absencia	7.27%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 11	80.00%	Absencia	3.64%	Absencia	16.36%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 12	77.78%	Absencia	9.26%	Presencia	12.96%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 13	89.09%	Presencia	5.45%	Absencia	5.45%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 14	80.00%	Absencia	4.00%	Absencia	16.00%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 15	85.19%	Absencia	7.41%	Presencia	7.41%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 16	78.18%	Absencia	1.82%	Absencia	14.55%	Presencia	5.45%	Presencia
Mediana		87.2%		5.5%		8.5%		0.0%	

Debemos fijarnos que en cada imagen, tenemos respuestas con Presencia y Absencia. En la primera imagen, tenemos Presencia de respuestas Desfavorables, Favorables-Desfavorables y Favorables del valor Amistad y tenemos Absencia de respuestas de valor NO presente.

- La mediana de los porcentajes de personas que han respondido valor Amistad 'NO presente' es 87.2%. Han sido considerados cómo Absencia aquellas imágenes que tengan igual o menos del 87.2% de participantes que responden que amistad no está presente en la imagen. Es decir, en las imágenes 1, 2, 7, 11, 12, 14, 15 y 16, se considera que es Absencia de esta respuesta (NO). En cambio, en el resto de imágenes hay Presencia de la respuesta NO, es decir, que han detectado más NO presencia del valor.
- La mediana de los porcentajes de personas que han respondido valor Amistad 'Defavorable' es 5.5%. Se ha dividido en dos grupos de imágenes, las Absencia de Defavorable (con igual o menos del 5.5% de participantes que han respondido valor Defavorable) y las imágenes Presencia (con más del 5.5% de participantes que han respondido valor Defavorable). Así pues, han sido considerados cómo Absencia las imágenes 3, 6, 7, 8, 10, 11, 13, 14, y 16. Y cómo Presencia el resto de imágenes.
- Este mismo procedimiento se sigue en las respuestas Favorables-Defavorables, obteniendo que las imágenes con las que se detecta una Absencia de respuestas Favorables-Defavorables son 3, 4, 5, 6, 9, 10, 13 y 15 (porcentaje menor o igual que 8.5). En el resto de imágenes se detecta una Presencia de respuestas Favorables-Defavorables.
- Este mismo procedimiento se sigue en las respuestas Favorables, obteniendo que las imágenes con las que se detecta una Absencia de respuestas Favorables son 4, 6, 8, 10, 11, 12, 13, 14 y 15 (porcentaje igual a 0). En el resto de imágenes se detecta una Presencia de respuestas Favorables.

A continuación se presentan las tablas con el resto de valores:

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Bienestar	Imagen 1	35.85%	Presencia	18.87%	Presencia	30.19%	Absencia	15.09%	Absencia
	Imagen 2	5.77%	Absencia	9.62%	Presencia	44.23%	Presencia	40.38%	Presencia
	Imagen 3	13.46%	Absencia	9.62%	Presencia	48.08%	Presencia	28.85%	Presencia
	Imagen 4	14.81%	Absencia	18.52%	Presencia	33.33%	Absencia	33.33%	Presencia
	Imagen 5	17.31%	Absencia	3.85%	Absencia	44.23%	Presencia	34.62%	Presencia
	Imagen 6	32.69%	Presencia	23.08%	Presencia	30.77%	Absencia	13.46%	Absencia
	Imagen 7	27.78%	Absencia	5.56%	Absencia	37.04%	Absencia	29.63%	Presencia
	Imagen 8	35.19%	Presencia	20.37%	Presencia	31.48%	Absencia	12.96%	Absencia
	Imagen 9	18.18%	Absencia	5.45%	Absencia	49.09%	Presencia	27.27%	Presencia
	Imagen 10	29.09%	Absencia	14.55%	Presencia	41.82%	Presencia	14.55%	Absencia
	Imagen 11	36.36%	Presencia	1.82%	Absencia	45.45%	Presencia	16.36%	Absencia
	Imagen 12	14.81%	Absencia	5.56%	Absencia	48.15%	Presencia	31.48%	Presencia
	Imagen 13	43.64%	Presencia	9.09%	Absencia	32.73%	Absencia	14.55%	Absencia
	Imagen 14	54.00%	Presencia	10.00%	Presencia	26.00%	Absencia	10.00%	Absencia
	Imagen 15	38.89%	Presencia	14.81%	Presencia	25.93%	Absencia	20.37%	Absencia
	Imagen 16	30.91%	Presencia	3.64%	Absencia	40.00%	Presencia	25.45%	Presencia
Mediana:		30.0%		9.6%		38.5%		22.9%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Cooperación	Imagen 1	67.92%	Absencia	9.43%	Presencia	15.09%	Presencia	7.55%	Presencia
	Imagen 2	48.08%	Absencia	3.85%	Absencia	34.62%	Presencia	13.46%	Presencia
	Imagen 3	86.54%	Presencia	3.85%	Absencia	9.62%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 4	92.59%	Presencia	5.56%	Absencia	1.85%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 5	90.38%	Presencia	1.92%	Absencia	7.69%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 6	88.46%	Presencia	5.77%	Absencia	5.77%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 7	85.19%	Presencia	9.26%	Presencia	5.56%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 8	85.19%	Presencia	9.26%	Presencia	5.56%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 9	80.00%	Absencia	10.91%	Presencia	9.09%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 10	85.45%	Presencia	7.27%	Absencia	7.27%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 11	83.64%	Presencia	7.27%	Absencia	9.09%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 12	83.33%	Absencia	7.41%	Presencia	7.41%	Absencia	1.85%	Presencia
	Imagen 13	80.00%	Absencia	9.09%	Presencia	10.91%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 14	82.00%	Absencia	10.00%	Presencia	4.00%	Absencia	4.00%	Presencia
	Imagen 15	81.48%	Absencia	9.26%	Presencia	9.26%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 16	76.36%	Absencia	7.27%	Absencia	12.73%	Presencia	3.64%	Presencia
Mediana:		83.5%		7.3%		8.4%		0.0%	

Valor	Imagen	NO %	Desfav %	Fav-Desfav %	Fav %
Cultura	Imagen 1	30.19% Absencia	11.32% Presencia	47.17% Presencia	11.32% Presencia
	Imagen 2	51.92% Absencia	9.62% Presencia	32.69% Presencia	5.77% Absencia
	Imagen 3	48.08% Absencia	11.54% Presencia	30.77% Absencia	9.62% Presencia
	Imagen 4	64.81% Presencia	12.96% Presencia	18.52% Absencia	3.70% Absencia
	Imagen 5	28.85% Absencia	7.69% Presencia	40.38% Presencia	23.08% Presencia
	Imagen 6	69.23% Presencia	9.62% Presencia	13.46% Absencia	7.69% Absencia
	Imagen 7	50.00% Absencia	5.56% Absencia	35.19% Presencia	9.26% Presencia
	Imagen 8	66.67% Presencia	9.26% Presencia	12.96% Absencia	11.11% Presencia
	Imagen 9	74.55% Presencia	5.45% Absencia	16.36% Absencia	3.64% Absencia
	Imagen 10	52.73% Absencia	3.64% Absencia	30.91% Presencia	12.73% Presencia
	Imagen 11	58.18% Presencia	5.45% Absencia	32.73% Presencia	3.64% Absencia
	Imagen 12	68.52% Presencia	7.41% Absencia	22.22% Absencia	1.85% Absencia
	Imagen 13	76.36% Presencia	5.45% Absencia	12.73% Absencia	5.45% Absencia
	Imagen 14	38.00% Absencia	2.00% Absencia	32.00% Presencia	28.00% Presencia
	Imagen 15	77.78% Presencia	9.26% Presencia	11.11% Absencia	1.85% Absencia
	Imagen 16	47.27% Absencia	3.64% Absencia	32.73% Presencia	16.36% Presencia
Mediana:		55.5%	7.5%	30.8%	8.5%

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Deberes	Imagen 1	54.72%	Absencia	11.32%	Presencia	24.53%	Presencia	9.43%	Presencia
	Imagen 2	80.77%	Presencia	3.85%	Absencia	13.46%	Absencia	1.92%	Absencia
	Imagen 3	73.08%	Absencia	3.85%	Absencia	17.31%	Presencia	5.77%	Presencia
	Imagen 4	79.63%	Presencia	7.41%	Presencia	9.26%	Absencia	3.70%	Presencia
	Imagen 5	78.85%	Presencia	5.77%	Presencia	13.46%	Absencia	1.92%	Absencia
	Imagen 6	73.08%	Absencia	5.77%	Presencia	15.38%	Presencia	5.77%	Presencia
	Imagen 7	85.19%	Presencia	1.85%	Absencia	5.56%	Absencia	7.41%	Presencia
	Imagen 8	81.48%	Presencia	5.56%	Presencia	7.41%	Absencia	5.56%	Presencia
	Imagen 9	74.55%	Absencia	7.27%	Presencia	14.55%	Absencia	3.64%	Absencia
	Imagen 10	74.55%	Absencia	1.82%	Absencia	20.00%	Presencia	3.64%	Absencia
	Imagen 11	74.55%	Absencia	5.45%	Absencia	18.18%	Presencia	1.82%	Absencia
	Imagen 12	83.33%	Presencia	5.56%	Presencia	11.11%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 13	76.36%	Presencia	5.45%	Absencia	16.36%	Presencia	1.82%	Absencia
	Imagen 14	62.00%	Absencia	0.00%	Absencia	20.00%	Presencia	18.00%	Presencia
	Imagen 15	83.33%	Presencia	0.00%	Absencia	14.81%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 16	69.09%	Absencia	0.00%	Absencia	25.45%	Presencia	5.45%	Presencia
Mediana:		75.5%		5.5%		15.1%		3.7%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Democracia	Imagen 1	75.47%	Absencia	9.43%	Presencia	11.32%	Presencia	3.77%	Presencia
	Imagen 2	78.85%	Absencia	0.00%	Absencia	13.46%	Presencia	7.69%	Presencia
	Imagen 3	86.54%	Presencia	3.85%	Presencia	7.69%	Absencia	1.92%	Presencia
	Imagen 4	85.19%	Presencia	9.26%	Presencia	5.56%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 5	84.62%	Absencia	3.85%	Presencia	9.62%	Presencia	1.92%	Presencia
	Imagen 6	86.54%	Presencia	3.85%	Presencia	7.69%	Absencia	1.92%	Presencia
	Imagen 7	90.74%	Presencia	5.56%	Presencia	3.70%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 8	87.04%	Presencia	3.70%	Absencia	7.41%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 9	83.64%	Absencia	3.64%	Absencia	7.27%	Absencia	5.45%	Presencia
	Imagen 10	78.18%	Absencia	1.82%	Absencia	18.18%	Presencia	1.82%	Absencia
	Imagen 11	87.27%	Presencia	5.45%	Presencia	5.45%	Absencia	1.82%	Absencia
	Imagen 12	87.04%	Presencia	3.70%	Absencia	7.41%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 13	85.45%	Presencia	1.82%	Absencia	10.91%	Presencia	1.82%	Absencia
	Imagen 14	78.00%	Absencia	2.00%	Absencia	12.00%	Presencia	8.00%	Presencia
	Imagen 15	83.33%	Absencia	5.56%	Presencia	9.26%	Presencia	1.85%	Absencia
	Imagen 16	76.36%	Absencia	0.00%	Absencia	18.18%	Presencia	5.45%	Presencia
Mediana:		84.9%		3.8%		8.5%		1.9%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Derechos	Imagen 1	60.38%	Absencia	15.09%	Presencia	20.75%	Presencia	3.77%	Absencia
	Imagen 2	57.69%	Absencia	15.38%	Presencia	17.31%	Absencia	9.62%	Presencia
	Imagen 3	71.15%	Presencia	5.77%	Presencia	15.38%	Absencia	7.69%	Presencia
	Imagen 4	72.22%	Presencia	7.41%	Presencia	18.52%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 5	69.23%	Presencia	9.62%	Presencia	19.23%	Absencia	1.92%	Absencia
	Imagen 6	71.15%	Presencia	11.54%	Presencia	13.46%	Absencia	3.85%	Absencia
	Imagen 7	70.37%	Presencia	1.85%	Absencia	22.22%	Presencia	5.56%	Presencia
	Imagen 8	74.07%	Presencia	5.56%	Absencia	14.81%	Absencia	5.56%	Presencia
	Imagen 9	67.27%	Absencia	5.45%	Absencia	18.18%	Absencia	9.09%	Presencia
	Imagen 10	69.09%	Absencia	1.82%	Absencia	27.27%	Presencia	1.82%	Absencia
	Imagen 11	70.91%	Presencia	5.45%	Absencia	18.18%	Absencia	5.45%	Presencia
	Imagen 12	68.52%	Absencia	9.26%	Presencia	22.22%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 13	65.45%	Absencia	10.91%	Presencia	20.00%	Presencia	3.64%	Absencia
	Imagen 14	60.00%	Absencia	0.00%	Absencia	28.00%	Presencia	12.00%	Presencia
	Imagen 15	72.22%	Presencia	3.70%	Absencia	22.22%	Presencia	1.85%	Absencia
	Imagen 16	69.09%	Absencia	1.82%	Absencia	23.64%	Presencia	5.45%	Presencia
Mediana:		69.2%		5.7%		19.6%		4.7%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Dignidad	Imagen 1	32.08%	Absencia	16.98%	Presencia	37.74%	Presencia	13.21%	Presencia
	Imagen 2	28.85%	Absencia	19.23%	Presencia	42.31%	Presencia	9.62%	Absencia
	Imagen 3	38.46%	Absencia	11.54%	Absencia	30.77%	Absencia	19.23%	Presencia
	Imagen 4	40.74%	Presencia	12.96%	Absencia	35.19%	Presencia	11.11%	Presencia
	Imagen 5	36.54%	Absencia	30.77%	Presencia	23.08%	Absencia	9.62%	Absencia
	Imagen 6	40.38%	Presencia	19.23%	Presencia	30.77%	Absencia	9.62%	Absencia
	Imagen 7	42.59%	Presencia	7.41%	Absencia	31.48%	Absencia	18.52%	Presencia
	Imagen 8	44.44%	Presencia	14.81%	Absencia	25.93%	Absencia	14.81%	Presencia
	Imagen 9	41.82%	Presencia	20.00%	Presencia	27.27%	Absencia	10.91%	Absencia
	Imagen 10	30.91%	Absencia	7.27%	Absencia	41.82%	Presencia	20.00%	Presencia
	Imagen 11	41.82%	Presencia	10.91%	Absencia	40.00%	Presencia	7.27%	Absencia
	Imagen 12	38.89%	Presencia	18.52%	Presencia	35.19%	Presencia	7.41%	Absencia
	Imagen 13	34.55%	Absencia	21.82%	Presencia	40.00%	Presencia	3.64%	Absencia
	Imagen 14	40.00%	Presencia	4.00%	Absencia	30.00%	Absencia	26.00%	Presencia
	Imagen 15	35.19%	Absencia	22.22%	Presencia	31.48%	Absencia	11.11%	Presencia
	Imagen 16	29.09%	Absencia	3.64%	Absencia	43.64%	Presencia	23.64%	Presencia
Mediana:		38.7%		15.9%		33.3%		11.1%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Educación	Imagen 1	50.94%	Absencia	9.43%	Presencia	26.42%	Presencia	13.21%	Presencia
	Imagen 2	75.00%	Presencia	7.69%	Presencia	15.38%	Absencia	1.92%	Absencia
	Imagen 3	65.38%	Absencia	1.92%	Absencia	21.15%	Presencia	11.54%	Presencia
	Imagen 4	72.22%	Presencia	7.41%	Presencia	16.67%	Absencia	3.70%	Absencia
	Imagen 5	61.54%	Absencia	7.69%	Presencia	21.15%	Presencia	9.62%	Presencia
	Imagen 6	71.15%	Presencia	7.69%	Presencia	11.54%	Absencia	9.62%	Presencia
	Imagen 7	64.81%	Absencia	1.85%	Absencia	24.07%	Presencia	9.26%	Presencia
	Imagen 8	70.37%	Presencia	7.41%	Presencia	18.52%	Absencia	3.70%	Absencia
	Imagen 9	76.36%	Presencia	7.27%	Absencia	12.73%	Absencia	3.64%	Absencia
	Imagen 10	69.09%	Presencia	1.82%	Absencia	20.00%	Absencia	9.09%	Presencia
	Imagen 11	65.45%	Absencia	5.45%	Absencia	25.45%	Presencia	3.64%	Absencia
	Imagen 12	68.52%	Absencia	7.41%	Presencia	20.37%	Presencia	3.70%	Absencia
	Imagen 13	76.36%	Presencia	5.45%	Absencia	16.36%	Absencia	1.82%	Absencia
	Imagen 14	36.00%	Absencia	2.00%	Absencia	36.00%	Presencia	26.00%	Presencia
	Imagen 15	79.63%	Presencia	7.41%	Presencia	11.11%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 16	49.09%	Absencia	5.45%	Absencia	30.91%	Presencia	14.55%	Presencia
Mediana:		68.8%		7.3%		20.2%		6.4%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Esfuerzo	Imagen 1	66.04%	Absencia	3.77%	Absencia	18.87%	Presencia	11.32%	Presencia
	Imagen 2	76.92%	Presencia	5.77%	Absencia	9.62%	Absencia	7.69%	Absencia
	Imagen 3	48.08%	Absencia	7.69%	Presencia	32.69%	Presencia	11.54%	Presencia
	Imagen 4	70.37%	Presencia	11.11%	Presencia	9.26%	Absencia	9.26%	Presencia
	Imagen 5	59.62%	Absencia	19.23%	Presencia	15.38%	Absencia	5.77%	Absencia
	Imagen 6	71.15%	Presencia	11.54%	Presencia	13.46%	Absencia	3.85%	Absencia
	Imagen 7	74.07%	Presencia	5.56%	Absencia	9.26%	Absencia	11.11%	Presencia
	Imagen 8	68.52%	Absencia	11.11%	Presencia	16.67%	Presencia	3.70%	Absencia
	Imagen 9	69.09%	Presencia	20.00%	Presencia	7.27%	Absencia	3.64%	Absencia
	Imagen 10	70.91%	Presencia	5.45%	Absencia	14.55%	Absencia	9.09%	Presencia
	Imagen 11	61.82%	Absencia	7.27%	Absencia	20.00%	Presencia	10.91%	Presencia
	Imagen 12	66.67%	Absencia	11.11%	Presencia	14.81%	Absencia	7.41%	Absencia
	Imagen 13	69.09%	Presencia	10.91%	Presencia	18.18%	Presencia	1.82%	Absencia
	Imagen 14	56.00%	Absencia	6.00%	Absencia	24.00%	Presencia	14.00%	Presencia
	Imagen 15	72.22%	Presencia	5.56%	Absencia	20.37%	Presencia	1.85%	Absencia
	Imagen 16	52.73%	Absencia	3.64%	Absencia	30.91%	Presencia	12.73%	Presencia
Mediana:		68.8%		7.5%		16.0%		8.4%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Familia	Imagen 1	83.02%	Absencia	1.89%	Absencia	9.43%	Presencia	5.66%	Presencia
	Imagen 2	86.54%	Presencia	3.85%	Absencia	9.62%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 3	86.54%	Presencia	3.85%	Absencia	5.77%	Presencia	3.85%	Presencia
	Imagen 4	92.59%	Presencia	5.56%	Absencia	1.85%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 5	92.31%	Presencia	5.77%	Absencia	1.92%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 6	84.62%	Absencia	11.54%	Presencia	3.85%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 7	92.59%	Presencia	5.56%	Absencia	1.85%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 8	87.04%	Presencia	11.11%	Presencia	1.85%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 9	85.45%	Absencia	7.27%	Absencia	5.45%	Presencia	1.82%	Presencia
	Imagen 10	83.64%	Absencia	7.27%	Absencia	7.27%	Presencia	1.82%	Presencia
	Imagen 11	87.27%	Presencia	9.09%	Presencia	3.64%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 12	90.74%	Presencia	7.41%	Presencia	1.85%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 13	85.45%	Absencia	10.91%	Presencia	3.64%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 14	82.00%	Absencia	10.00%	Presencia	6.00%	Presencia	2.00%	Presencia
	Imagen 15	85.19%	Absencia	7.41%	Presencia	7.41%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 16	80.00%	Absencia	3.64%	Absencia	12.73%	Presencia	3.64%	Presencia
Mediana:		86.0%		7.3%		4.7%		0.0%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Identidad	Imagen 1	20.75%	Absencia	33.96%	Presencia	26.42%	Absencia	18.87%	Presencia
	Imagen 2	26.92%	Absencia	11.54%	Absencia	44.23%	Presencia	17.31%	Absencia
	Imagen 3	34.62%	Absencia	13.46%	Presencia	30.77%	Absencia	21.15%	Presencia
	Imagen 4	40.74%	Presencia	12.96%	Presencia	29.63%	Absencia	16.67%	Absencia
	Imagen 5	30.77%	Absencia	13.46%	Presencia	34.62%	Presencia	21.15%	Presencia
	Imagen 6	42.31%	Presencia	15.38%	Presencia	28.85%	Absencia	13.46%	Absencia
	Imagen 7	37.04%	Absencia	9.26%	Absencia	33.33%	Presencia	20.37%	Presencia
	Imagen 8	40.74%	Presencia	18.52%	Presencia	27.78%	Absencia	12.96%	Absencia
	Imagen 9	36.36%	Absencia	12.73%	Absencia	32.73%	Presencia	18.18%	Presencia
	Imagen 10	38.18%	Presencia	9.09%	Absencia	34.55%	Presencia	18.18%	Presencia
	Imagen 11	29.09%	Absencia	12.73%	Absencia	38.18%	Presencia	20.00%	Presencia
	Imagen 12	38.89%	Presencia	9.26%	Absencia	42.59%	Presencia	9.26%	Absencia
	Imagen 13	41.82%	Presencia	20.00%	Presencia	25.45%	Absencia	12.73%	Absencia
	Imagen 14	36.00%	Absencia	4.00%	Absencia	28.00%	Absencia	32.00%	Presencia
	Imagen 15	42.59%	Presencia	16.67%	Presencia	25.93%	Absencia	14.81%	Absencia
	Imagen 16	43.64%	Presencia	7.27%	Absencia	34.55%	Presencia	14.55%	Absencia
Mediana:		37.6%		12.8%		31.7%		17.7%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Igualdad	Imagen 1	39.62%	Absencia	22.64%	Presencia	16.98%	Presencia	20.75%	Presencia
	Imagen 2	30.77%	Absencia	21.15%	Presencia	36.54%	Presencia	11.54%	Presencia
	Imagen 3	75.00%	Presencia	3.85%	Absencia	11.54%	Absencia	9.62%	Presencia
	Imagen 4	70.37%	Presencia	12.96%	Absencia	14.81%	Presencia	1.85%	Absencia
	Imagen 5	63.46%	Absencia	19.23%	Presencia	13.46%	Presencia	3.85%	Presencia
	Imagen 6	78.85%	Presencia	11.54%	Absencia	7.69%	Absencia	1.92%	Absencia
	Imagen 7	81.48%	Presencia	5.56%	Absencia	9.26%	Absencia	3.70%	Absencia
	Imagen 8	75.93%	Presencia	14.81%	Presencia	5.56%	Absencia	3.70%	Absencia
	Imagen 9	65.45%	Absencia	14.55%	Presencia	10.91%	Absencia	9.09%	Presencia
	Imagen 10	72.73%	Presencia	5.45%	Absencia	20.00%	Presencia	1.82%	Absencia
	Imagen 11	74.55%	Presencia	10.91%	Absencia	10.91%	Absencia	3.64%	Absencia
	Imagen 12	66.67%	Absencia	14.81%	Presencia	12.96%	Absencia	5.56%	Presencia
	Imagen 13	70.91%	Presencia	14.55%	Presencia	10.91%	Absencia	3.64%	Absencia
	Imagen 14	68.00%	Absencia	4.00%	Absencia	14.00%	Presencia	14.00%	Presencia
	Imagen 15	61.11%	Absencia	22.22%	Presencia	12.96%	Absencia	3.70%	Absencia
	Imagen 16	65.45%	Absencia	1.82%	Absencia	25.45%	Presencia	7.27%	Presencia
Mediana:		69.2%		13.8%		13.0%		3.8%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Independencia	Imagen 1	60.38%	Presencia	22.64%	Presencia	9.43%	Absencia	7.55%	Absencia
	Imagen 2	48.08%	Presencia	9.62%	Absencia	19.23%	Absencia	23.08%	Presencia
	Imagen 3	32.69%	Absencia	9.62%	Absencia	28.85%	Presencia	28.85%	Presencia
	Imagen 4	40.74%	Absencia	9.26%	Absencia	25.93%	Absencia	24.07%	Presencia
	Imagen 5	38.46%	Absencia	11.54%	Presencia	19.23%	Absencia	30.77%	Presencia
	Imagen 6	42.31%	Presencia	15.38%	Presencia	26.92%	Presencia	15.38%	Absencia
	Imagen 7	48.15%	Presencia	11.11%	Presencia	20.37%	Absencia	20.37%	Absencia
	Imagen 8	51.85%	Presencia	12.96%	Presencia	20.37%	Absencia	14.81%	Absencia
	Imagen 9	34.55%	Absencia	7.27%	Absencia	27.27%	Presencia	30.91%	Presencia
	Imagen 10	29.09%	Absencia	14.55%	Presencia	29.09%	Presencia	27.27%	Presencia
	Imagen 11	41.82%	Absencia	7.27%	Absencia	30.91%	Presencia	20.00%	Absencia
	Imagen 12	38.89%	Absencia	3.70%	Absencia	35.19%	Presencia	22.22%	Presencia
	Imagen 13	45.45%	Presencia	16.36%	Presencia	23.64%	Absencia	14.55%	Absencia
	Imagen 14	44.00%	Presencia	6.00%	Absencia	24.00%	Absencia	26.00%	Presencia
	Imagen 15	46.30%	Presencia	14.81%	Presencia	29.63%	Presencia	9.26%	Absencia
	Imagen 16	40.00%	Absencia	3.64%	Absencia	36.36%	Presencia	20.00%	Absencia
Mediana:		42.1%		10.4%		26.4%		21.3%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Intimidad	Imagen 1	73.58%	Presencia	15.09%	Presencia	5.66%	Absencia	5.66%	Absencia
	Imagen 2	67.31%	Presencia	17.31%	Presencia	11.54%	Absencia	3.85%	Absencia
	Imagen 3	63.46%	Presencia	7.69%	Absencia	17.31%	Absencia	11.54%	Presencia
	Imagen 4	33.33%	Absencia	18.52%	Presencia	31.48%	Presencia	16.67%	Presencia
	Imagen 5	19.23%	Absencia	25.00%	Presencia	28.85%	Presencia	26.92%	Presencia
	Imagen 6	65.38%	Presencia	9.62%	Absencia	19.23%	Absencia	5.77%	Absencia
	Imagen 7	59.26%	Absencia	1.85%	Absencia	31.48%	Presencia	7.41%	Presencia
	Imagen 8	66.67%	Presencia	11.11%	Absencia	14.81%	Absencia	7.41%	Presencia
	Imagen 9	30.91%	Absencia	18.18%	Presencia	32.73%	Presencia	18.18%	Presencia
	Imagen 10	69.09%	Presencia	14.55%	Presencia	14.55%	Absencia	1.82%	Absencia
	Imagen 11	45.45%	Absencia	12.73%	Absencia	30.91%	Presencia	10.91%	Presencia
	Imagen 12	24.07%	Absencia	24.07%	Presencia	40.74%	Presencia	11.11%	Presencia
	Imagen 13	43.64%	Absencia	20.00%	Presencia	29.09%	Presencia	7.27%	Absencia
	Imagen 14	76.00%	Presencia	6.00%	Absencia	8.00%	Absencia	10.00%	Presencia
	Imagen 15	53.70%	Absencia	9.26%	Absencia	29.63%	Presencia	7.41%	Presencia
	Imagen 16	69.09%	Presencia	5.45%	Absencia	23.64%	Absencia	1.82%	Absencia
Mediana:		61.4%		13.6%		26.2%		7.4%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Justicia-Equidad	Imagen 1	67.92%	Absencia	9.43%	Presencia	15.09%	Presencia	7.55%	Presencia
	Imagen 2	69.23%	Absencia	13.46%	Presencia	13.46%	Presencia	3.85%	Presencia
	Imagen 3	86.54%	Presencia	0.00%	Absencia	9.62%	Presencia	3.85%	Presencia
	Imagen 4	77.78%	Absencia	9.26%	Presencia	11.11%	Presencia	1.85%	Absencia
	Imagen 5	80.77%	Presencia	11.54%	Presencia	5.77%	Absencia	1.92%	Presencia
	Imagen 6	78.85%	Absencia	9.62%	Presencia	9.62%	Presencia	1.92%	Presencia
	Imagen 7	87.04%	Presencia	3.70%	Absencia	9.26%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 8	79.63%	Presencia	7.41%	Absencia	11.11%	Presencia	1.85%	Absencia
	Imagen 9	78.18%	Absencia	10.91%	Presencia	9.09%	Absencia	1.82%	Absencia
	Imagen 10	83.64%	Presencia	5.45%	Absencia	9.09%	Absencia	1.82%	Absencia
	Imagen 11	85.45%	Presencia	5.45%	Absencia	5.45%	Absencia	3.64%	Presencia
	Imagen 12	77.78%	Absencia	11.11%	Presencia	9.26%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 13	80.00%	Presencia	5.45%	Absencia	14.55%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 14	68.00%	Absencia	0.00%	Absencia	22.00%	Presencia	10.00%	Presencia
	Imagen 15	81.48%	Presencia	9.26%	Presencia	9.26%	Absencia	0.00%	Absencia
	Imagen 16	74.55%	Absencia	1.82%	Absencia	18.18%	Presencia	5.45%	Presencia
Mediana:		79.2%		8.3%		9.6%		1.9%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Libertad	Imagen 1	60.38%	Presencia	24.53%	Presencia	13.21%	Absencia	1.89%	Absencia
	Imagen 2	25.00%	Absencia	13.46%	Presencia	30.77%	Presencia	30.77%	Presencia
	Imagen 3	26.92%	Absencia	11.54%	Absencia	38.46%	Presencia	23.08%	Presencia
	Imagen 4	44.44%	Presencia	7.41%	Absencia	27.78%	Absencia	20.37%	Presencia
	Imagen 5	34.62%	Absencia	5.77%	Absencia	32.69%	Presencia	26.92%	Presencia
	Imagen 6	38.46%	Absencia	19.23%	Presencia	26.92%	Absencia	15.38%	Absencia
	Imagen 7	59.26%	Presencia	5.56%	Absencia	27.78%	Absencia	7.41%	Absencia
	Imagen 8	38.89%	Absencia	12.96%	Presencia	29.63%	Presencia	18.52%	Presencia
	Imagen 9	43.64%	Presencia	12.73%	Presencia	20.00%	Absencia	23.64%	Presencia
	Imagen 10	32.73%	Absencia	9.09%	Absencia	34.55%	Presencia	23.64%	Presencia
	Imagen 11	50.91%	Presencia	7.27%	Absencia	27.27%	Absencia	14.55%	Absencia
	Imagen 12	35.19%	Absencia	14.81%	Presencia	27.78%	Absencia	22.22%	Presencia
	Imagen 13	43.64%	Presencia	14.55%	Presencia	30.91%	Presencia	10.91%	Absencia
	Imagen 14	54.00%	Presencia	8.00%	Absencia	24.00%	Absencia	14.00%	Absencia
	Imagen 15	55.56%	Presencia	14.81%	Presencia	25.93%	Absencia	3.70%	Absencia
	Imagen 16	45.45%	Presencia	3.64%	Absencia	36.36%	Presencia	14.55%	Absencia
Mediana:		43.6%		12.1%		27.8%		17.0%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Moral-Honor	Imagen 1	64.15%	Absencia	9.43%	Absencia	20.75%	Presencia	5.66%	Presencia
	Imagen 2	50.00%	Absencia	17.31%	Presencia	28.85%	Presencia	3.85%	Absencia
	Imagen 3	71.15%	Presencia	9.62%	Presencia	15.38%	Absencia	3.85%	Absencia
	Imagen 4	57.41%	Absencia	11.11%	Presencia	24.07%	Presencia	7.41%	Presencia
	Imagen 5	57.69%	Absencia	17.31%	Presencia	23.08%	Presencia	1.92%	Absencia
	Imagen 6	75.00%	Presencia	5.77%	Absencia	13.46%	Absencia	5.77%	Presencia
	Imagen 7	64.81%	Absencia	1.85%	Absencia	24.07%	Presencia	9.26%	Presencia
	Imagen 8	72.22%	Presencia	5.56%	Absencia	11.11%	Absencia	11.11%	Presencia
	Imagen 9	65.45%	Presencia	12.73%	Presencia	20.00%	Absencia	1.82%	Absencia
	Imagen 10	61.82%	Absencia	9.09%	Absencia	21.82%	Presencia	7.27%	Presencia
	Imagen 11	76.36%	Presencia	3.64%	Absencia	16.36%	Absencia	3.64%	Absencia
	Imagen 12	66.67%	Presencia	14.81%	Presencia	14.81%	Absencia	3.70%	Absencia
	Imagen 13	65.45%	Presencia	14.55%	Presencia	16.36%	Absencia	3.64%	Absencia
	Imagen 14	68.00%	Presencia	0.00%	Absencia	20.00%	Absencia	12.00%	Presencia
	Imagen 15	62.96%	Absencia	14.81%	Presencia	20.37%	Presencia	1.85%	Absencia
	Imagen 16	60.00%	Absencia	1.82%	Absencia	29.09%	Presencia	9.09%	Presencia
Mediana:		65.1%		9.5%		20.2%		4.8%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Orden	Imagen 1	9.43%	Absencia	7.55%	Presencia	30.19%	Presencia	52.83%	Presencia
	Imagen 2	61.54%	Absencia	7.69%	Presencia	21.15%	Presencia	9.62%	Presencia
	Imagen 3	25.00%	Absencia	5.77%	Presencia	40.38%	Presencia	28.85%	Presencia
	Imagen 4	64.81%	Absencia	11.11%	Presencia	18.52%	Absencia	5.56%	Absencia
	Imagen 5	78.85%	Presencia	1.92%	Absencia	13.46%	Absencia	5.77%	Absencia
	Imagen 6	61.54%	Absencia	7.69%	Presencia	21.15%	Presencia	9.62%	Presencia
	Imagen 7	70.37%	Presencia	0.00%	Absencia	16.67%	Absencia	12.96%	Presencia
	Imagen 8	66.67%	Absencia	3.70%	Presencia	27.78%	Presencia	1.85%	Absencia
	Imagen 9	74.55%	Presencia	1.82%	Absencia	16.36%	Absencia	7.27%	Absencia
	Imagen 10	69.09%	Presencia	5.45%	Presencia	23.64%	Presencia	1.82%	Absencia
	Imagen 11	70.91%	Presencia	1.82%	Absencia	16.36%	Absencia	10.91%	Presencia
	Imagen 12	81.48%	Presencia	3.70%	Presencia	12.96%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 13	80.00%	Presencia	3.64%	Absencia	14.55%	Absencia	1.82%	Absencia
	Imagen 14	52.00%	Absencia	2.00%	Absencia	28.00%	Presencia	18.00%	Presencia
	Imagen 15	81.48%	Presencia	1.85%	Absencia	14.81%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 16	61.82%	Absencia	0.00%	Absencia	25.45%	Presencia	12.73%	Presencia
Mediana:		67.9%		3.7%		19.8%		8.4%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Paz	Imagen 1	66.04%	Presencia	1.89%	Absencia	26.42%	Presencia	5.66%	Absencia
	Imagen 2	59.62%	Absencia	3.85%	Presencia	23.08%	Presencia	13.46%	Presencia
	Imagen 3	53.85%	Absencia	0.00%	Absencia	25.00%	Presencia	21.15%	Presencia
	Imagen 4	55.56%	Absencia	12.96%	Presencia	22.22%	Presencia	9.26%	Absencia
	Imagen 5	65.38%	Absencia	1.92%	Absencia	23.08%	Presencia	9.62%	Presencia
	Imagen 6	57.69%	Absencia	9.62%	Presencia	19.23%	Absencia	13.46%	Presencia
	Imagen 7	68.52%	Presencia	0.00%	Absencia	12.96%	Absencia	18.52%	Presencia
	Imagen 8	50.00%	Absencia	11.11%	Presencia	27.78%	Presencia	11.11%	Presencia
	Imagen 9	69.09%	Presencia	5.45%	Presencia	12.73%	Absencia	12.73%	Presencia
	Imagen 10	54.55%	Absencia	9.09%	Presencia	27.27%	Presencia	9.09%	Absencia
	Imagen 11	78.18%	Presencia	1.82%	Absencia	18.18%	Absencia	1.82%	Absencia
	Imagen 12	64.81%	Absencia	3.70%	Presencia	27.78%	Presencia	3.70%	Absencia
	Imagen 13	76.36%	Presencia	3.64%	Absencia	9.09%	Absencia	10.91%	Presencia
	Imagen 14	74.00%	Presencia	4.00%	Presencia	18.00%	Absencia	4.00%	Absencia
	Imagen 15	79.63%	Presencia	3.70%	Presencia	12.96%	Absencia	3.70%	Absencia
	Imagen 16	80.00%	Presencia	0.00%	Absencia	14.55%	Absencia	5.45%	Absencia
Mediana:		65.7%		3.7%		20.7%		9.4%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Pluralismo	Imagen 1	43.40%	Absencia	16.98%	Presencia	30.19%	Presencia	9.43%	Presencia
	Imagen 2	61.54%	Absencia	15.38%	Presencia	17.31%	Presencia	5.77%	Presencia
	Imagen 3	82.69%	Absencia	5.77%	Presencia	5.77%	Absencia	5.77%	Presencia
	Imagen 4	85.19%	Presencia	3.70%	Absencia	5.56%	Absencia	5.56%	Presencia
	Imagen 5	86.54%	Presencia	3.85%	Absencia	3.85%	Absencia	5.77%	Presencia
	Imagen 6	86.54%	Presencia	5.77%	Presencia	7.69%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 7	85.19%	Presencia	9.26%	Presencia	1.85%	Absencia	3.70%	Absencia
	Imagen 8	87.04%	Presencia	5.56%	Presencia	5.56%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 9	83.64%	Presencia	3.64%	Absencia	5.45%	Absencia	7.27%	Presencia
	Imagen 10	85.45%	Presencia	5.45%	Absencia	7.27%	Absencia	1.82%	Absencia
	Imagen 11	83.64%	Presencia	5.45%	Absencia	9.09%	Presencia	1.82%	Absencia
	Imagen 12	81.48%	Absencia	3.70%	Absencia	14.81%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 13	83.64%	Presencia	5.45%	Absencia	3.64%	Absencia	7.27%	Presencia
	Imagen 14	72.00%	Absencia	4.00%	Absencia	10.00%	Presencia	14.00%	Presencia
	Imagen 15	79.63%	Absencia	3.70%	Absencia	12.96%	Presencia	3.70%	Absencia
	Imagen 16	80.00%	Absencia	5.45%	Absencia	9.09%	Presencia	5.45%	Absencia
Mediana:		83.6%		5.5%		7.5%		5.5%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Progreso	Imagen 1	56.60%	Absencia	18.87%	Presencia	15.09%	Presencia	9.43%	Presencia
	Imagen 2	63.46%	Absencia	11.54%	Presencia	17.31%	Presencia	7.69%	Presencia
	Imagen 3	65.38%	Absencia	7.69%	Presencia	13.46%	Absencia	13.46%	Presencia
	Imagen 4	74.07%	Presencia	7.41%	Absencia	12.96%	Absencia	5.56%	Absencia
	Imagen 5	69.23%	Presencia	11.54%	Presencia	15.38%	Presencia	3.85%	Absencia
	Imagen 6	75.00%	Presencia	13.46%	Presencia	5.77%	Absencia	5.77%	Presencia
	Imagen 7	72.22%	Presencia	9.26%	Presencia	12.96%	Absencia	5.56%	Absencia
	Imagen 8	77.78%	Presencia	5.56%	Absencia	9.26%	Absencia	7.41%	Presencia
	Imagen 9	65.45%	Absencia	9.09%	Presencia	14.55%	Absencia	10.91%	Presencia
	Imagen 10	67.27%	Absencia	7.27%	Absencia	20.00%	Presencia	5.45%	Absencia
	Imagen 11	70.91%	Presencia	7.27%	Absencia	16.36%	Presencia	5.45%	Absencia
	Imagen 12	79.63%	Presencia	7.41%	Absencia	11.11%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 13	78.18%	Presencia	5.45%	Absencia	10.91%	Absencia	5.45%	Absencia
	Imagen 14	52.00%	Absencia	4.00%	Absencia	26.00%	Presencia	18.00%	Presencia
	Imagen 15	68.52%	Absencia	11.11%	Presencia	16.67%	Presencia	3.70%	Absencia
	Imagen 16	67.27%	Absencia	3.64%	Absencia	16.36%	Presencia	12.73%	Presencia
Mediana:		68.9%		7.5%		14.8%		5.7%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Respeto	Imagen 1	54.72%	Absencia	13.21%	Presencia	20.75%	Presencia	11.32%	Presencia
	Imagen 2	44.23%	Absencia	11.54%	Presencia	38.46%	Presencia	5.77%	Absencia
	Imagen 3	75.00%	Presencia	5.77%	Absencia	9.62%	Absencia	9.62%	Presencia
	Imagen 4	64.81%	Presencia	7.41%	Absencia	24.07%	Presencia	3.70%	Absencia
	Imagen 5	59.62%	Absencia	21.15%	Presencia	17.31%	Absencia	1.92%	Absencia
	Imagen 6	65.38%	Presencia	9.62%	Presencia	19.23%	Presencia	5.77%	Absencia
	Imagen 7	68.52%	Presencia	0.00%	Absencia	22.22%	Presencia	9.26%	Presencia
	Imagen 8	70.37%	Presencia	5.56%	Absencia	18.52%	Presencia	5.56%	Absencia
	Imagen 9	65.45%	Presencia	9.09%	Presencia	18.18%	Absencia	7.27%	Presencia
	Imagen 10	58.18%	Absencia	7.27%	Absencia	27.27%	Presencia	7.27%	Presencia
	Imagen 11	74.55%	Presencia	1.82%	Absencia	18.18%	Absencia	5.45%	Absencia
	Imagen 12	61.11%	Absencia	20.37%	Presencia	14.81%	Absencia	3.70%	Absencia
	Imagen 13	60.00%	Absencia	21.82%	Presencia	14.55%	Absencia	3.64%	Absencia
	Imagen 14	54.00%	Absencia	0.00%	Absencia	18.00%	Absencia	28.00%	Presencia
	Imagen 15	64.81%	Presencia	16.67%	Presencia	16.67%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 16	56.36%	Absencia	3.64%	Absencia	30.91%	Presencia	9.09%	Presencia
Mediana:		63.0%		8.2%		18.4%		5.8%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Responsabilidad	Imagen 1	66.04%	Absencia	5.66%	Presencia	13.21%	Absencia	15.09%	Presencia
	Imagen 2	82.69%	Presencia	5.77%	Presencia	3.85%	Absencia	7.69%	Presencia
	Imagen 3	63.46%	Absencia	3.85%	Presencia	26.92%	Presencia	5.77%	Presencia
	Imagen 4	83.33%	Presencia	11.11%	Presencia	3.70%	Absencia	1.85%	Absencia
	Imagen 5	73.08%	Presencia	13.46%	Presencia	9.62%	Absencia	3.85%	Presencia
	Imagen 6	69.23%	Absencia	3.85%	Presencia	23.08%	Presencia	3.85%	Presencia
	Imagen 7	85.19%	Presencia	0.00%	Absencia	7.41%	Absencia	7.41%	Presencia
	Imagen 8	81.48%	Presencia	1.85%	Absencia	12.96%	Absencia	3.70%	Absencia
	Imagen 9	70.91%	Absencia	9.09%	Presencia	16.36%	Presencia	3.64%	Absencia
	Imagen 10	69.09%	Absencia	3.64%	Absencia	18.18%	Presencia	9.09%	Presencia
	Imagen 11	74.55%	Presencia	1.82%	Absencia	20.00%	Presencia	3.64%	Absencia
	Imagen 12	77.78%	Presencia	5.56%	Presencia	14.81%	Presencia	1.85%	Absencia
	Imagen 13	69.09%	Absencia	12.73%	Presencia	14.55%	Absencia	3.64%	Absencia
	Imagen 14	40.00%	Absencia	2.00%	Absencia	26.00%	Presencia	32.00%	Presencia
	Imagen 15	81.48%	Presencia	3.70%	Absencia	14.81%	Presencia	0.00%	Absencia
	Imagen 16	61.82%	Absencia	1.82%	Absencia	20.00%	Presencia	16.36%	Presencia
Mediana:		72.0%		3.8%		14.8%		3.8%	

Valor	Imagen	NO		Desfav		Fav-Desfav		Fav	
		%		%		%		%	
Salud	Imagen 1	54.72%	Presencia	11.32%	Presencia	22.64%	Absencia	11.32%	Absencia
	Imagen 2	40.38%	Absencia	3.85%	Absencia	36.54%	Presencia	19.23%	Presencia
	Imagen 3	51.92%	Absencia	7.69%	Presencia	15.38%	Absencia	25.00%	Presencia
	Imagen 4	55.56%	Presencia	3.70%	Absencia	20.37%	Absencia	20.37%	Presencia
	Imagen 5	69.23%	Presencia	3.85%	Absencia	19.23%	Absencia	7.69%	Absencia
	Imagen 6	53.85%	Absencia	11.54%	Presencia	26.92%	Presencia	7.69%	Absencia
	Imagen 7	48.15%	Absencia	3.70%	Absencia	24.07%	Absencia	24.07%	Presencia
	Imagen 8	53.70%	Absencia	7.41%	Presencia	27.78%	Presencia	11.11%	Absencia
	Imagen 9	58.18%	Presencia	5.45%	Absencia	23.64%	Absencia	12.73%	Presencia
	Imagen 10	50.91%	Absencia	9.09%	Presencia	27.27%	Presencia	12.73%	Presencia
	Imagen 11	50.91%	Absencia	3.64%	Absencia	29.09%	Presencia	16.36%	Presencia
	Imagen 12	61.11%	Presencia	1.85%	Absencia	25.93%	Presencia	11.11%	Absencia
	Imagen 13	52.73%	Absencia	5.45%	Absencia	25.45%	Absencia	16.36%	Presencia
	Imagen 14	58.00%	Presencia	6.00%	Presencia	18.00%	Absencia	18.00%	Presencia
	Imagen 15	55.56%	Presencia	5.56%	Presencia	31.48%	Presencia	7.41%	Absencia
	Imagen 16	56.36%	Presencia	5.45%	Absencia	25.45%	Absencia	12.73%	Presencia
Mediana:		54.3%		5.5%		25.5%		12.7%	

4.1 Análisis de correspondencias múltiples

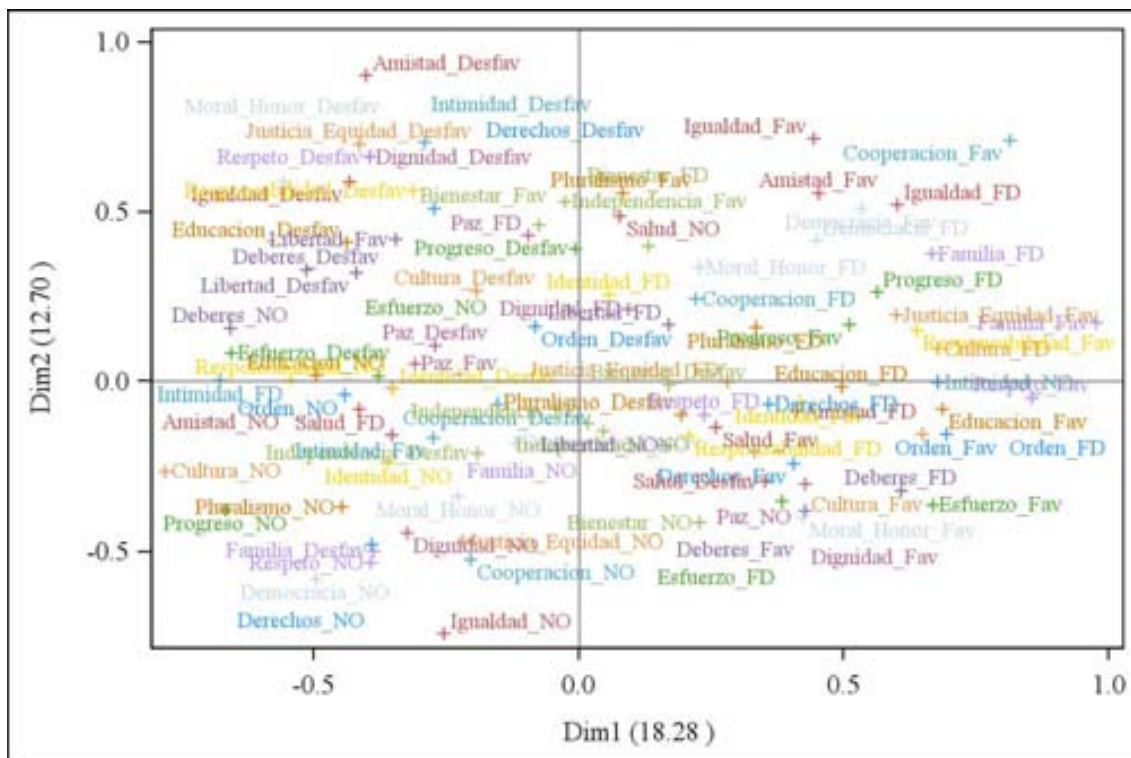
Se ha realizado un análisis de correspondencias múltiples a partir de las consideración de Presencia/Absencia de cada respuesta en cada valor para tener una representación del tipo de presencia de Valores y las variables Ilustrativas en una dimensión más pequeña. A continuación se presenta la tabla de valores propios:

Inertia and Chi-Square Decomposition									
Singular Value	Principal Inertia	Chi-Square	Percent	Cumulative Percent					
					4	8	12	16	20
-----+-----+-----+-----+-----+-----									
0.42751	0.18276	292.42	18.28	18.28	*****				
0.35639	0.12701	203.22	12.70	30.98	*****				
0.33548	0.11255	180.08	11.25	42.23	*****				
0.31548	0.09953	159.24	9.95	52.19	*****				
0.26650	0.07102	113.63	7.10	59.29	*****				
0.25823	0.06668	106.69	6.67	65.96	*****				
0.24662	0.06082	97.31	6.08	72.04	*****				
0.22255	0.04953	79.24	4.95	76.99	*****				
0.21584	0.04659	74.54	4.66	81.65	*****				
0.20710	0.04289	68.62	4.29	85.94	*****				
0.19853	0.03941	63.06	3.94	89.88	*****				
0.19171	0.03675	58.81	3.68	93.55	*****				
0.15527	0.02411	38.57	2.41	95.97	***				
0.14665	0.02151	34.41	2.15	98.12	***				
0.13726	0.01884	30.15	1.88	100.00	**				
<hr/>									
Total	1.00000	1600.00	100.00						
<hr/>									
Degrees of Freedom = 2985									
<hr/>									

Observamos que el primer valor propio explica un 18.28% de la variabilidad total, el segundo un 12.7%. Y no tenemos el 80% de la variabilidad de las respuestas hasta llegar al valor propio 9.

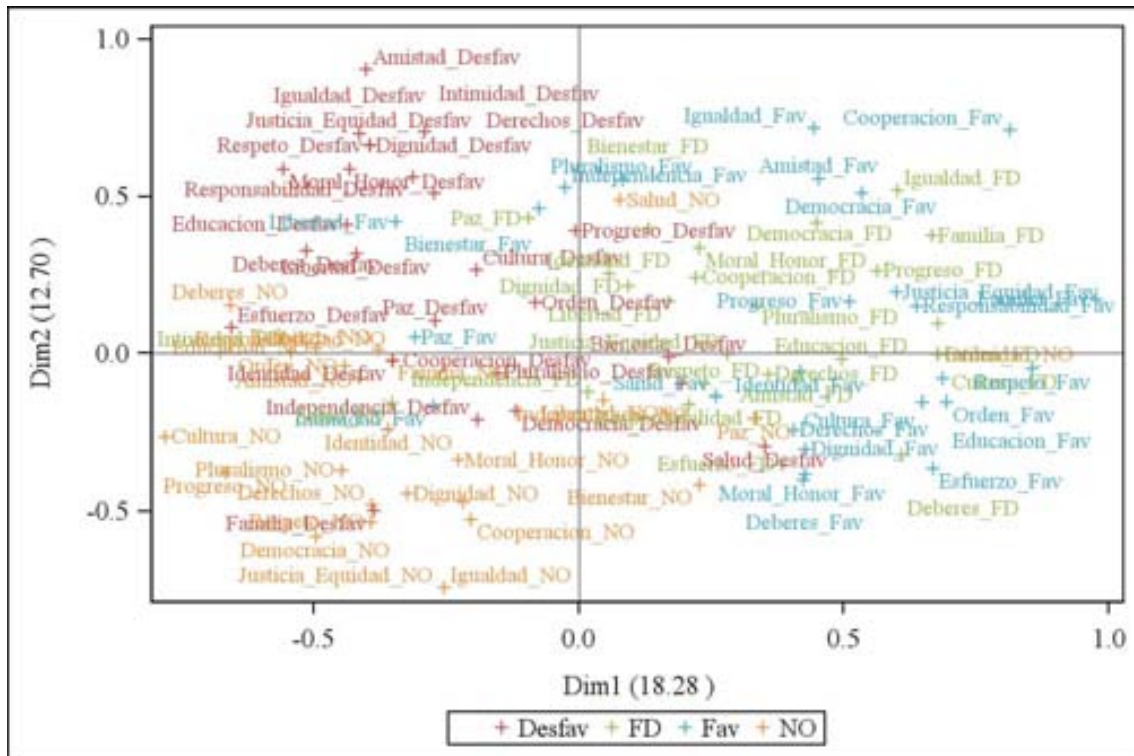
A continuación se representan el tipo de presencia de cada Valor en un Mapa Factorial (con los dos primeros ejes), es decir, se re-expresan cada una de las variables incluidas (tanto Activas cómo Ilustrativas en función de las dimensiones). A diferencia del apartado 3, en esta ocasión no se presentan diferentes tamaños de círculos, ya que, todas las categorías todos los puntos) representan alrededor del 50% de las imágenes.

En el mapa factorial se representan los valores con más presencia (es decir, no se han representado los puntos en qué hay Absencia, aunque han sido considerados en el análisis):



En el siguiente Mapa Factorial, se presentan la representación de los Valores pintados de distinto color según las respuestas: Valor NO presente en naranja, Valor Desfavorable en rojo, Valor Favorable-Desfavorable en verde y Valor Favorable en azul.

En el mapa factorial se representan los valores con más presencia (es decir, no se han representado los puntos en qué hay Absencia, aunque han sido considerados en el análisis):

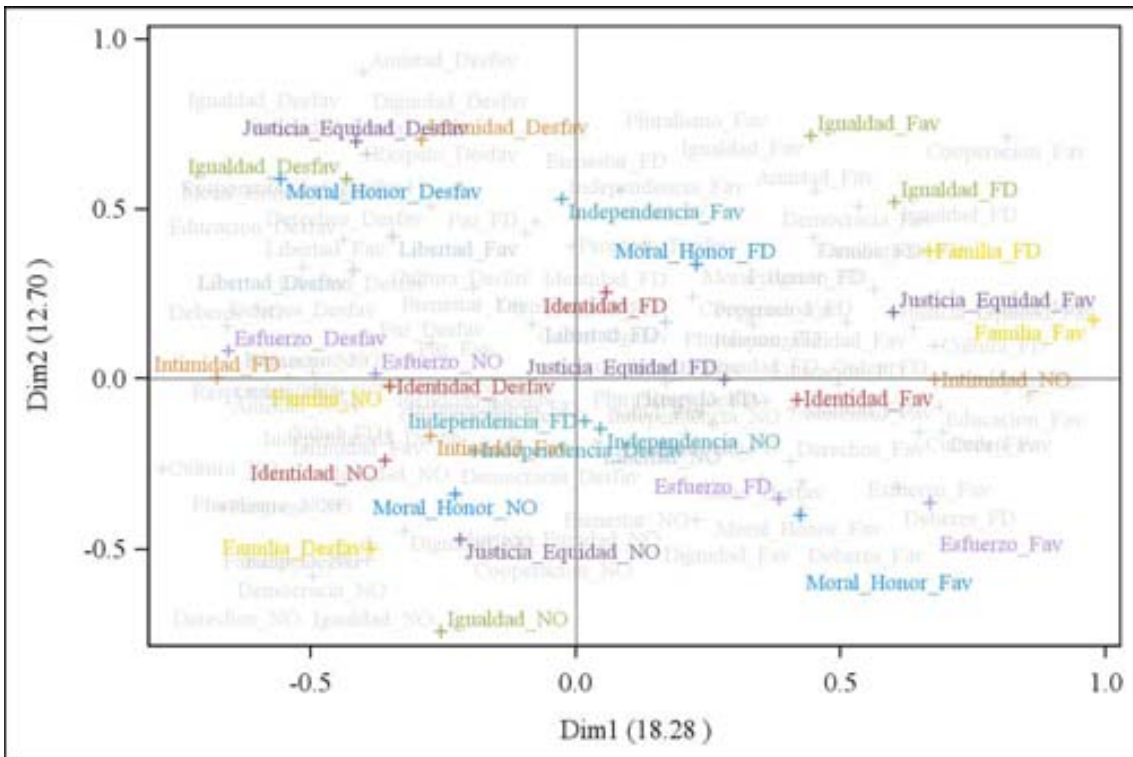
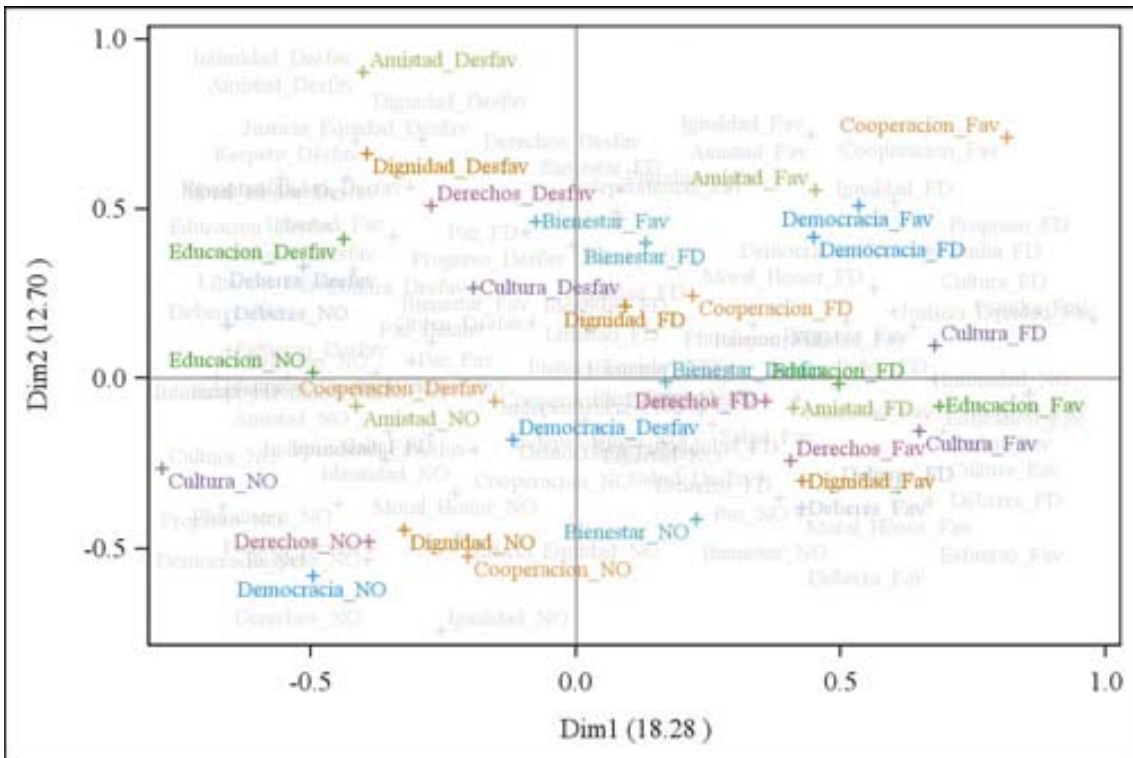


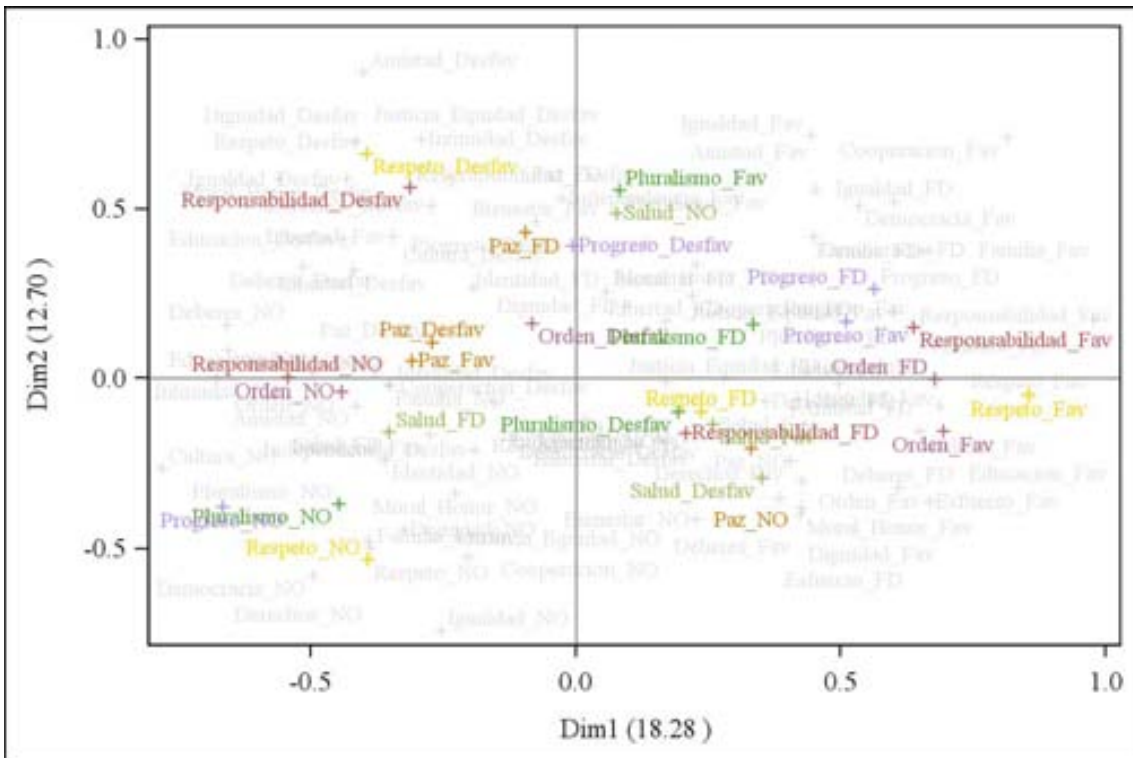
Al igual que en el anterior apartado, observamos que la primera dimensión separa los valores con respuesta No presente y Favorable-Desfavorable, de los valores Favorables y Desfavorables.

La segunda dimensión separa los valores con respuesta No presente y Favorable, de los valores, Desfavorables y Favorables-Desfavorables.

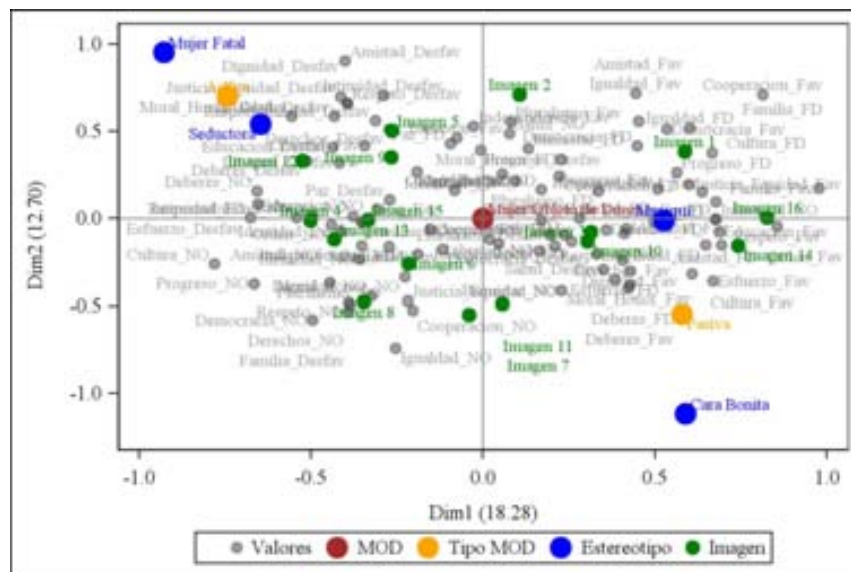
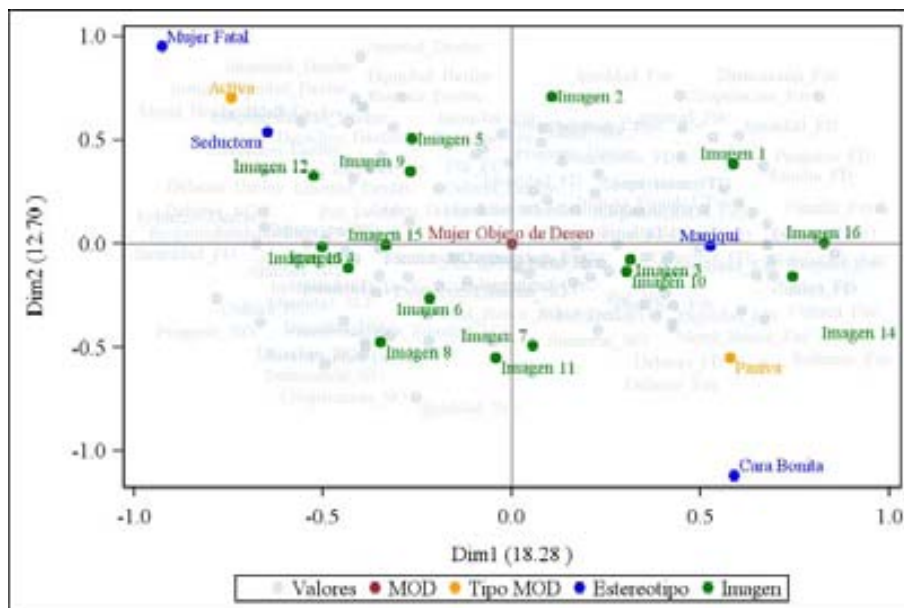
Aunque en algunos valores, las categorías de presencia están cerca de otras categorías. Por ejemplo, la categoría 'NO presente' del valor Intimidad está encima del eje x, muy próxima a otros valores Favorables y Favorables-Desfavorables. Es decir, cuando Intimidad NO está Presente se tiene que la imagen se asocia con Respeto Favorable, Familia Favorable Desfavorable, ..., valores próximos a cada punto.

Para visualizar de forma distinta los resultados obtenidos, en los siguientes 3 gráficos se presentan los Valores en el mismo Mapa Factorial (cada uno de los gráficos contiene unos 7 o 8 Valores).





En el siguiente Mapa Factorial se presentan las variables Ilustrativas y las imágenes en la representación de los dos primeros ejes.



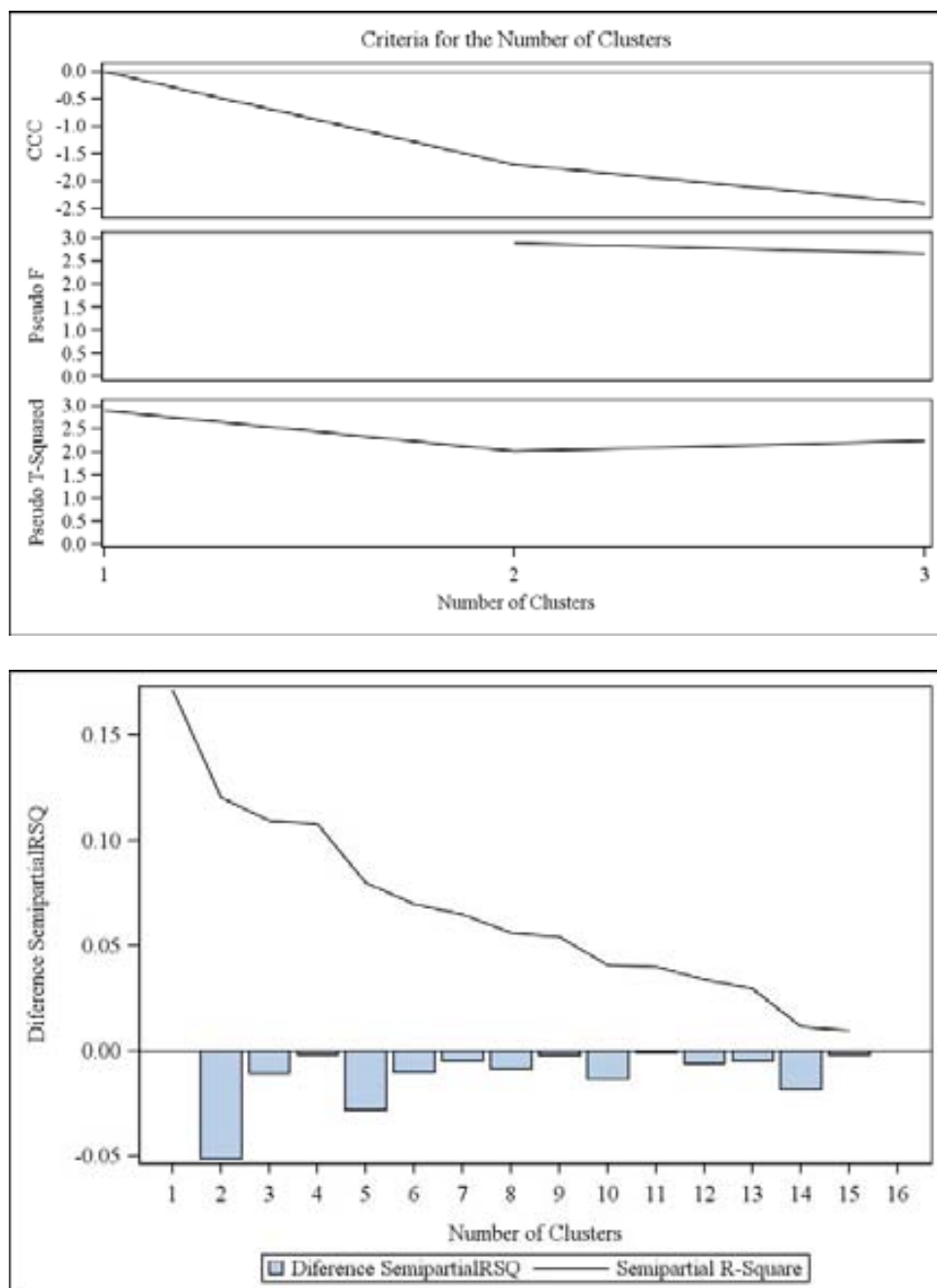
Observamos que la característica Activa, se representa en el cuadrante en el que hay más valores Desfavorables, además, los dos Estereotipos de tipo de Mujer Objeto de Deseo Activa, Mujer Fatal y Seductora, se representan en el mismo. Observamos que Mujer Fatal es más extrema que Seductora, es decir, queda más lejos del origen (0,0).

La característica Pasiva, se sitúa en el cuadrante en el que hay más Valores Favorables (aunque también hay valores Favorables-Desfavorables). El Estereotipo Maniquí se encuentra encima del eje x, entre los Valores Favorable-Desfavorable y Favorable. El Estereotipo Cara Bonita se encuentra muy alejado del origen, dentro del cuadrante Favorable, es decir, estas imágenes tienen muchas valoraciones con los Valores Favorables.

Respecto a las imágenes vemos que las imágenes 4, 5, 9 y 12 se encuentran cerca de las imágenes Activas. Y las imágenes 3, 7, 10 y 14 en las imágenes Pasivas.

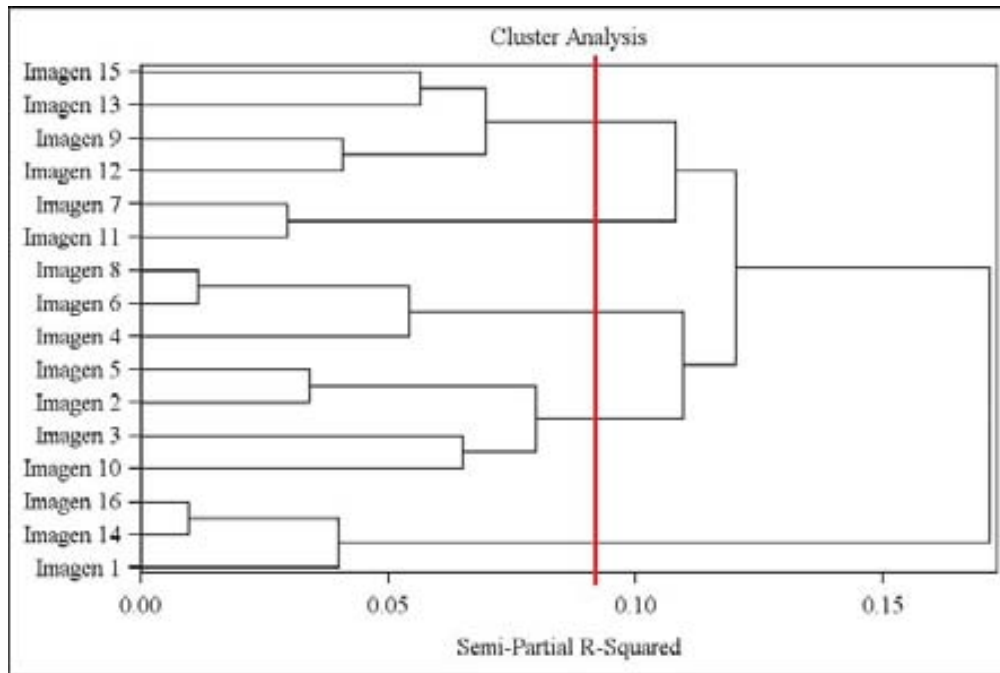
4.2 Clasificación en 5 grupos

A partir de los 9 primeros factores obtenidos en el análisis de correspondencias (80% de variabilidad explicada) se ha realizado una clasificación para agrupar las respuestas similares. Para poder decidir el número óptimo de clusters (grupos) de respuestas se han usados los siguientes 4 criterios: Cubic Cluster Criterium, Pseudo F, Pseudo T-Squared y Diference SemipartialRSQ. En el primer gráfico tan sólo se muestra hasta obtener 3 clusters (una quinta parte de la muestra), debido a que tan sólo tenemos 16 imágenes y si hacemos 3 grupos tendremos de media un poco más de 5 observaciones por cluster. Aunque en esta ocasión se ha decidido realizar 5 grupos, obteniendo así una media un poco superior a 3 imágenes por grupo/cluster.

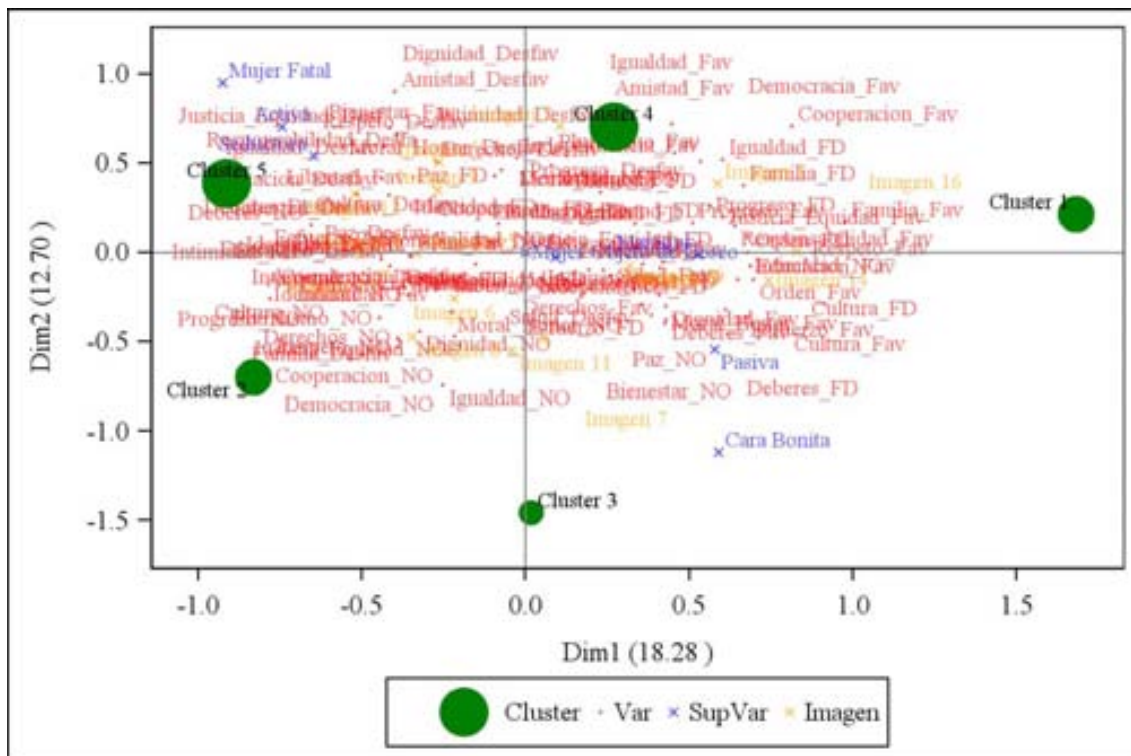


En este análisis se ha decidido realizar 5 grupos/Clusters debido a que es una partición en que la Semi-Partial R-Square es muy grande con respecto a los anteriores. Semi-Partial R-Square es una medida de la homogeneidad de la unión de dos clusters, cuando este parámetro es pequeño, se están uniendo grupos con características similares, cuando más grande sea Semi-Partial R-Square implica que los grupos que se juntan en este paso son más diferentes.

En el siguiente dendrograma se observa cómo se han definido los 5 grupos de respuestas:



En el siguiente Mapa Factorial se representan las variables Activas, Ilustrativas y Clusters:



Obteniendo que el Cluster 1 y 2 están formados por 3 imágenes, el Cluster 3 está formado por 2 imágenes y los Clusters 4 y 5 están formados por 4 imágenes:

Cluster	N respuestas	%
Cluster 1	3	18.75
Cluster 2	3	18.75
Cluster 3	2	12.50
Cluster 4	4	25.00
Cluster 5	4	25.00
Total	16	100.00

En la siguiente tabla se presenta por cada imagen a qué Cluster se le ha asignado:

Cluster	Imagen	MOD Definido	Pas_Act Definido	Estereotipo Definido
Cluster 1	1	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Maniquí
	14	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Cara Bonita
	16	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	.
Cluster 2	4	Mujer Objeto de Deseo	Activa	Seductora
	6	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Maniquí
	8	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	.
Cluster 3	11	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Cara Bonita
	7	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Cara Bonita

Cluster	Imagen	MOD Definido	Pas_Act Definido	Estereotipo Definido
Cluster 4	10	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	Maniquí
	2	Mujer Objeto de Deseo	Activa	Seductora
	3	Mujer Objeto de Deseo	Pasiva	.
	5	Mujer Objeto de Deseo	Activa	.
Cluster 5	12	Mujer Objeto de Deseo	Activa	Mujer Fatal
	13	Mujer Objeto de Deseo	Activa	Seductora
	15	Mujer Objeto de Deseo	Activa	.
	9	Mujer Objeto de Deseo	Activa	Mujer Fatal

4.2.1 Valores relevantes en cada Cluster

En las siguientes tablas se presentan los Valores que en cada cluster son significativamente más presentes que en la totalidad de las respuestas.

Se presentan:

- Cluster: Cluster y número de respuestas que lo forman.
- Valor (%Total) = Valor y presencia o influencia y % respuestas con esta característica en Toda la muestra, todas las respuestas.
- %Variable en el Cluster= % de respuestas con esta característica en el cluster.
- %Cluster en la Variable= Porcentaje de respuestas con esta característica en el cluster, respecto al total de respuestas con esta característica.
- P_valor: Se ha calculado la probabilidad de qué teniendo un total de 856 respuestas, los porcentajes de respuestas con cada característica en la muestra y en el cluster sean iguales. Este cálculo se realiza suponiendo que se comporta como una Hypergeometrica.

En esta ocasión se presentan todas las características relevantes de cada Cluster con p-valor<0.1, ya que, tenemos muy pocas observaciones.

4.2.1.1 Cluster 1

Se presentan los Valores con su valoración más frecuentes en el cluster que en la totalidad de las imágenes:

Cluster	Valor (%Total)	Respuesta	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 1 (N=3)	Cooperación (31.25%)	Fav	100.0%	60.00%	0.0179
	Familia (37.50%)	Fav	100.0%	50.00%	0.0357
	Igualdad (43.75%)	FD	100.0%	42.86%	0.0625
	Respeto (43.75%)	Fav	100.0%	42.86%	0.0625

- En el cluster 1, formado por 3 imágenes, tenemos que en todas ellas se ha detectado el Valor Cooperación, el Valor Familia y el Valor Respeto Favorablemente, además el Valor Igualdad Favorable-Desfavorable. Es decir, son más frecuentes que en el resto de la muestra. Por ejemplo, en el caso del Valor Cooperación Favorable, tenemos un total de 31.25% de las imágenes con esta característica Presente. En este cluster, el 100% de las imágenes han marcado Valor Cooperación Favorable, y además corresponden a un 60% de las imágenes que han contestado el Valor Cooperación como Favorable. Existen diferencias estadísticamente significativas entre el porcentaje de imágenes que han detectado el valor Cooperación como Favorable en la muestra y en el cluster, p_valor=0.0179.

4.2.1.2 Cluster 2

Se presentan los Valores con su valoración más frecuentes en el cluster que en la totalidad de las imágenes:

Cluster	Valor (%Total)	Respuesta	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 2 (N=3)	Deberes (43.75%)	Desfav	100.0%	42.86%	0.0625

- En el cluster 2 (3 imágenes), tan sólo se ha detectado una característica estadísticamente significativa al 10%. Se ha considerado que el Valor Deberes tiene una presencia Desfavorable en un 43.75% de las imágenes. En el Cluster 2 el 100% de las imágenes han marcado Valor Deberes Desfavorable, y además corresponden a un 42.86% de las imágenes que han contestado el Valor Deberes cómo Desfavorable. Existen diferencias estadísticamente significativas entre el porcentaje de imágenes que han detectado el valor Deberes cómo Desfavorable en la muestra y en el cluster, $p_valor=0.0625$.

4.2.1.3 Cluster 3

En este Cluster, no se ha detectado ninguna presencia de Valor que sea estadísticamente significativa al 10%. En el caso de las variables Ilustrativas (las qué no participan activamente en el análisis) se ha detectado que el Estereotipo Cara Bonita es más frecuentes en el cluster que en la totalidad de las imágenes:

Cluster	Valor (%Total)	Respuesta	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 3 (N=2)	Cara Bonita (18.75%)	.	100.0%	66.67%	0.0250

- En el cluster 3 (2 imágenes), tan sólo se ha detectado una característica ilustrativa estadísticamente significativa al 10%. Se ha considerado que el Estereotipo Cara Bonita en un 18.75% de las imágenes. En el Cluster 3 el 100% de las imágenes corresponden al Estereotipo Cara Bonita, y además corresponden a un 66.67% de las imágenes que han sido consideradas Cara Bonita. Existen diferencias estadísticamente significativas entre el porcentaje de respuestas que son Cara Bonita en la muestra y en el cluster, $p_valor=0.0250$.

4.2.1.4 Cluster 4

Se presentan los Valores con su valoración más frecuentes en el cluster que en la totalidad de las imágenes:

Cluster	Valor (%Total)	Respuesta	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 4 (N=4)	Bienestar (50.00%)	FD	100.0%	50.00%	0.0385
	Independencia (50.00%)	Fav	100.0%	50.00%	0.0385
	Libertad (43.75%)	FD	100.0%	57.14%	0.0192
	Libertad (50.00%)	Fav	100.0%	50.00%	0.0385
	Paz (50.00%)	FD	100.0%	50.00%	0.0385
	Responsabilidad (56.25%)	Fav	100.0%	44.44%	0.0692

- En el cluster 4 (4 imágenes), se ha detectado las siguientes características estadísticamente significativa al 10%: Los Valores Bienestar, Libertad y Paz como Valores Favorables-Desfavorables; Los Valores Independencia, Libertad y Responsabilidad como Valores Favorables. Por ejemplo, en el caso del Valor Libertad, en el Cluster se obtiene que en todas las imágenes hay una presencia mayor que la habitual de Favorables-Desfavorables y de Favorables. En el total de la muestra, un 43.75% de Favorables-Desfavorables y un 50% de Favorables del Valor Libertad. Estas 4 imágenes corresponden a más del 50% de las imágenes que han contestado que el Valor Libertad es Favorable-Desfavorable o Favorable, respectivamente. En ambos casos, existen diferencias estadísticamente significativas entre el porcentaje de imágenes que han detectado el valor Libertad como Favorable-Desfavorable o bien como Favorable en la muestra y en el cluster, $p_{\text{valor}}=0.0192$ y 0.0385 , respectivamente.

4.2.1.5 Cluster 5

Se presentan los Valores y algunas características ilustrativas con su valoración más frecuentes en el cluster que en la totalidad de las imágenes:

Cluster	Valor (%Total)	Respuesta	%Variable en el Cluster	%Cluster en la Variable	p-valor
Cluster 5 (N=4)	Cooperación (50.00%)	Desfav	100.0%	50.00%	0.0385
	Cultura (50.00%)	NO	100.0%	50.00%	0.0385
	Dignidad (50.00%)	Desfav	100.0%	50.00%	0.0385
	Igualdad (50.00%)	Desfav	100.0%	50.00%	0.0385
	Intimidad (50.00%)	FD	100.0%	50.00%	0.0385
	Libertad (50.00%)	Desfav	100.0%	50.00%	0.0385
	Moral-Honor (50.00%)	Desfav	100.0%	50.00%	0.0385
	Orden (50.00%)	NO	100.0%	50.00%	0.0385
	Respeto (50.00%)	Desfav	100.0%	50.00%	0.0385
	Activa (43.75%)	.	100.0%	57.14%	0.0192
	Mujer Fatal (12.50%)	.	50.00%	100.0%	0.0500

- En el cluster 5 (4 imágenes), se ha detectado las siguientes características estadísticamente significativa al 10%: Los Valores Cooperación, Dignidad, Igualdad, Libertad, Moral-Honor y Respeto cómo Valores Desfavorables; Los Valores Cultura, Intimidad y Orden cómo Valores No Presentes. Por ejemplo, en el caso del Valor Cooperación Desfavorable, tenemos un total de 50% de las imágenes con esta característica Presente. En este cluster, el 100% de las imágenes han marcado Valor Cooperación cómo Valor Desfavorable, y además corresponden a un 50% de las imágenes que han contestado el Valor Cooperación cómo Desfavorable. Existen diferencias estadísticamente significativas entre el porcentaje de imágenes que han detectado el valor Cooperación cómo Desfavorable en la muestra y en el cluster, $p_valor=0.0385$.
- Además, en el Cluster 5 (4 imágenes), se han detectado Activa y Mujer Fatal cómo características ilustrativas estadísticamente significativa al 10%. Por ejemplo, se ha considerado que el Estereotipo Mujer Fatal en un 12.5% de las imágenes. En el Cluster 5 el 50% de las imágenes corresponden al Estereotipo Mujer Fatal, y además corresponden al 100% de las imágenes que han sido consideradas Mujer Fatal, es decir, están todas las imágenes con este Estereotipo en este Cluster. Existen diferencias estadísticamente significativas entre el porcentaje de respuestas que son Mujer Fatal en la muestra y en el cluster, $p_valor=0.05$.

Tabla resumen de características de los Valores influyentes en la definición de cada cluster.

Representados en verde las características más relevantes en el cluster que en la totalidad de imágenes, en rojo las características que están menos presentes en éste cluster que en la muestra, y los porcentajes marcados en gris corresponden a aquellas características en que no hay diferencias estadísticamente significativas entre el porcentaje de imágenes en el cluster y en la totalidad de imágenes. Para cada celda se presentan los porcentajes en el siguiente orden: No presente, Desfavorable, Favorable-Desfavorable, Favorable.

Valor (NO;Desfav;Fav-desfav;Fav)	Cluster 1 (N=3)	Cluster 2 (N=3)	Cluster 3 (N=2)	Cluster 4 (N=4)	Cluster 5 (N=4)
Amistad (50%; 44%; 50%; 44%)	0%;33%;100%;67%	100%;33%;33%;0%	0%;0%;100%;50%	75%;50%;25%;75%	50%;75%;25%;25%
Bienestar (50%; 56%; 50%; 50%)	100%;67%;33%;33%	67%;100%;0%;33%	50%;0%;50%;50%	0%;75%;100%;75%	50%;25%;50%;50%
Cooperación (50%; 50%; 50%; 31%)	0%;67%;67%;100%	100%;33%;0%;0%	100%;50%;50%;0%	75%;0%;50%;25%	0%;100%;75%;25%
Cultura (50%; 50%; 50%; 50%)	0%;33%;100%;100%	100%;100%;0%;33%	50%;0%;100%;50%	0%;75%;75%;75%	100%;25%;0%;0%
Deberes (50%; 44%; 50%; 50%)	0%;33%;100%;100%	67%;100%;33%;100%	50%;0%;50%;50%	50%;25%;50%;25%	75%;50%;25%;0%
Democracia (50%; 50%; 50%; 50%)	0%;33%;100%;100%	100%;67%;0%;33%	100%;100%;0%;0%	25%;50%;75%;75%	50%;25%;50%;25%
Derechos (50%; 50%; 50%; 50%)	0%;33%;100%;67%	100%;67%;0%;33%	100%;0%;50%;100%	50%;75%;25%;50%	25%;50%;75%;25%
Dignidad (50%; 50%; 50%; 56%)	33%;33%;67%;100%	100%;33%;33%;67%	100%;0%;50%;50%	0%;50%;50%;50%	50%;100%;50%;25%
Educación (50%; 50%; 50%; 50%)	0%;33%;100%;100%	100%;100%;0%;33%	0%;0%;100%;50%	50%;50%;50%;75%	75%;50%;25%;0%
Esfuerzo (50%; 50%; 50%; 50%)	0%;0%;100%;100%	67%;100%;33%;33%	50%;0%;50%;100%	50%;50%;25%;50%	75%;75%;50%;0%
Familia (50%; 44%; 50%; 38%)	0%;33%;100%;100%	67%;67%;0%;0%	100%;50%;0%;0%	75%;0%;75%;50%	25%;75%;50%;25%
Identidad (50%; 50%; 50%; 50%)	33%;33%;33%;67%	100%;100%;0%;0%	0%;0%;100%;100%	25%;50%;75%;75%	75%;50%;50%;25%
Igualdad (50%; 50%; 44%; 50%)	0%;33%;100%;100%	100%;33%;33%;0%	100%;0%;0%;0%	50%;50%;75%;75%	25%;100%;0%;50%
Independencia (50%; 50%; 50%; 50%)	67%;33%;33%;33%	67%;67%;33%;33%	50%;50%;50%;0%	25%;50%;50%;100%	50%;50%;75%;50%
Intimidación (50%; 50%; 50%; 63%)	100%;33%;0%;33%	67%;33%;33%;67%	0%;0%;100%;100%	75%;75%;25%;50%	0%;75%;100%;75%
Justicia-Equidad (50%; 50%; 56%; 50%)	0%;33%;100%;100%	33%;67%;100%;33%	100%;0%;0%;50%	75%;50%;50%;75%	50%;75%;25%;0%
Libertad (50%; 50%; 44%; 50%)	100%;33%;33%;0%	33%;67%;33%;67%	100%;0%;0%;0%	0%;25%;100%;100%	75%;100%;25%;50%
Moral-Honor (50%; 50%; 50%; 50%)	33%;0%;67%;100%	67%;33%;33%;100%	50%;0%;50%;50%	25%;75%;75%;25%	75%;100%;25%;0%
Orden (50%; 50%; 50%; 50%)	0%;33%;100%;100%	0%;100%;67%;33%	100%;0%;0%;100%	50%;75%;75%;50%	100%;25%;0%;0%

Valor (NO;Desfav;Fav-desfav;Fav)	Cluster 1 (N=3)	Cluster 2 Cluster 2 (N=3)	Cluster 3 Cluster 3 (N=2)	Cluster 4 Cluster 4 (N=4)	Cluster 5 Cluster 5 (N=4)
Paz (50%; 56%; 50%; 50%)	100%;33%;33%;0%	0%;100%;67%;67%	100%;0%;0%;50%	0%;50%;100%;75%	75%;75%;25%;50%
Pluralismo (56%; 38%; 50%; 50%)	0%;33%;100%;67%	100%;67%;33%;33%	100%;50%;50%;0%	50%;50%;25%;75%	50%;0%;50%;50%
Progreso (50%; 50%; 50%; 50%)	0%;33%;100%;100%	100%;33%;0%;67%	100%;50%;50%;0%	25%;75%;75%;50%	50%;50%;25%;25%
Respeto (50%; 50%; 50%; 44%)	0%;33%;67%;100%	100%;33%;100%;0%	100%;0%;50%;50%	25%;50%;50%;50%	50%;100%;0%;25%
Responsabilidad (50%; 56%; 56%; 56%)	0%;33%;67%;100%	67%;67%;33%;33%	100%;0%;50%;50%	50%;75%;50%;100%	50%;75%;75%;0%
Salud (50%; 44%; 44%; 63%)	100%;67%;0%;67%	33%;67%;67%;33%	0%;0%;50%;100%	25%;50%;50%;75%	75%;25%;50%;50%

Tabla resumen de las variables Ilustrativas en cada cluster, también marcado en colores según sea más, menos o igual de frecuente que en la totalidad de las respuestas:

Característica y %presencia	Cluster 1 (N=3)	Cluster 2 (N=3)	Cluster 3 (N=2)	Cluster 4 (N=4)	Cluster 5 (N=4)
Pasiva (56.3%)	100%	66.7%	100%	50.0%	0.0%*
Activa (43.8%)	0.0%*	33.3%	0.0%*	50.0%	100%*
Maniquí (18.8%)	33.3%	33.3%	0.0%*	25.0%	0.0%*
Cara Bonita (18.8%)	33.3%	0.0%*	100%*	0.0%*	0.0%*
Seductora (18.8%)	0.0%*	33.3%	0.0%*	25.0%	25.0%
Mujer Fatal (12.5%)	0.0%*	0.0%*	0.0%*	0.0%*	50.0%*

RELACIÓN DE IMÁGENES DE LA MUESTRA DEL CORPUS 2

Estas imágenes han sido utilizadas en la tercera fase de la investigación. Validación del modelado Mujer Objeto de Deseo y Evaluación de Valores: Investigación cuasi-experimental. (Capt. 6).

N.º IMAGEN	REVISTA	FECHA PUBLICACIÓN	TIPO IMAGEN	MARCA ANUNCIANTE
01	Elle	Marzo 2013	Anuncio	Louis Vuitton
02	Vogue	Marzo 2013	Anuncio	Dolce & Gabbana
03	Elle	Octubre 2013	Anuncio	Carolina Herrera
04	Elle	Marzo 2013	Anuncio	H&M
05	Elle	Marzo 2013	Editorial	-
06	Vogue	Marzo 2013	Editorial	-
07	Elle	Octubre 2014	Anuncio	Estee Lauder
08	Elle	Marzo 2015	Anuncio	Estrena
09	Vogue	Octubre 2013	Anuncio	Stuart Weitzman
10	Elle	Marzo 2015	Anuncio	H&M
11	Elle	Octubre 2013	Anuncio	Yves Saint Laurent
12	Elle	Marzo 2013	Editorial	-
13	Elle	Octubre 2014	Editorial	-
14	Elle	Marzo 2013	Anuncio	Prada
15	Vogue	Marzo 2013	Editorial	-
16	Vogue	Octubre 2014	Anuncio	Longchamp

GRUPO	N.º	RASGO	MUJER OBJETO DE DESEO	PASIVA	ACTIVA	MANI QUÍ	CARA BONITA	SEDUC- TORA	MUJER FATAL
A. FISICO	1	Raza blanca	X	X	X	X	X	X	X
	2	Pálida		X		X	X		
	3	Bronceada ligeramente							X
	4	Color pelo claro						X	
	5	Melena	X	X	X	X	X	X	X
	6	Cabello liso		X		X	X		
	7	Pupilas claras	X	X	X	X	X	X	X
	8	Muy delgada	X	X	X	X	X	X	X
	9	Anónima				X			X
	10	Famosa						X	
B. INDUMENTARIA Y MAQUILLAJE	1	Peinado suelto							X
	2	Maquillaje ojos marcado			X		X	X	X
	3	Tono labial suave					X		X
	4	Color uñas claras	X	X	X	X	X	X	X
	5	Uñas cortas	X	X	X	X	X	X	X
	6	Vestida	X	X	X	X	X	X	X
	7	Ropa ajustada	X	X	X	X	X	X	X
	8	Lleva anillo/s, pendientes y pulsera/s.							X
C. ACCIÓN	1	Ojos abiertos	X	X	X	X	X	X	X
	2	Nos mira			X			X	X
	3	Mira hacia otra parte				X			
	4	Boca entreabierta						X	
	5	Seria	X	X	X	X	X	X	X
	6	Incitación sexual explícita		NO	SI	NO	NO	SI	SI
	7	De pie				X			
	8	Sentada, apoyada o de rodillas						X	
	9	Recostada o acostada							X
	10	Postura forzada	X	X	X	X	X	X	X
	11	Interpone un elemento entre ella y el receptor.		X			X	X	
D. CONTEXTO	1	Sola	X	X	X	X	X	X	X
	2	Sin situación personal ni laboral	X	X	X	X	X	X	X
	3	Contextualizada			SI	SI	NO	SI	SI
	4	Interior			X		X	X	X
	5	Espacio público		X		X	X		
E. FOTOGRAFICOS	1	Imagen centrada en el rostro					X		
	2	Imagen centrada en el cuerpo			X	X		X	X

RASGOS VISUALES DEL PATRÓN MUJER OBJETO DE DESEO, TIPOS Y ESTEREOTIPOS

MUJER OBJETO DE DESEO

- A 1. Raza blanca
- A5. Melena
- A7. Pupilas claras
- A8. Muy delgada
- B4. Color uñas claras
- B5. Uñas cortas
- B6. Vestida
- B7. Ropa ajustada
- C1. Ojos abiertos
- C5. Seria
- C10. Postura forzada
- D1. Sola
- D2. Sin situación personal ni laboral.

PASIVA

- A2. Pálida
- A6. Cabello liso
- C6. No Incitación sexual explícita.*
- D5. Espacio público
- C11. Interpone entre ella y el receptor un elemento*

ACTIVA

- B2. Maquillaje ojos marcados.
- C2. Nos mira.
- C6. Incitación sexual explícita.*
- D3. Contextualizada
- D4. Interior
- E2. imagen del cuerpo.

MANIQUÍ

- A9. Anónima.
- C3. Mira hacia otra parte.
- C7. De pie
- D3. Contextualizada.
- E2. Imagen del cuerpo.

CARA BONITA

- B2. Maquillaje ojos marcados.
- B3. Tono labial suave
- D3. No contextualizada.*
- D4. Interior.
- E1. Imagen del rostro.*

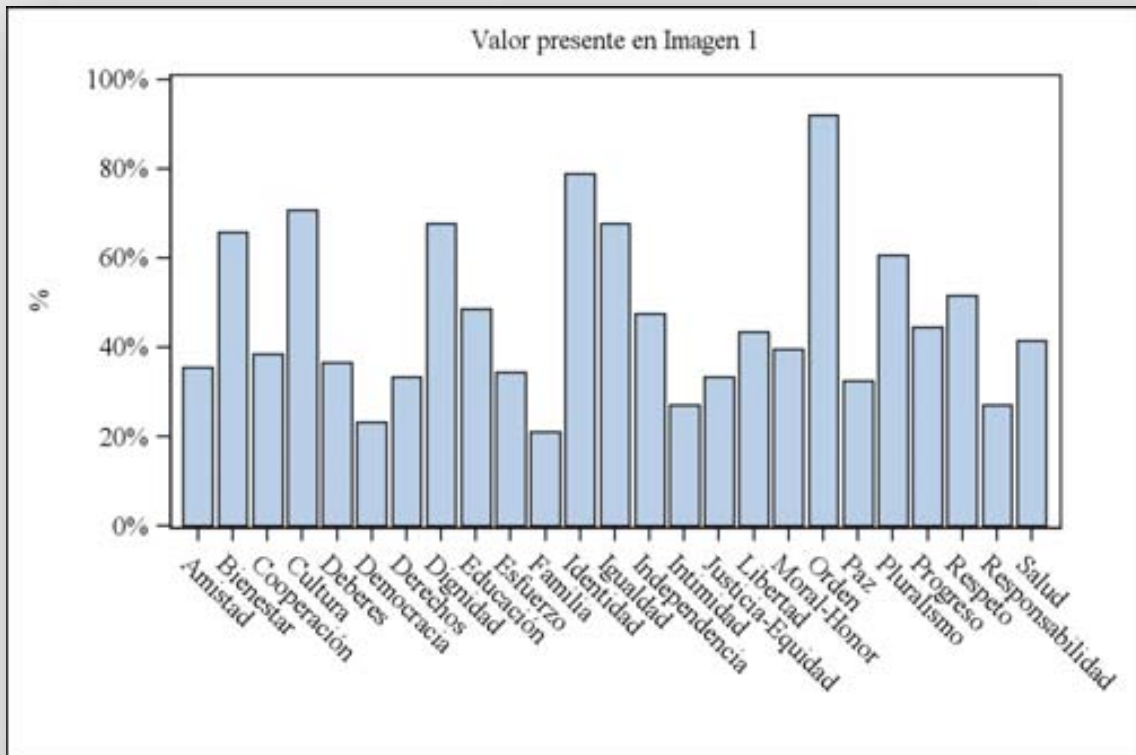
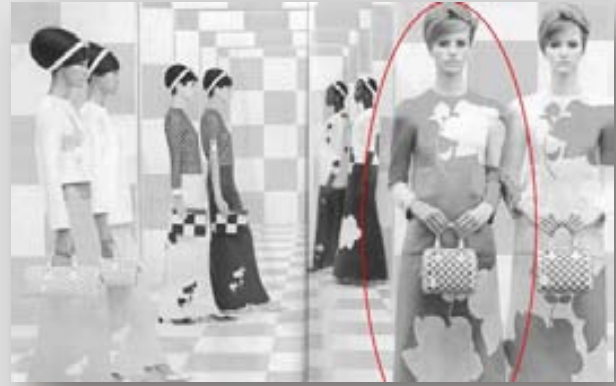
SEDUCTORA

- A4. Color de pelo claro
- A10. Famosa*
- C4. Boca entreabierta
- C8. Sentada, apoyada o de rodillas.*

MUJER FATAL

- A3. Bronceada ligeramente.
- A9. Anónima.
- B1. Peinado suelto.
- B3. Tono labial suave.
- B8. Lleva anillo/s, pendientes y pulsera/s.
- C9. Recostada o acostada.*

IMAGEN 1
PRESENCIA DE VALORES



Los valores más transmitidos son:

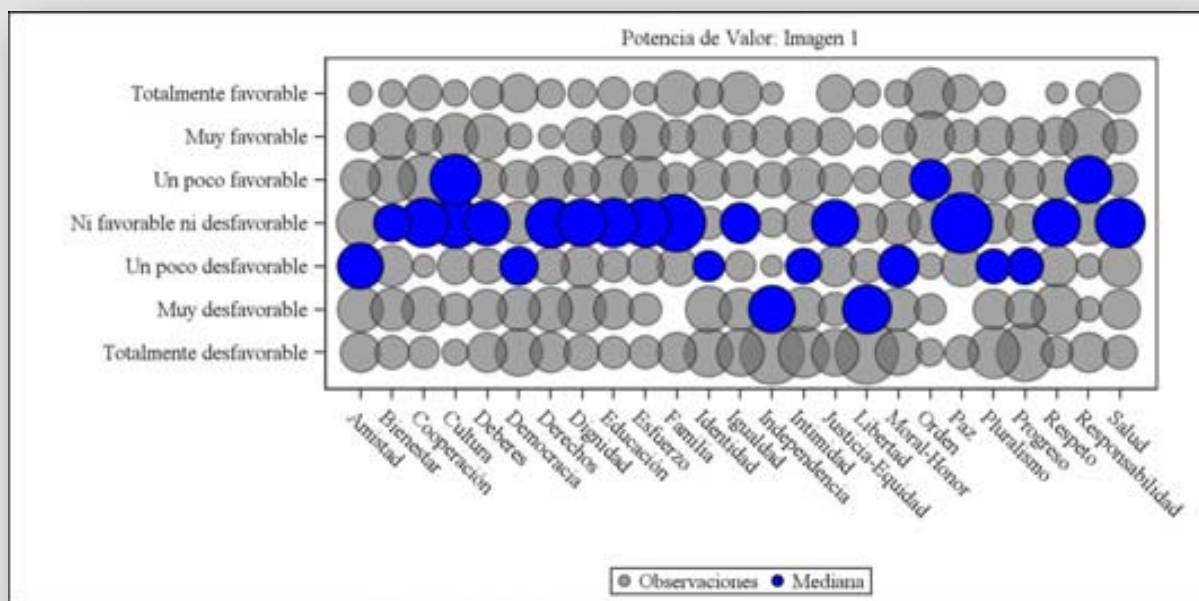
- **Orden**, han señalado que transmitía este valor un 91.92% de las respuestas de todas las respuestas.
- **Identidad**, con 78.79% han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura**, 70.71% han señalado que transmitía este valor.

Los valores menos transmitidos son:

- **Familia**, 21.21% han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, 23.23% han señalado que transmitía este valor.
- **Intimidad**, 27.27% han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, 27.27% han señalado que transmitía este valor.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 1
CARGA DE VALORES



Observamos que en la primera imagen, de las personas que encuentran que **Amistad** está presente en la imagen:

- El 14.29% cree que su influencia es totalmente desfavorable.
- El 20% valora que su influencia es muy desfavorable.
- El 20% valora que su influencia es un poco desfavorable.
- El 22.86% valora que ni es favorable ni desfavorable.
- El 14.29% valora que es un poco favorable.
- El 5.71 cree que es muy favorable.
- El 2.86% cree que es totalmente favorable.

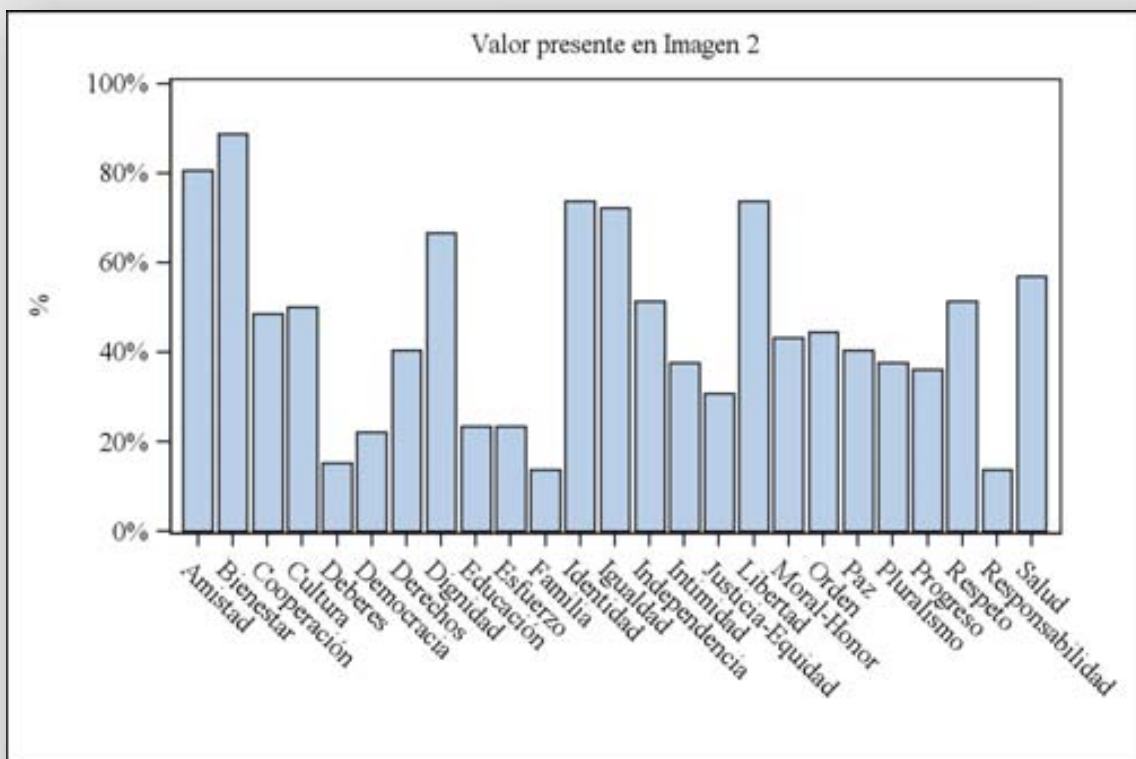
Con esto, se reportan los porcentajes de respuestas de cada tipo de influencia y se calcula la mediana de los datos, es decir, el valor central de los datos. En el caso de Amistad la mediana de valoración es Un poco desfavorable, ya que:

- Más del 50% de los datos son cómo mucho **Un poco desfavorable**: Totalmente desfavorable, Muy desfavorable i Un poco desfavorable.
- Más del 50% de los datos son cómo mínimo **Un poco desfavorable**: Un poco desfavorable, ni favorable ni desfavorable, Un poco favorable, Muy favorable y Totalmente favorable.

En el caso de **Cultura**, tenemos dos círculos que representan la mediana, es decir, no hay un único valor central, hay dos:

- Un 50% de los datos son cómo mucho **Ni favorable ni desfavorable**.
- Un 50% de los datos son como mínimo **Un poco favorable**.

IMAGEN 2
PRESENCIA DE VALORES



Los valores más transmitidos son:

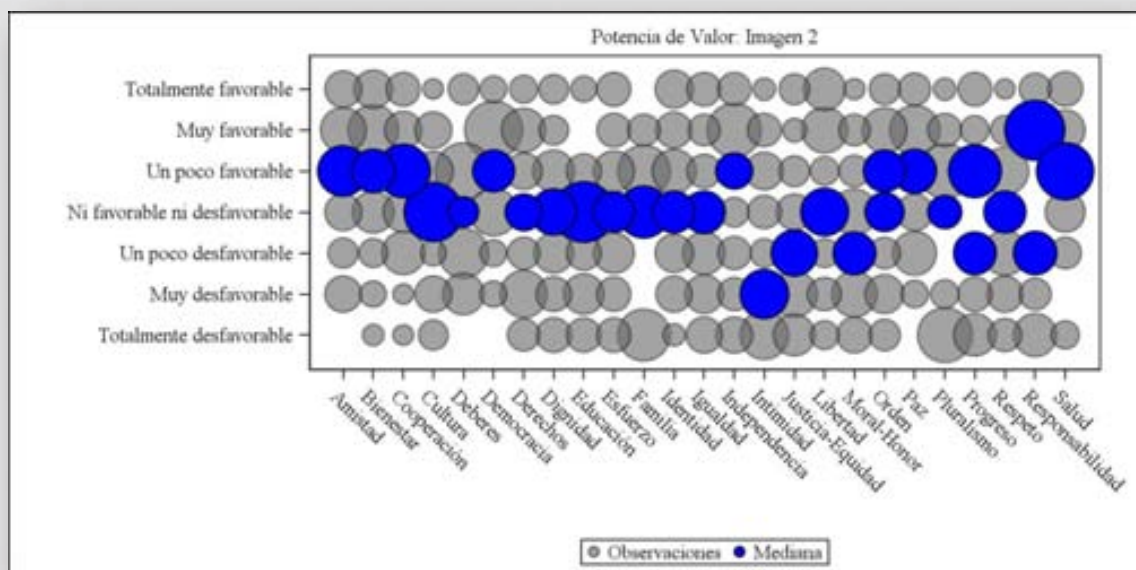
- **Bienestar**, un 88.89% de las respuestas de todas las respuestas han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad**, el 80.56% que han señalado que transmitía este valor.
- **Identidad** y **Libertad**, el 73.61% han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad**, el 72.22% han señalado que transmitía este valor.

Los valores menos transmitidos son:

- **Familia** y **Responsabilidad**, 13.89% han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, 15.28% han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, 22.22% han señalado que transmitía este valor.
- **Educación** y **Esfuerzo**, 23.61% han señalado que transmitía este valor.

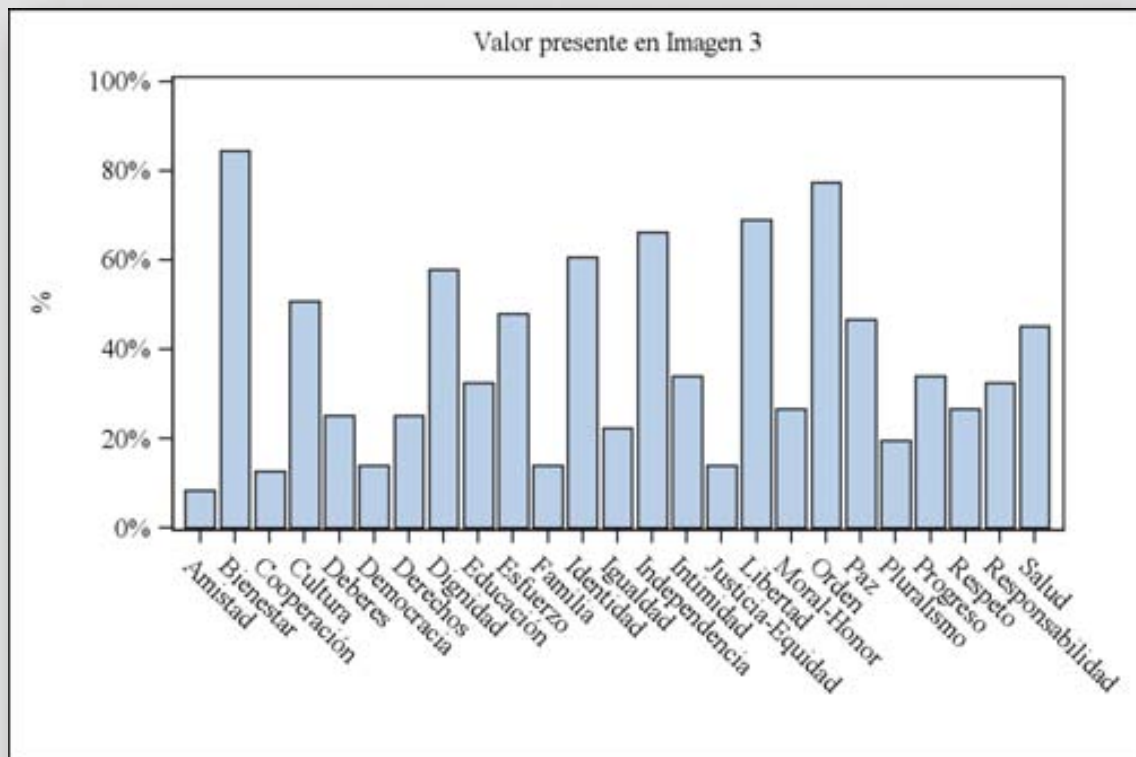
INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 2
CARGA DE VALORES



-
- La mediana de influencia de los valores Amistad, Bienestar, Cooperación, Derechos, Independencia, Orden, Paz y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Justicia-Equidad y Moral-Honor es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Intimidad es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**.

IMAGEN 3
PRESENCIA DE VALORES



Los valores más transmitidos son:

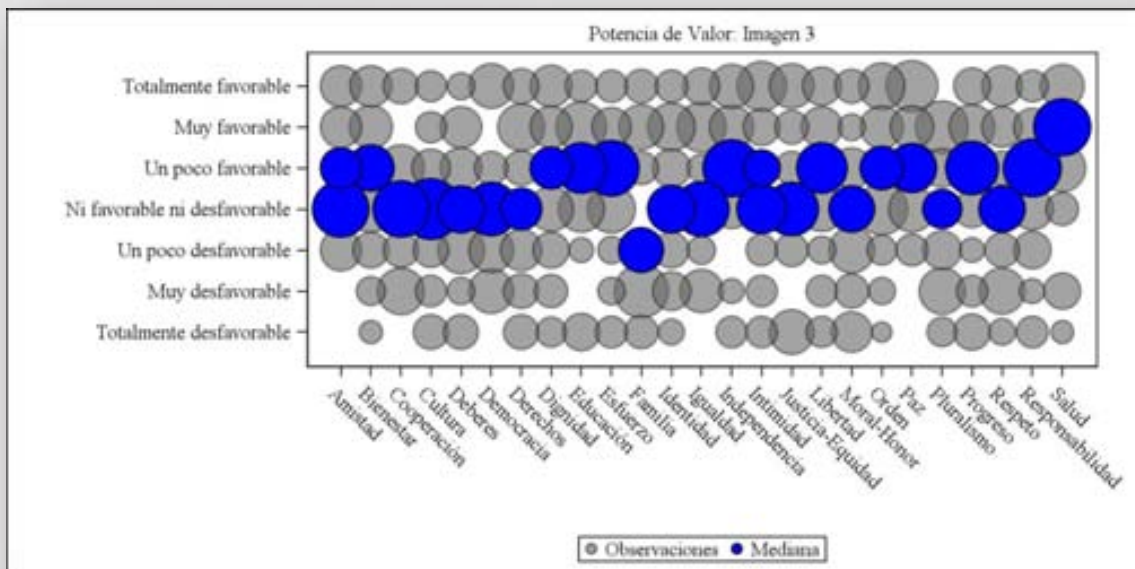
- **Bienestar**, han señalado que transmitía este valor un 84.51% de las respuestas de todas las respuestas.
- **Orden**, con 77.46% que han señalado que transmitía este valor.

Los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 8.45% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación**, con 12.68% que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia, Familia y Justicia-Equidad**, con 14.08% que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 19.72% que han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad**, con 22.54% que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes y Derechos**, con 25.35% que han señalado que transmitía este valor.
- **Respeto**, con 26.76% que han señalado que transmitía este valor.

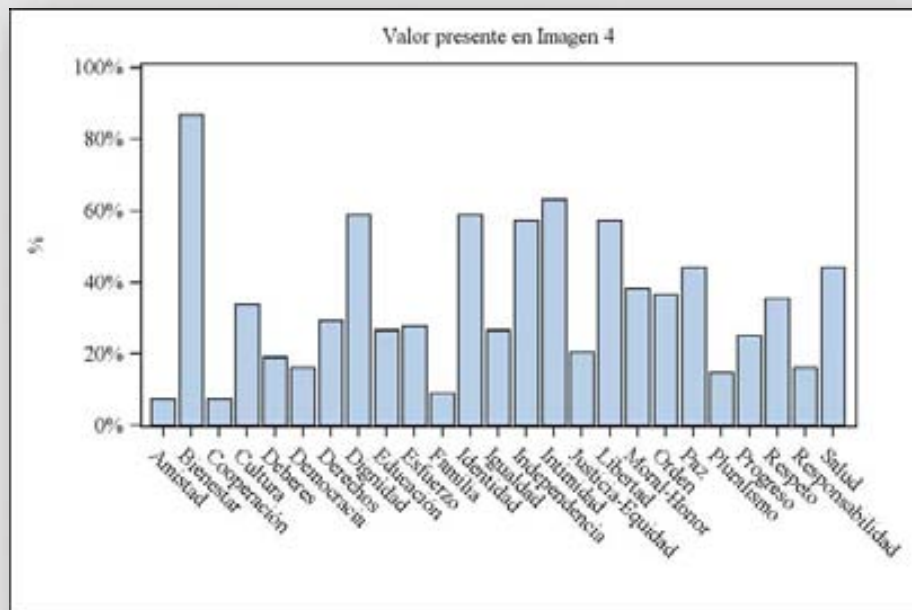
INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 3
CARGA DE VALORES



-
- La mediana de influencia del valor Salud es **Muy favorable**.
- La mediana en los valores Bienestar, Dignidad, Educación, Esfuerzo, Independencia, Libertad, Orden, Paz, Progreso y Responsabilidad es **Un poco favorable**.
- La mediana del valor Familia es **Un poco desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre ni favorable ni desfavorable y un poco.

IMAGEN 4
PRESENCIA DE VALORES



Los valores más transmitidos son:

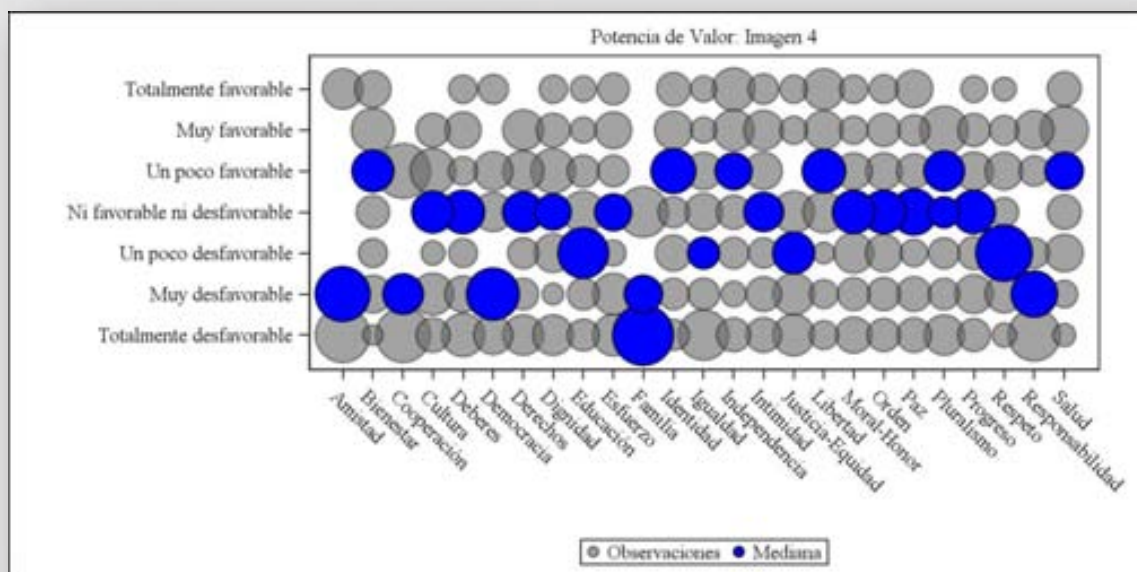
- **Bienestar**, han señalado que transmitía este valor un 86.76% de todas las respuestas.

Los valores menos transmitidos son:

- **Amistad y Cooperación**, con 7.35% que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia**, con 8.82% que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 14.71% que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia y Responsabilidad**, con 16.18% que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 19.12% que han señalado que transmitía este valor.
- **Justicia-Equidad**, con 20.59% que han señalado que transmitía este valor.
- **Progreso**, con 25% que han señalado que transmitía este valor.
- **Educación e Igualdad**, con 26.47% que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo**, con 27.94% que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos**, con 29.41% que han señalado que transmitía este valor.

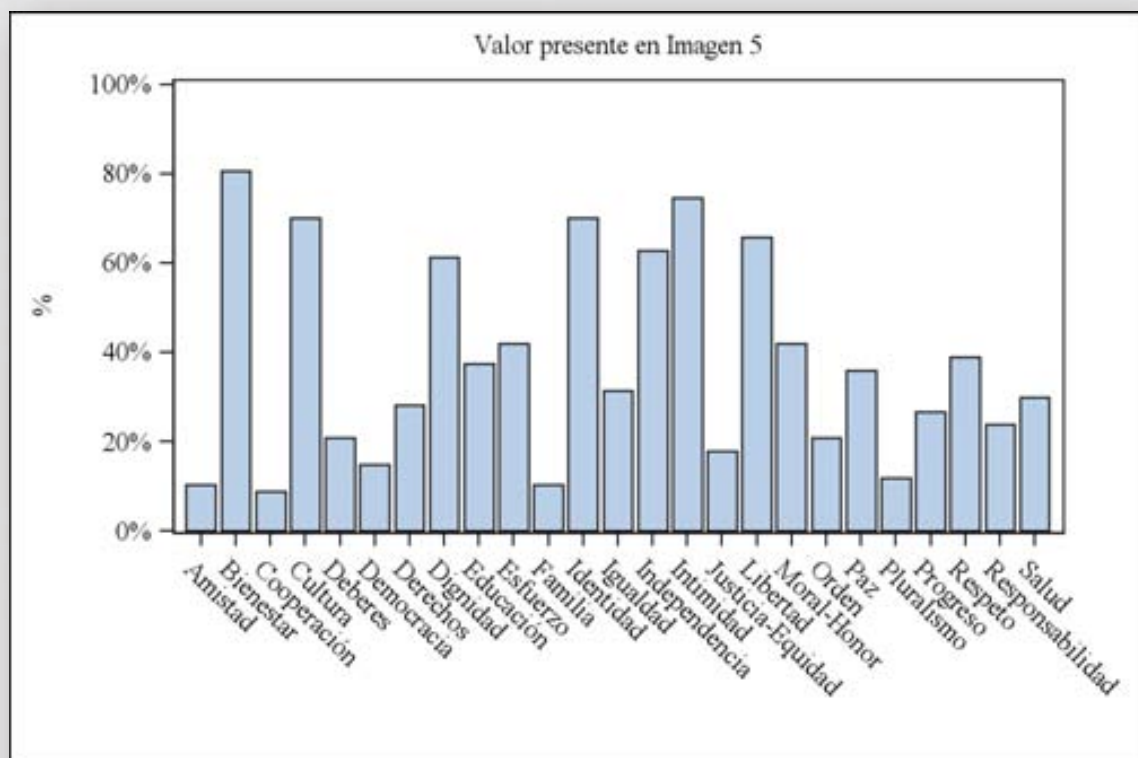
INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 4
CARGA DE VALORES



-
- La mediana de influencia de los valores Bienestar, Identidad, Independencia, Libertad y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Educación, Igualdad, Justicia-Equidad, Respeto es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Cooperación, Democracia y Responsabilidad es **Muy desfavorable**.
- La mediana en el valor Familia está entre **Totalmente** y **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable** o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

IMAGEN 5
PRESENCIA DE VALORES



Los valores más transmitidos son:

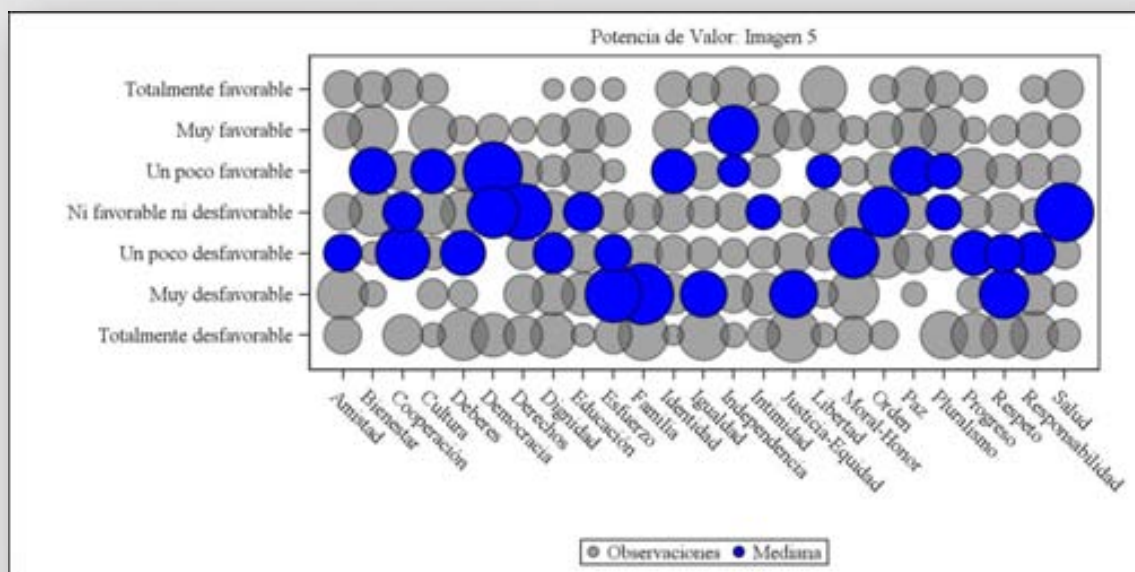
- **Bienestar**, han señalado que transmitía este valor un 80.6% de las respuestas.
- **Intimidad**, con 74.63% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura y Identidad**, con 70.15% que han señalado que transmitía este valor.

Los valores menos transmitidos son:

- **Cooperación**, con 8.96% que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad y Familia**, con 10.45% que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 11.94% que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 14.93% que han señalado que transmitía este valor.
- **Justicia-Equidad**, con 17.91% que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes y Orden**, con 20.9% que han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, con 23.88% que han señalado que transmitía este valor.
- **Progreso**, con 26.87% que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos**, con 28.36% que han señalado que transmitía este valor.
- **Salud**, con 29.85% que han señalado que transmitía este valor.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

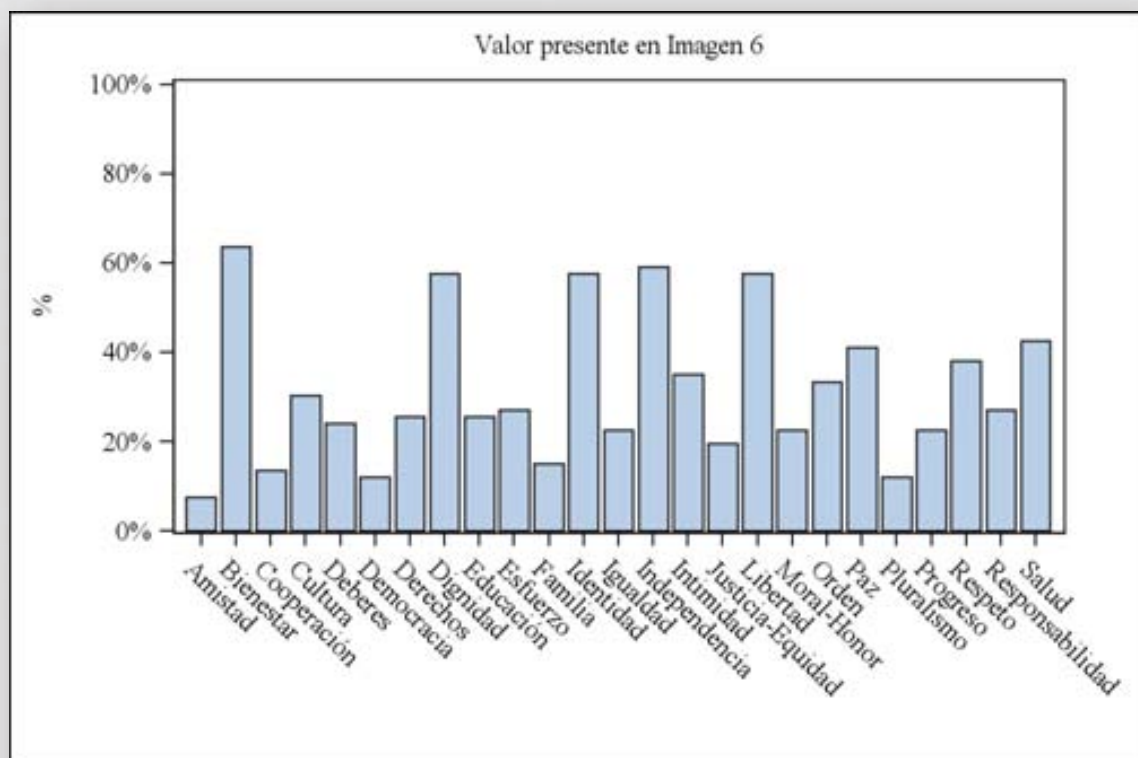
IMAGEN 5
CARGA DE VALORES



-
- La mediana de influencia de los valores Bienestar, Cultura, Identidad, Libertad y Paz es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Deberes, Dignidad, Moral-Honor, Progreso y Responsabilidad es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en los valores Esfuerzo, Independencia y Respeto está entre **Poco** y **Muy desfavorable**.
- La mediana en los valores Familia, Igualdad y Justicia-Equidad está entre **Poco** y **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 6
PRESENCIA DE VALORES



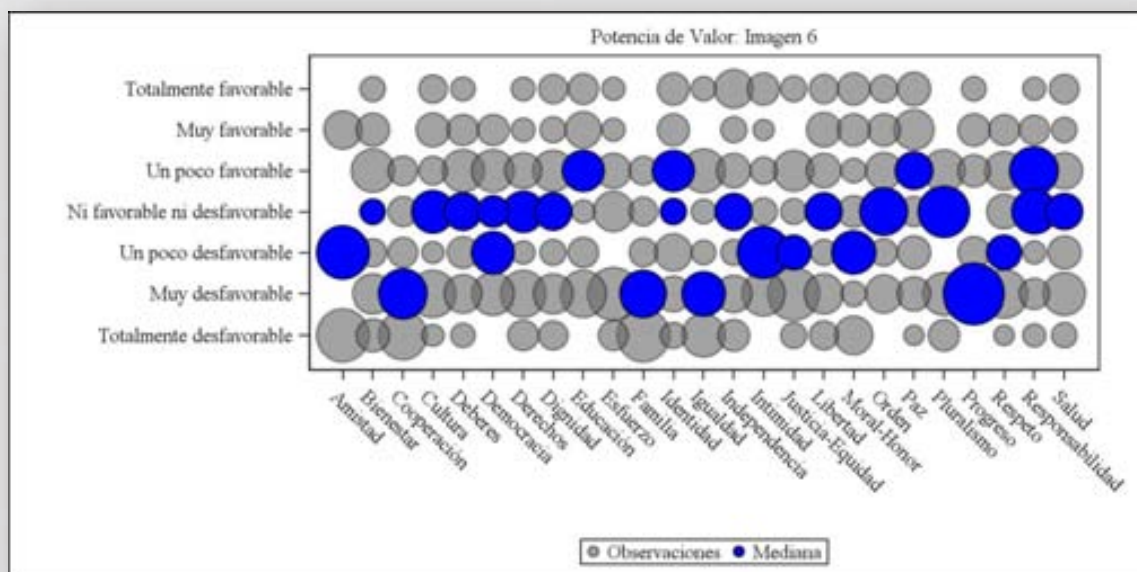
NO hay valores que hayan sido identificados en la imagen por más del 70% de respuestas.

Los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 7.58% que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia y Pluralismo**, con 12.12% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación**, con 13.64% que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia**, con 15.15% que han señalado que transmitía este valor.
- **Justicia-Equidad**, con 19.7% que han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad, Moral-Honor y Progreso**, con 22.73% que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 24.24% que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos y Educación**, con 25.76% que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo y Responsabilidad**, con 27.27% que han señalado que transmitía este valor.

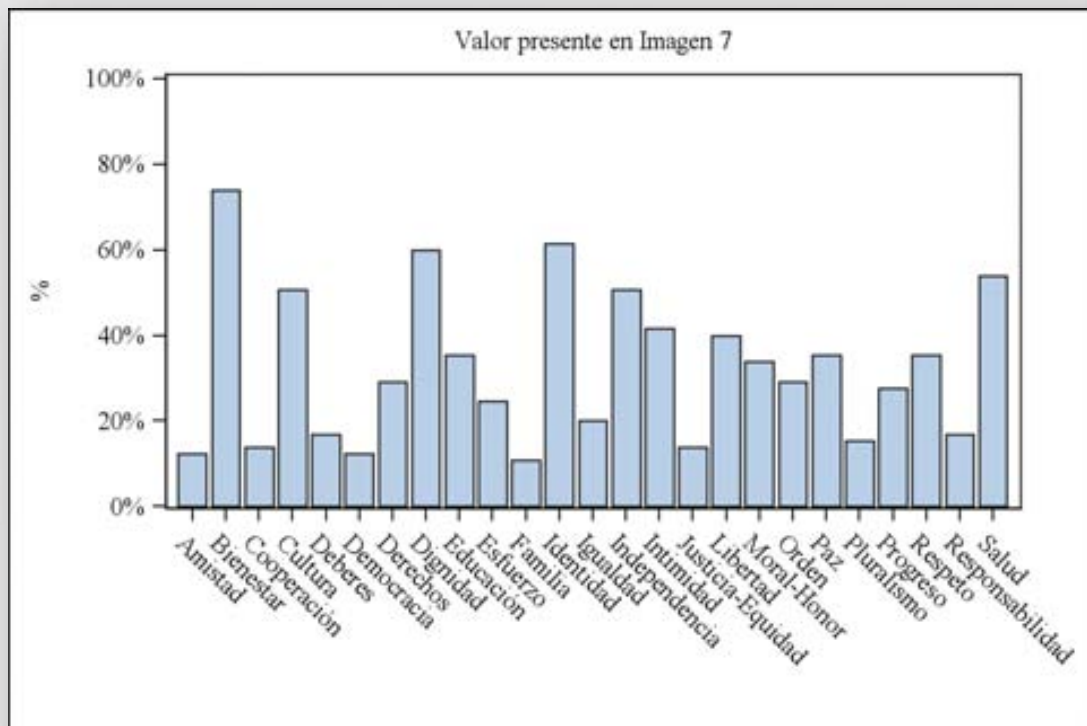
INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 6
CARGA DE VALORES



-
- La mediana de influencia de los valores Educación y Paz es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Esfuerzo, Intimidad, Justicia-Equidad, Moral-Honor y Respeto es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en los valores Cooperación, Familia, Igualdad y Progreso es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

IMAGEN 7
PRESENCIA DE VALORES



Los valores más transmitidos son:

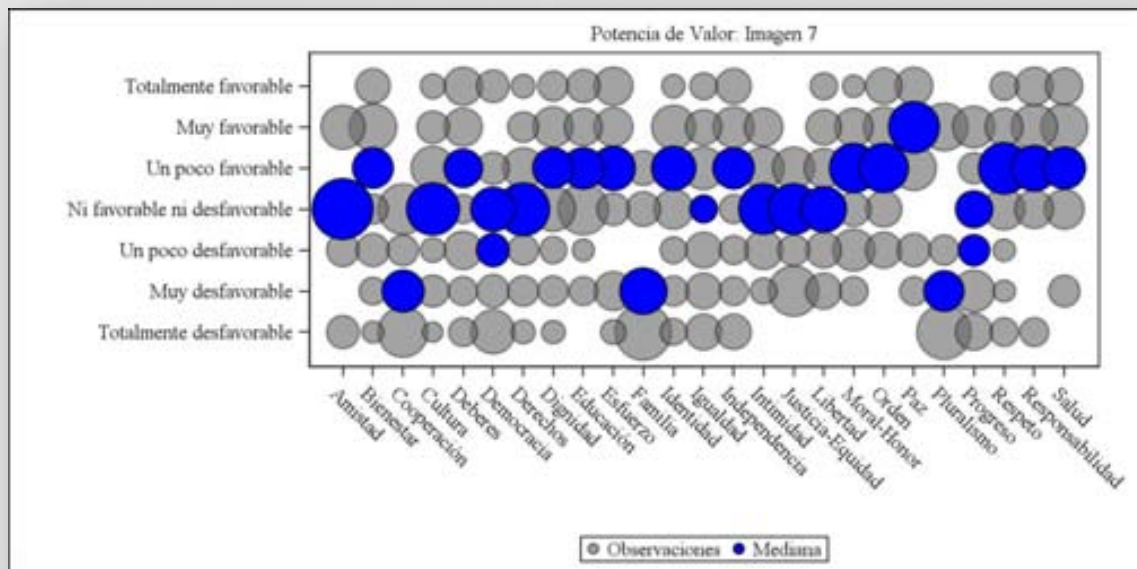
- **Bienestar**, han señalado que transmitía este valor, un 73.85% de las respuestas de todas las respuestas.

Los valores menos transmitidos son:

- **Familia**, con 10.77% que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad** y **Democracia**, con 12.31% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación** y **Justicia-Equidad**, con 13.85% que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 15.38% que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes** y **Responsabilidad**, con 16.92% que han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad**, con 20% que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo**, con 24.62% que han señalado que transmitía este valor.
- **Progreso**, con 27.69% que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos** y **Orden**, con 29.23% que han señalado que transmitía este valor.

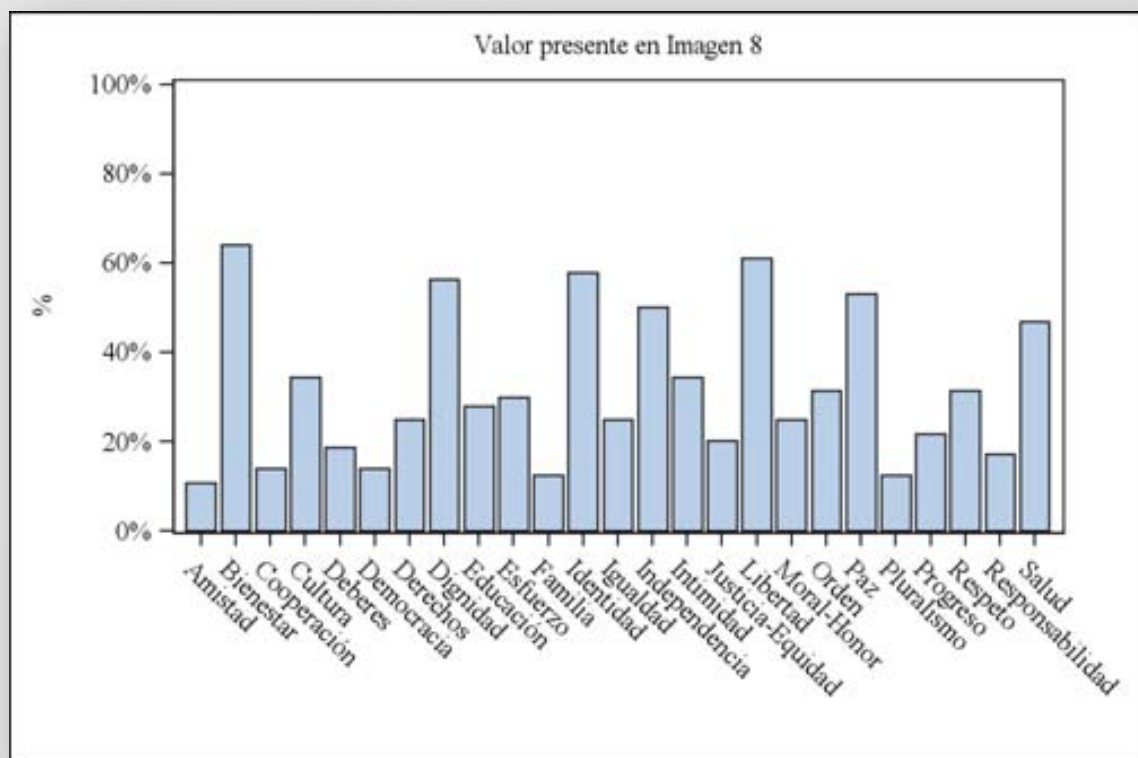
INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 7 CARGA DE VALORES



- La mediana de influencia del valor Paz es **Muy favorable**.
- La mediana de influencia de los valores Bienestar, Deberes, Dignidad, Educación, Esfuerzo, Identidad, Independencia, Moral-Honor, Orden, Respeto, Responsabilidad y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana de los valores Cooperación, Familia y Pluralismo es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

IMAGEN 8
PRESENCIA DE VALORES



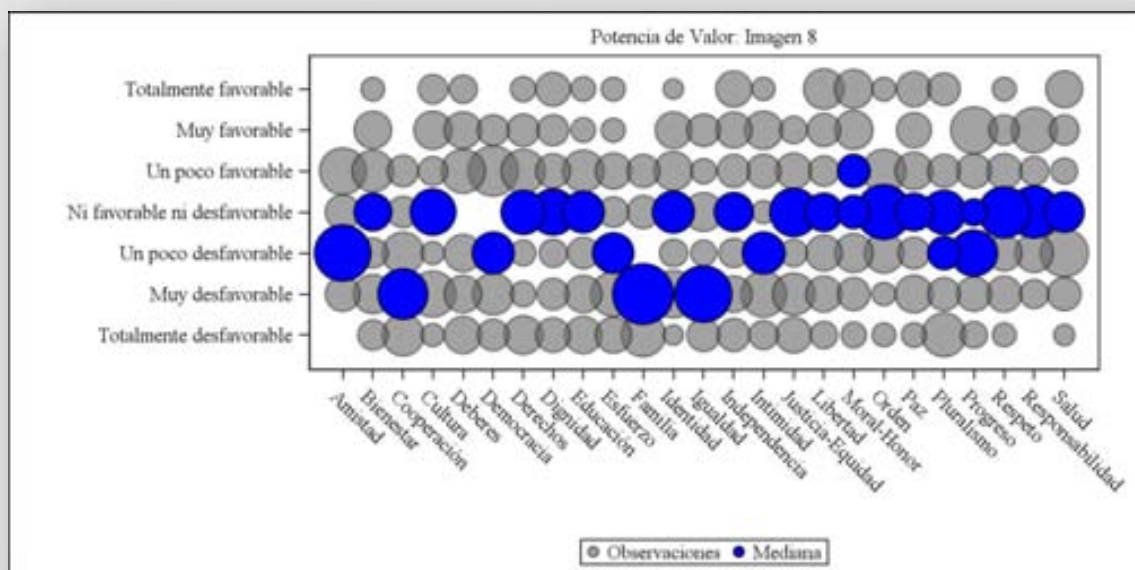
NO hay valores que hayan sido identificados en la imagen por más del 70% de respuestas.

Los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 10.94% que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia y Pluralismo**, con 12.5% que han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, con 17.19% que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 18.75% que han señalado que transmitía este valor.
- **Justicia-Equidad**, con 20.31% que han señalado que transmitía este valor.
- **Progreso**, con 21.88% que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos, Igualdad y Moral-Honor**, con 16 personas 25% que han señalado que transmitía este valor.
- **Educación**, con 28.13% que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo**, con 29.69% que han señalado que transmitía este valor.

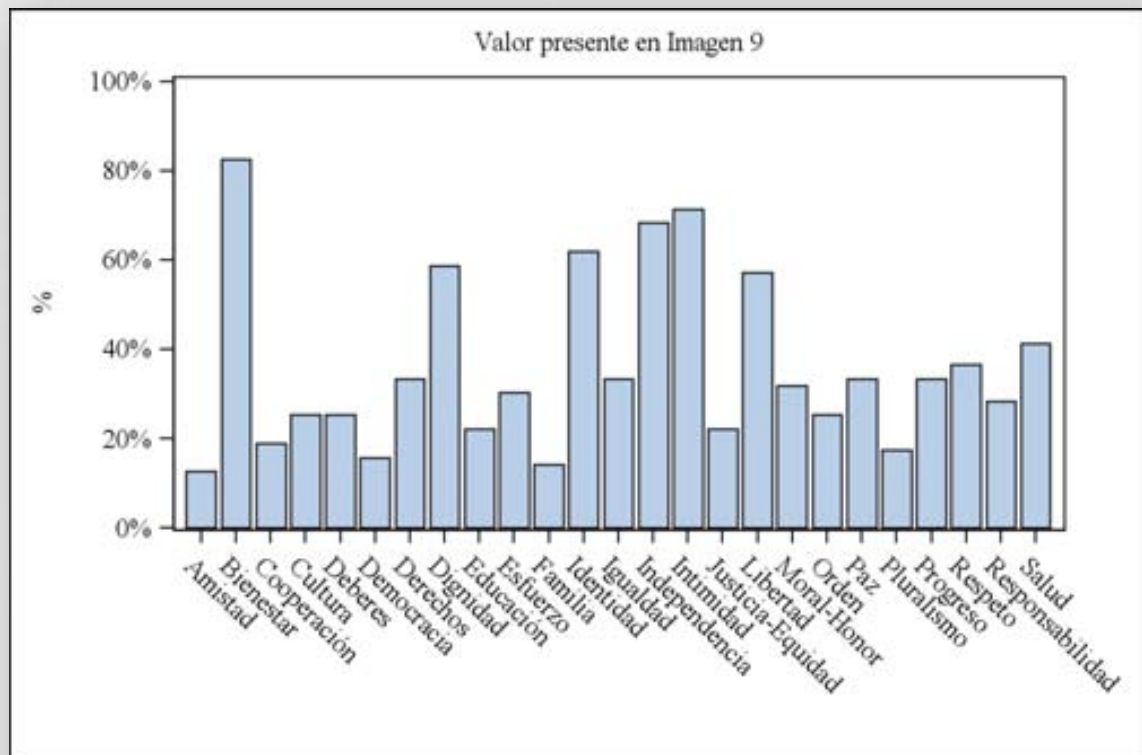
INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 8
CARGA DE VALORES



-
- La mediana en los valores Amistad, Democracia, Esfuerzo e Intimidad es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en los valores Cooperación, Familia e Igualdad es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

IMAGEN 9
PRESENCIA DE VALORES



Los valores más transmitidos son:

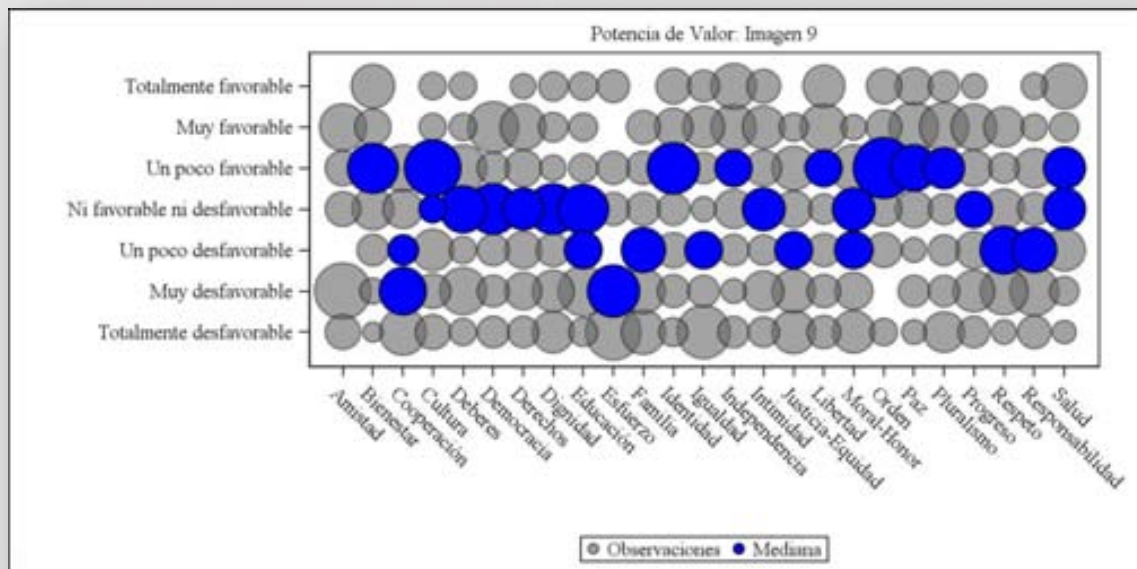
- **Bienestar**, han señalado que transmitía este valor un 82.54% de las respuestas de todas las respuestas.

Los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 12.7% que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia**, con 14.29% que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 15.87% que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 17.46% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación**, con 19.05% que han señalado que transmitía este valor.
- **Educación y Justicia-Equidad**, con 22.22% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura, Deberes y Orden**, con 25.4% que han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, con 28.57% que han señalado que transmitía este valor.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

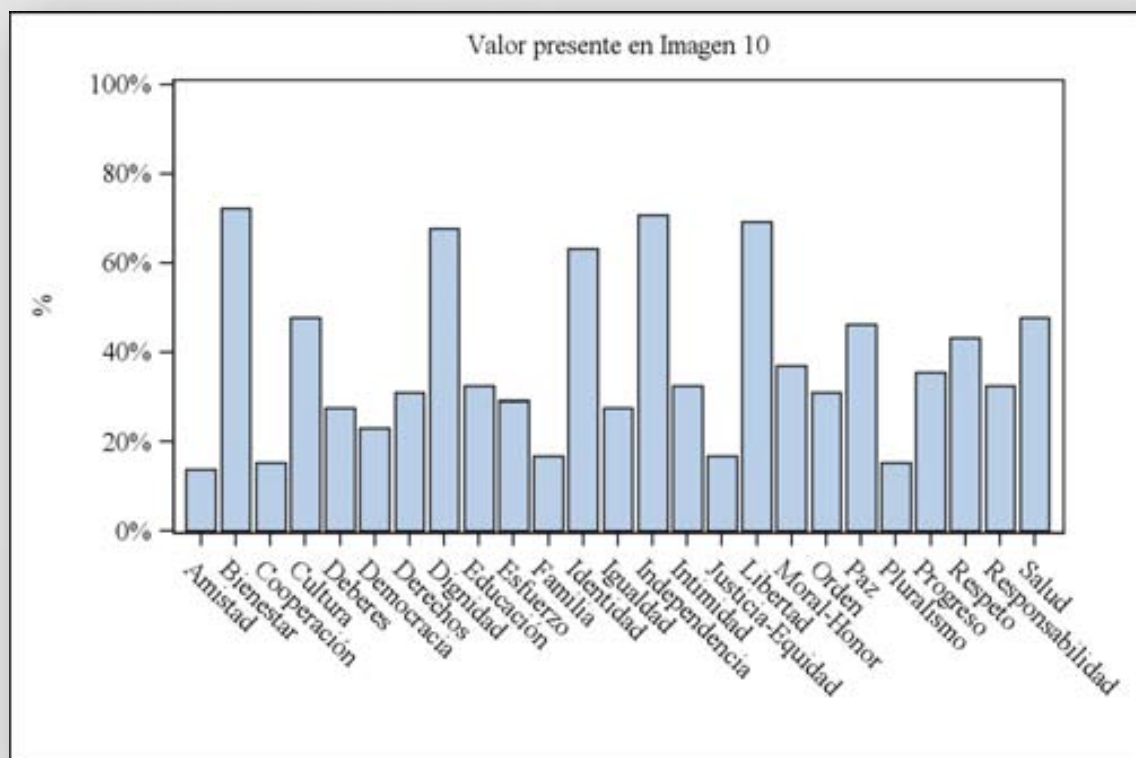
IMAGEN 9
CARGA DE VALORES



- La mediana de influencia de los valores Bienestar, Identidad, Independencia, Libertad, Orden, Paz y Pluralismo es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Familia, Igualdad, Justicia-Equidad, Respeto y Responsabilidad es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Cooperación está entre **Muy** y **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Esfuerzo es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 10
PRESENCIA DE VALORES



Los valores más transmitidos son:

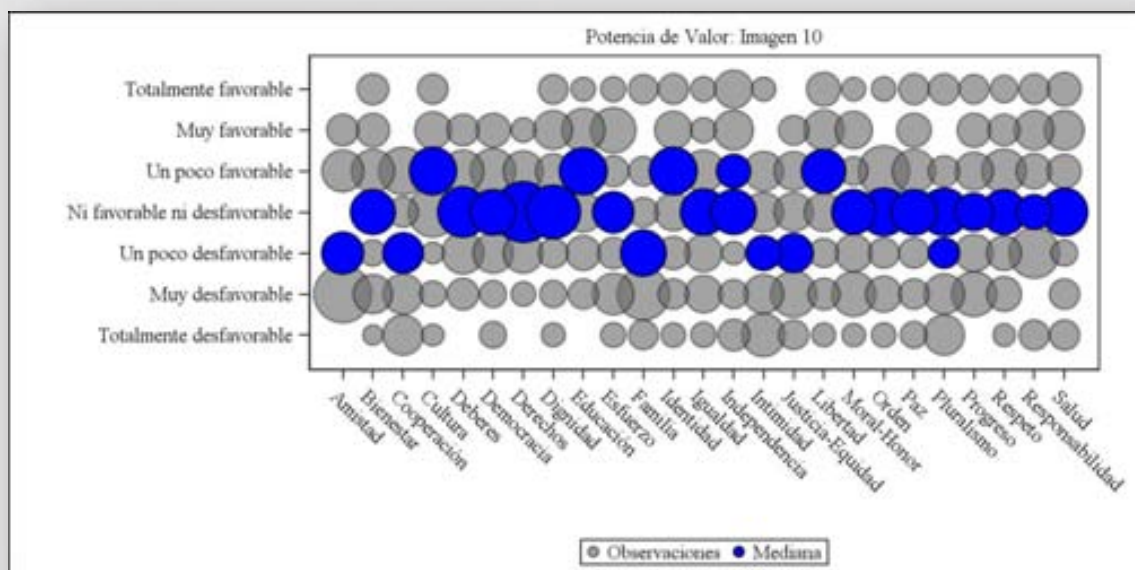
- **Bienestar**, han señalado que transmitía este valor, un 72.31% de las respuestas de todas las respuestas.
- **Independencia**, con 70.77% que han señalado que transmitía este valor.

Los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 13.85% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación y Pluralismo**, con 15.38% que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia y Justicia-Equidad**, con 16.92% que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 23.08% que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes e Igualdad**, con 27.69% que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo**, con 29.23% que han señalado que transmitía este valor.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

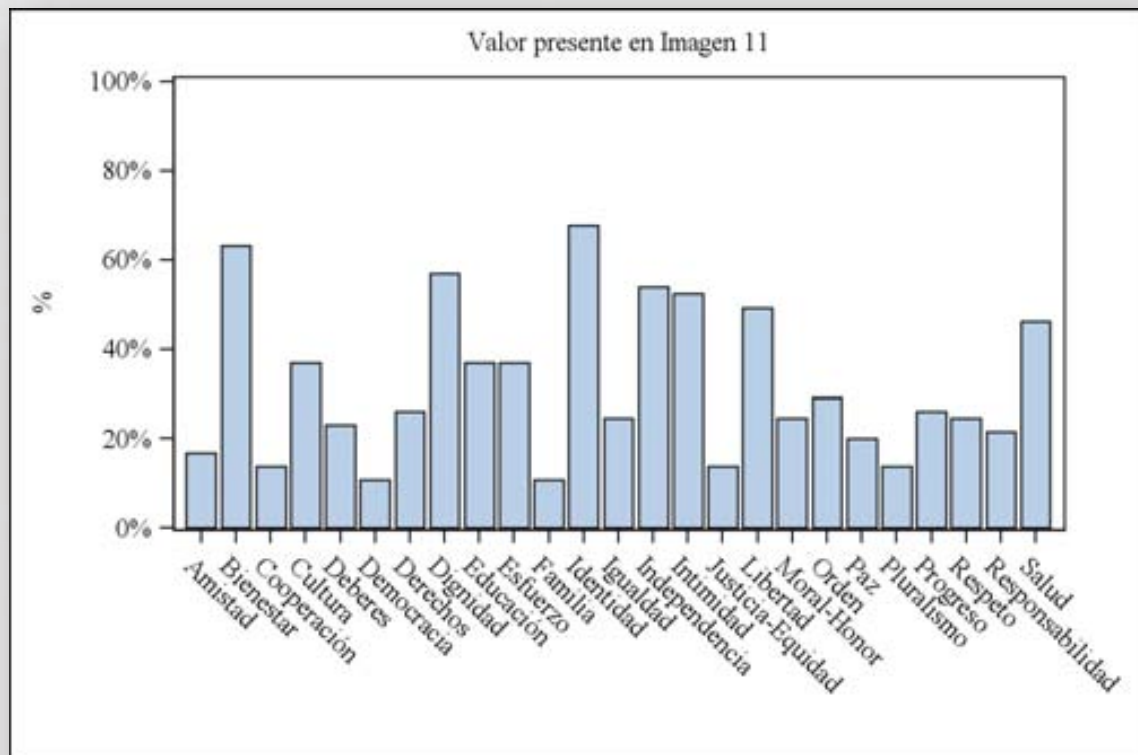
IMAGEN 10
CARGA DE VALORES



- La mediana de influencia de los valores Cultura, Educación, Identidad y Libertad es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Cooperación, Familia, Intimidad y Justicia-Equidad es **Un poco desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 11
PRESENCIA DE VALORES



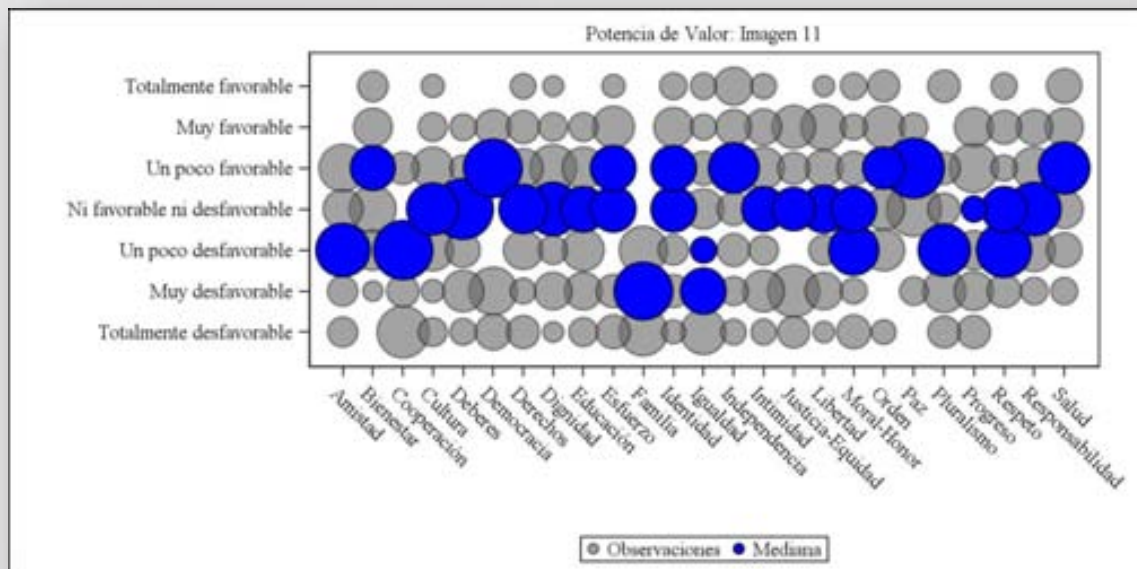
NO hay valores que hayan sido identificados en la imagen por más del 70% de respuestas.

Los valores menos transmitidos son:

- **Democracia** y **Familia**, con 10.77% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación**, **Justicia-Equidad** y **Pluralismo**, con 13.85% que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad**, con 16.92% que han señalado que transmitía este valor.
- **Paz**, con 20% que han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, con 21.54% que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 23.08% que han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad**, **Moral-Honor** y **Respeto**, con 24.62% que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos** y **Progreso**, con 26.15% que han señalado que transmitía este valor.
- **Orden**, con 29.23% que han señalado que transmitía este valor.

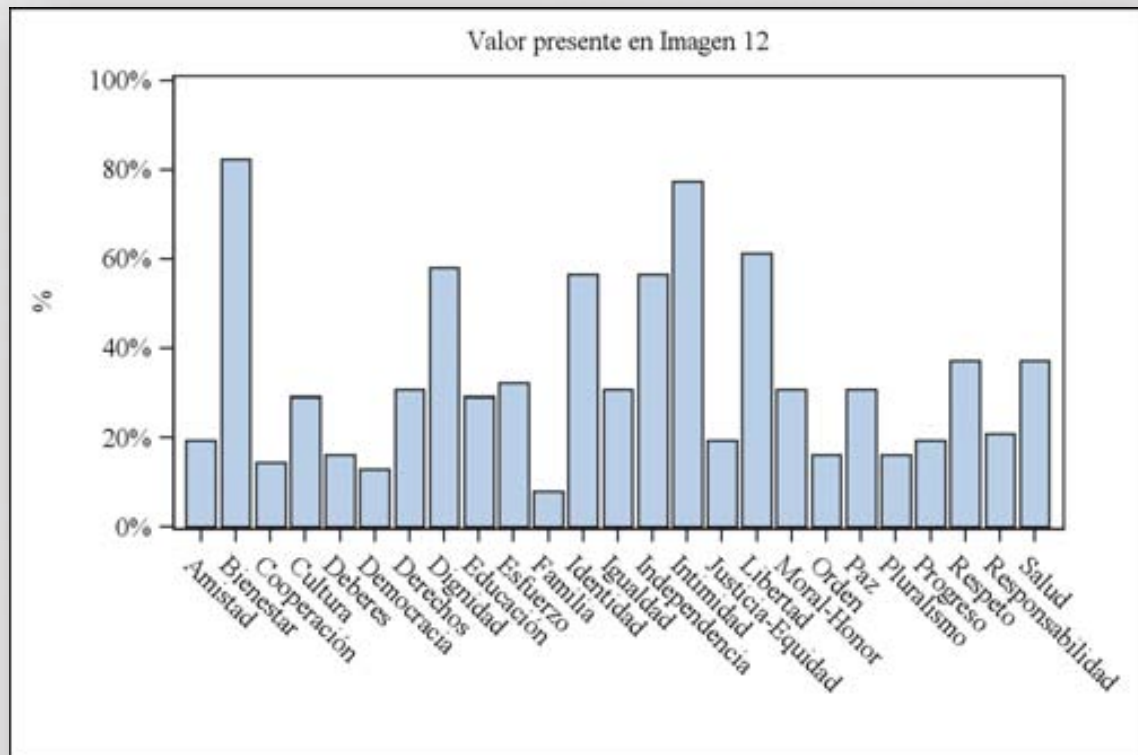
INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 11
CARGA DE VALORES



-
- La mediana de influencia de los valores Bienestar, Democracia, Independencia, Orden, Paz y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Cooperación y Pluralismo es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Igualdad es entre **Muy** y **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Familia es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

IMAGEN 12
PRESENCIA DE VALORES



Los valores más transmitidos son:

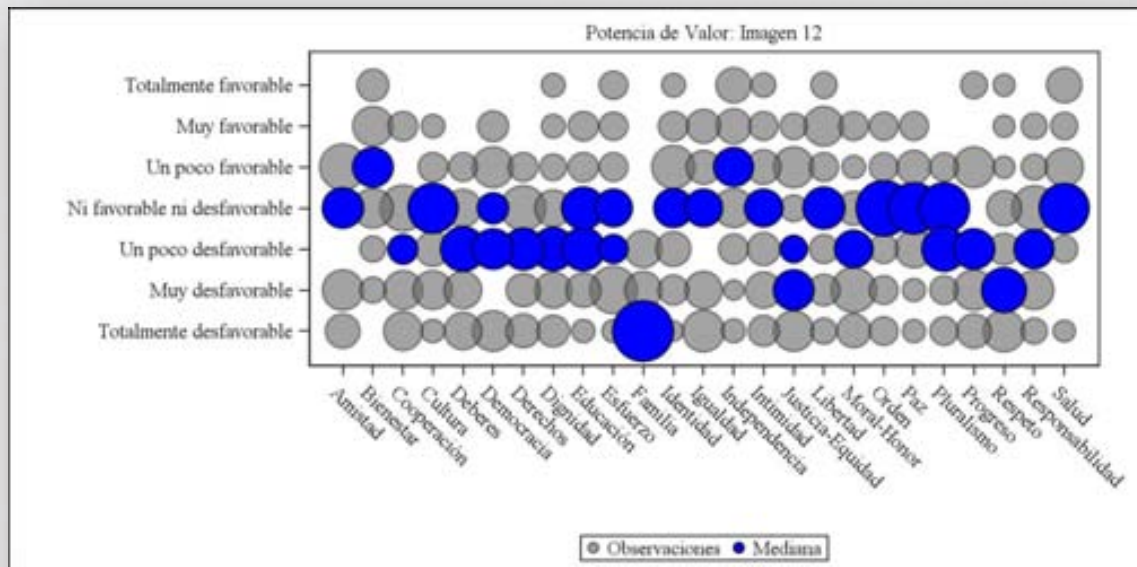
- **Bienestar**, han señalado que transmitía este valor, un 82.26% de las respuestas de todas las respuestas.
- **Intimidad**, con 77.42% que han señalado que transmitía este valor.

Los valores menos transmitidos son:

- **Familia**, con 8.06% que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 12.9% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación**, con 14.52% que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes, Orden y Pluralismo**, con 16.13% que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad, Justicia-Equidad y Progreso**, con 19.35% que han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, con 20.97% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura y Educación**, con 29.03% que han señalado que transmitía este valor.

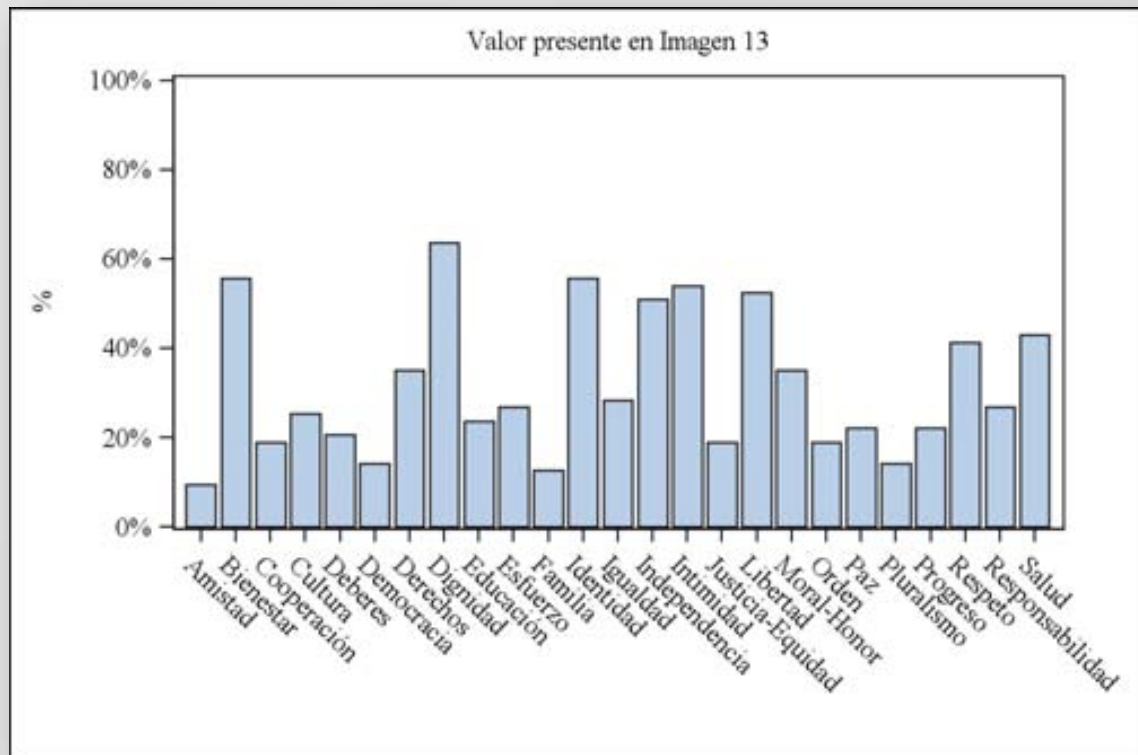
INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 12
CARGA DE VALORES



- La mediana de influencia de los valores Bienestar y Independencia es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Cooperación, Deberes, Derechos, Dignidad, Moral-Honor, Progreso y Responsabilidad es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Justicia-Equidad es entre **Muy** y **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Respeto es **Muy desfavorable**.
- La mediana en el valor Familia es **Totalmente desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

IMAGEN 13
PRESENCIA DE VALORES



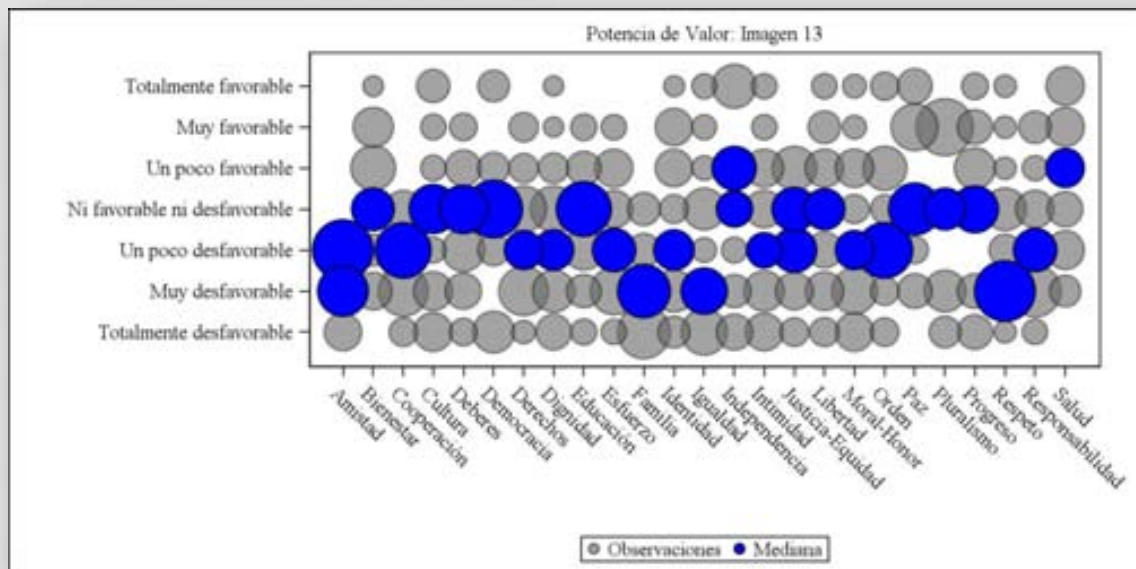
Observamos que en la imagen NO hay ningún valor que haya sido marcado por el 70% de personas.

Los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 9.52% que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia**, con 12.7% que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 14.29% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación, Justicia-Equidad y Orden**, con 19.05% que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 20.63% que han señalado que transmitía este valor.
- **Paz y Progreso**, con 22.22% que han señalado que transmitía este valor.
- **Educación**, con 23.81% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura**, con 25.4% que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo y Responsabilidad**, con 26.98% que han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad**, con 28.57% que han señalado que transmitía este valor.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

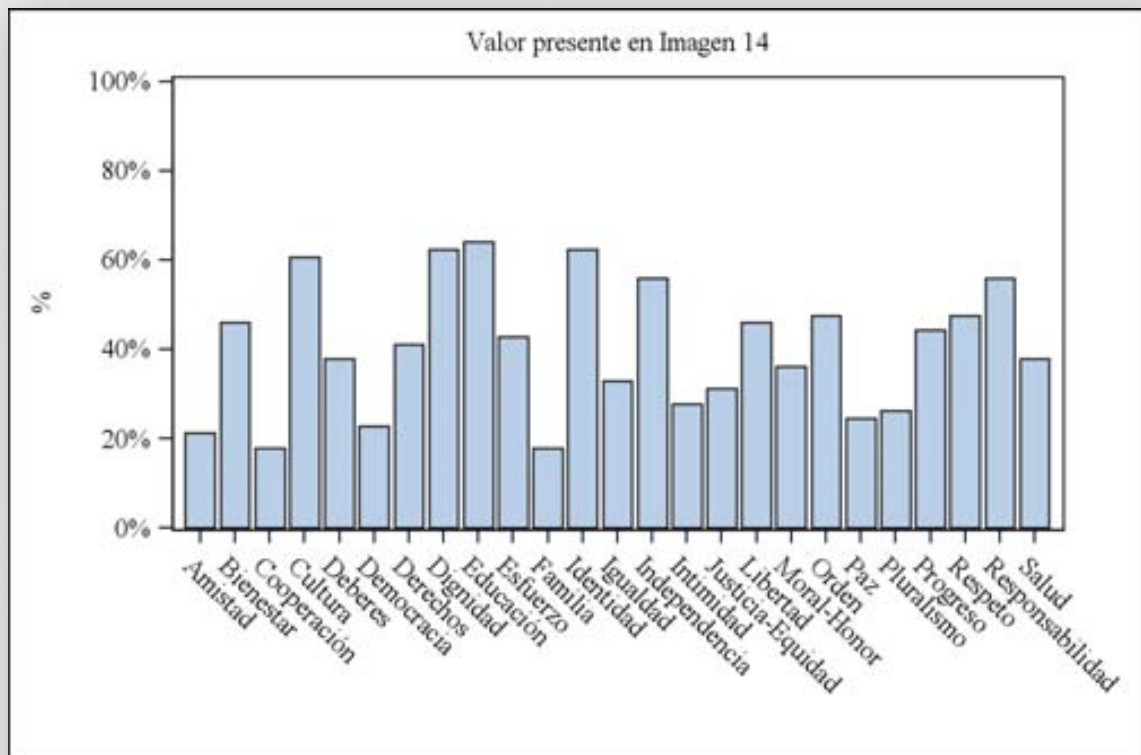
IMAGEN 13
CARGA DE VALORES



-
- La mediana de influencia del valor Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Cooperación, Derechos, Dignidad, Esfuerzo, Identidad, Intimidad, Moral-Honor, Orden y Responsabilidad es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Amistad está entre **Muy** y **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Familia, Igualdad y Respeto es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 14
PRESENCIA DE VALORES

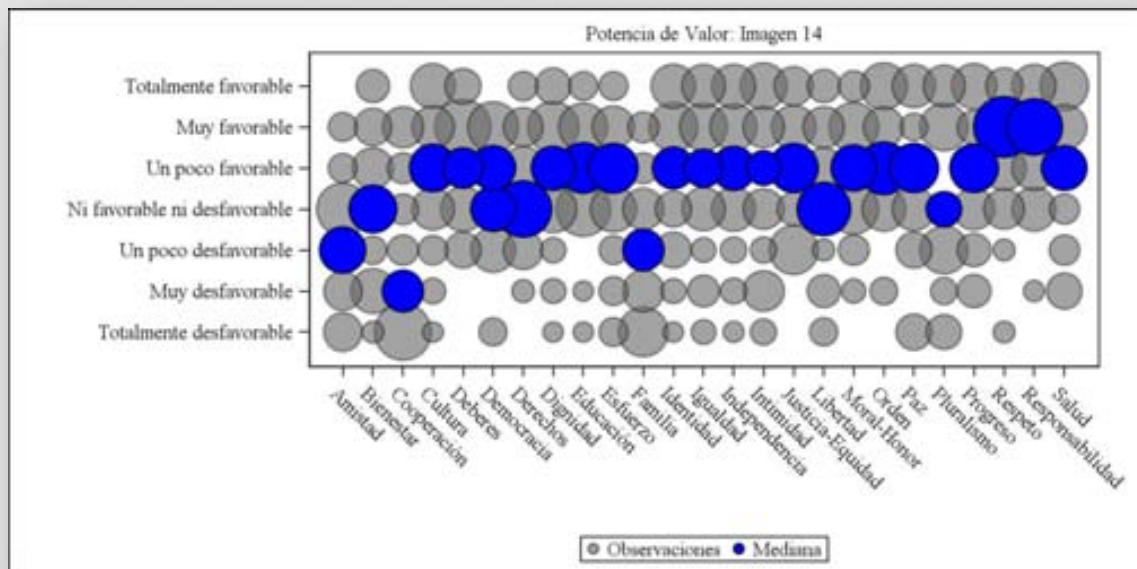


En la imagen NO hay ningún valor que haya sido elegido por más del 70% de respuestas.

Los valores menos transmitidos son:

- **Cooperación** y **Familia**, con 18.03% que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad**, con 21.31% que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 22.95% que han señalado que transmitía este valor.
- **Paz**, con 4.59% que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 26.23% que han señalado que transmitía este valor.
- **Intimidad**, con 27.87% que han señalado que transmitía este valor.

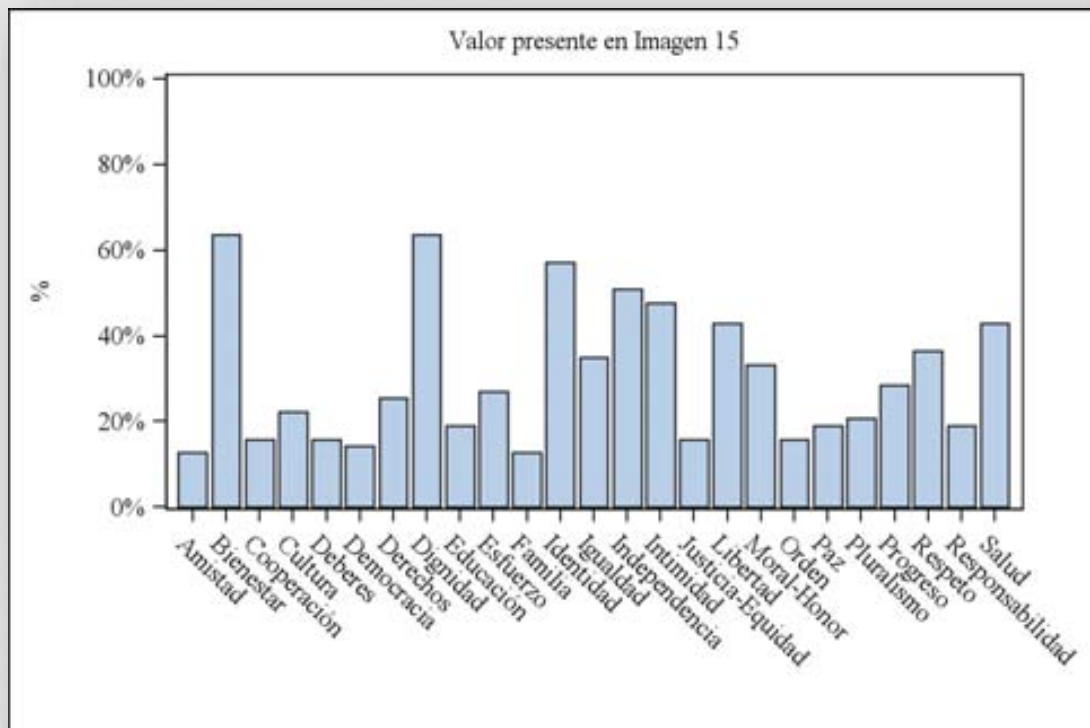
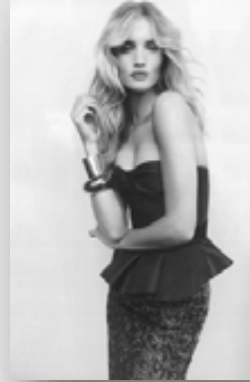
IMAGEN 14
CARGA DE VALORES



- La mediana de influencia de los valores Respeto y Responsabilidad es **Muy favorable**.
- La mediana de influencia de los valores Cultura, Deberes, Dignidad, Educación, Esfuerzo, Identidad, Igualdad, Independencia, Intimidad, Justicia-Equidad, Moral-Honor, Orden, Paz, Progreso y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad y Familia es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Cooperación es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 15
PRESENCIA DE VALORES



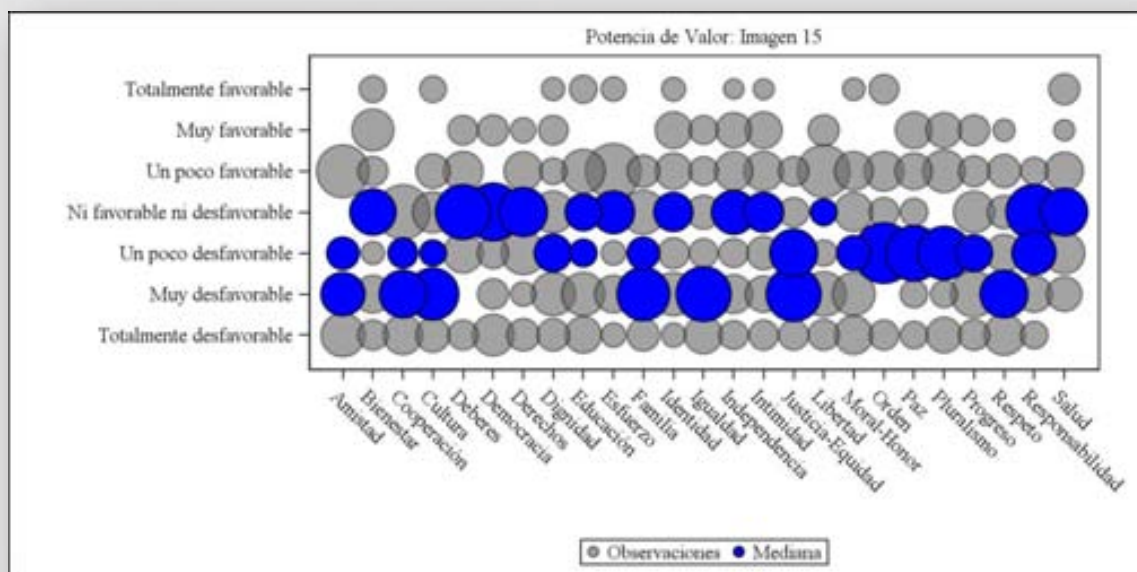
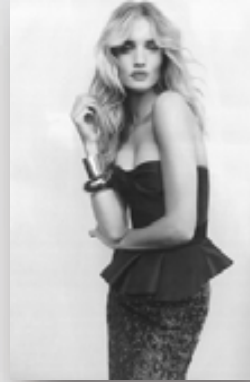
Observamos que en la imagen 15, no hay ningún valor que haya sido elegido como presente en la imagen por más del 70% de las respuestas.

Los valores menos transmitidos son:

- **Amistad y Familia**, con 12.7% que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 14.29% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación, Deberes, Justicia-Equidad y Orden**, con 15.87% que han señalado que transmitía este valor.
- **Educación, Paz y Responsabilidad**, con 19.05% que han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura**, con 22.22% que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos**, con 25.4% que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo**, con 26.98% que han señalado que transmitía este valor.
- **Progreso**, con 28.57% que han señalado que transmitía este valor.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

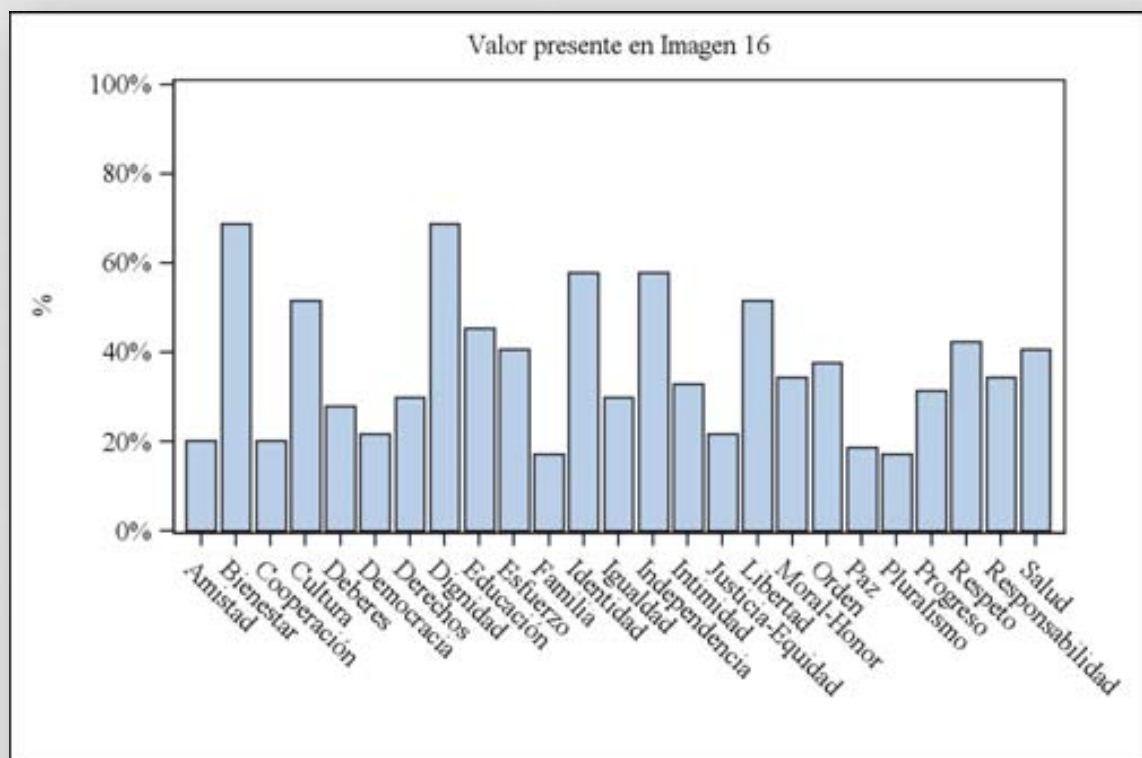
IMAGEN 15
CARGA DE VALORES



- La mediana de influencia de los valores Igualdad y Respeto es **Muy favorable**.
- La mediana en los valores Dignidad, Moral-Honor, Orden, Paz, Pluralismo y Progreso es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Cooperación, Cultura, Familia y Justicia-Equidad es entre **Muy** y **Un poco desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 16
PRESENCIA DE VALORES



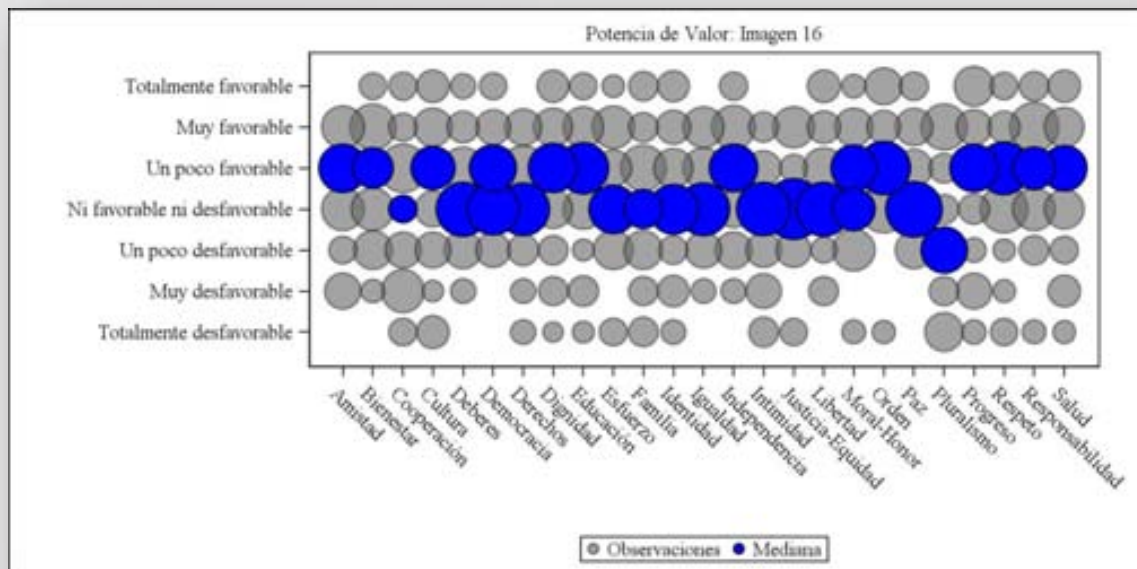
NO hay valores que hayan sido identificados por más del 70% de respuestas como valores presentes en las imágenes.

En la imagen 2, los valores menos transmitidos son:

- **Familia y Pluralismo**, con 17.19% que han señalado que transmitía este valor.
- **Paz**, con 18.75% que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad y Cooperación**, con 20.31% que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia y Justicia-Equidad**, con 21.88% que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 28.13% que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos y Igualdad**, con 29.69% que han señalado que transmitía este valor.

INFORME DE ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS VALORES POR IMAGEN

IMAGEN 16
CARGA DE VALORES



-
- La mediana de influencia de los valores Amistad, Bienestar, Cultura, Dignidad, Educación, Independencia, Orden, Progreso, Respeto, Responsabilidad y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Pluralismo es **Un poco desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

MODELOS DEL DESEO

Modelado de los rasgos visuales y evaluación de valores
de los estereotipos Mujer Objeto de Deseo en las revistas de moda.
(Tesis Doctoral: Ana Lage Fombuena)

GRÀFICOS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS IMÁGENES: LOS RASGOS VISUALES DE MUJER OBJETO DE DESEO. - corpus I -

Índice

1	Objetivo.....	3
2	Material y métodos	3
2.1	Material.....	3
2.2	Métodos Estadísticos	4
3	Mujer Objeto de Deseo	5

1 Objetivo

Este informe contiene los gráficos y tablas según el Estereotipo definido de las características de los anuncios. Se dispone de 92 imágenes.

2 Material y métodos

2.1 Material

Se han analizado las elecciones de Estereotipo para cada imagen, datos correspondientes a 'BASE DATOS-ETIQUETADO-ANUNCIOS (version 22_5).mdb'.

Los posibles Estereotipos son los siguientes:

- Maniquí
- Cara Bonita
- Fragmento corporal
- Seductora
- Femme fatale
- Fragmento erótico

Se han incorporado las siguientes modificaciones en la Base de Datos:

- Se ha incorporado la elección de Estereotipo de las 55 mujeres procedentes del excel '00TEST-RECEPCION-MUJERES_nov13.xls'. Los resultados de dicha elección pueden ser consultados en el informe previo 'Informe rasgos estables.doc'.
- Accesorios: An=Anillos, Co=Collares, Pu=Pulseras, Bo=Bolso, Go=Gorro, Ga=Gafas, Ot=Otros, Pe=Pendientes, Di=Diadema, Re=Reloj.
Go y Di se pueden sumar a "Ot" (Otros).
(dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52).
- Se han creado los indicadores de los siguientes elementos Atrezzo (datos correspondientes al documento Clasificacion Elementos Atrezzo.doc enviado el 23/12/2013 15:50):
 - Vegetales.
 - Animales.
 - Muebles.
 - Ropa de fiesta.
 - Coche.
 - Rascacielos.
 - Espejo.
- Marca (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Bvlgari, Bvulgari corresponen a Bulgari.
 - Carolina Herrera correspon a Carolina Herrera.
 - Chloe correspon a Chloé.
 - Dolce & Gabbana, Dolce&Gabanna correspon a Dolce&Gabbana.
- Pelo (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 34: Peinado=.
- Ojos (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 77: Ojos Abiertos=Sí
 - Foto 1, Foto 15, Foto 40, Foto 69: Ojos_Abiertos=. Mirada_a_camara=.
- Labios (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 4: Seria_Sonrisa=Seria
 - Foto 22: Seria_Sonrisa=Sonríe

- Foto 34: Labios_maquillados=No
- Sola (dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 83: Sola=Sí
- Entorno(dato correspondiente al documento 'CONTESTO_02Informe de validacio□ n Ana Lage.doc' enviado el 18/12/ 2013 13:52):
 - Foto 4, Foto 5, Foto 21, Foto 36, Foto 39, Foto 79: Entorno=.
 - Foto 15: Entorno=Privado
 - Foto 27, Foto 31, Foto 32, Foto 33, Foto 38, Foto 48, Foto 61, Foto 91): Interior_Exterior=.
 - Foto 46, Foto 56, Foto 57, Foto 67, Foto 73, Foto 77: Interior_Exterior=Interior
 - Foto 47, Foto 76, Foto 90: t_Entorno=.
- Se han incorporado nuevas nomenclaturas de las variables para los gráficos que se presentan a continuación ('LISTADO RASGOS DE LA IMAGEN.docx' enviado el 04/03/2014 15:53).

2.2 Métodos Estadísticos

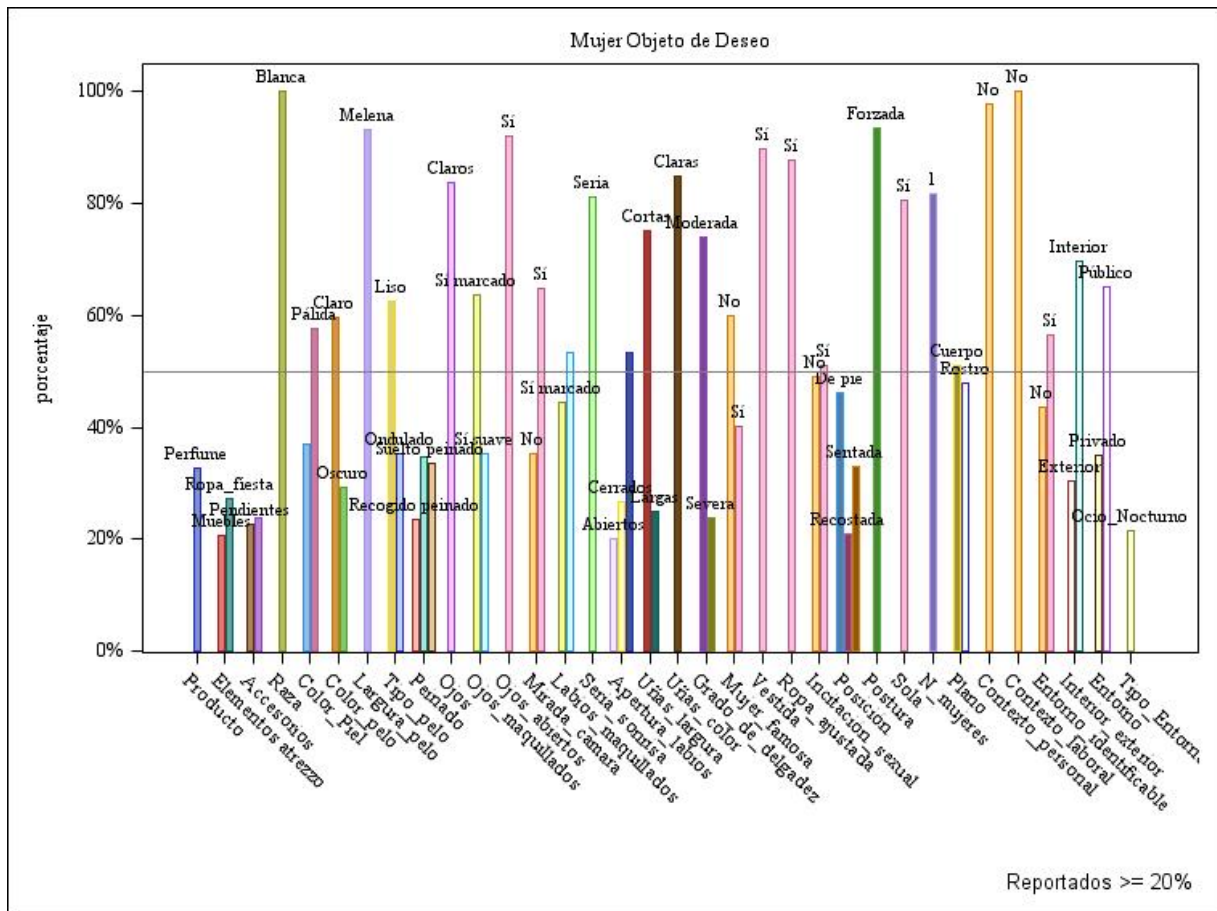
Por construcción del estudio, los datos analizados son magnitudes categóricas, es decir, son magnitudes que sirven para clasificar a la muestra en grupos o categorías.

Se presenta el gráfico y la tabla con los recuentos y porcentajes de las características de las 92 imágenes para tener el tipo de características de las Mujer Objeto de Deseo.

Todos los resultados se han obtenido con el software SAS versión 9.3 (SAS System, Cary, NC, USA, 2013).

3 Mujer Objeto de Deseo

Se presenta el gráfico y la tabla con frecuencias y porcentajes de las características de las 92 imágenes.



			Mujer Objeto de Deseo (92)	
			N	%
Producto	Calzado	Calzado	1	1%
	Cosmética	Cosmética	11	12%
	Gafas	Gafas	3	3%
	Joyas	Joyas	10	11%
	Lencería	Lencería	6	7%
	Otro	Otro	7	8%
	Perfume	Perfume	30	33%
	Relojes	Relojes	5	5%
	Ropa	Ropa	5	5%
	Ropa y complementos	R. y Complem.	14	15%
	Elementos atrezzo	Sí	Animales	10
		Coche	4	4%
		Espejo	1	1%
		Muebles	19	21%
		Rascacielos	5	5%
		Ropa_fiesta	25	27%
		Vegetales	14	15%
Accesorios	Sí	Anillos	17	18%
		Bolso	11	12%
		Collares	14	15%
		Gafas	3	3%
		Otros	9	10%
		Pendientes	21	23%
		Pulseras	22	24%
		Reloj	5	5%
Raza	Blanca o caucasica	Blanca	92	100%
Color_Piel	Ligeramente bronceada	Lig. bronceada	34	37%
	Muy Bronceada	Muy bronceada	5	5%
	Pálida	Pálida	53	58%
Color_pelo	Castaño oscuro o negro	Oscuro	26	29%
	Rubios dorados, cobrizos, pelirrojos y castaños claros	Claro	53	60%
	Rubios platinos	Platino	10	11%

			Mujer Objeto de Deseo (92)	
			N	%
Largura_pelo	Corto	Corto	1	1%
	Media-melena o melena larga	Melena	82	93%
	Melena corta	Melenita	5	6%
Tipo_pelo	Liso	Liso	55	63%
	Ondulado	Ondulado	31	35%
	Rizado	Rizado	2	2%
Peinado	Recogido informal o despeinado	Recog. informal	7	8%
	Recogido peinado	Recogido peinado	21	24%
	Suelto informal o despeinado	Suelto informal	31	35%
	Suelto peinado	Suelto peinado	30	34%
Ojos	Claros	Claros	66	84%
	Oscuros	Oscuros	13	16%
Ojos_maquillados	No	No	1	1%
	Sí marcado	Sí marcado	56	64%
	Sí suave	Sí suave	31	35%
Ojos_abiertos	No	No	7	8%
	Sí	Sí	81	92%
Mirada_cámara	No	No	31	35%
	Sí	Sí	57	65%
Labios_maquillados	No	No	2	2%
	Sí marcado	Sí marcado	40	44%
	Sí suave	Sí suave	48	53%
Seria_sonrisa	Seria	Seria	73	81%
	Sonríe	Sonríe	17	19%
Apertura_labios	Abiertos	Abiertos	18	20%
	Cerrados	Cerrados	24	27%
	Entreabiertos	Entreabiertos	48	53%
Uñas_largura	Uñas cortas	Cortas	45	75%
	Uñas largas	Largas	15	25%
Uñas_color	Uñas claras	Claras	50	85%
	Uñas oscuras	Oscuras	9	15%

			Mujer Objeto de Deseo (92)	
			N	%
Grado_de_delgadez	Delgadez moderada	Moderada	68	74%
	Delgadez normal	Normal	2	2%
	Delgadez severa	Severa	22	24%
Mujer_famosa	No	No	55	60%
	Sí	Sí	37	40%
Vestida	No	No	9	10%
	Sí	Sí	79	90%
Ropa_ajustada	No	No	9	12%
	Sí	Sí	64	88%
Incitación_sexual	No	No	45	49%
	Sí	Sí	47	51%
Posición	De pie	De pie	42	46%
	Recostada o acostada	Recostada	19	21%
	Sentada, apoyada o de rodillas	Sentada	30	33%
Postura	Forzada, elaborada en pose	Forzada	86	93%
	Natural, cómoda	Natural	6	7%
Sola	No	No	18	20%
	Sí	Sí	74	80%
N_mujeres	8	8	1	1%
	1	1	75	82%
	Varias	Varias	16	17%
Plano	Centrado en un detalle muy concreto	Centrado en un detalle muy concreto	1	1%
	Cuerpo	Cuerpo	47	51%
	Rostro	Rostro	44	48%
Contexto_personal	No	No	90	98%
	Sí	Sí	2	2%
Contexto_laboral	No	No	92	100%
Entorno_identificable	No	No	40	43%
	Sí	Sí	52	57%
Interior_exterior	Exterior	Exterior	24	30%
	Interior	Interior	55	70%

			Mujer Objeto de Deseo (92)	
			N	%
Entorno	Privado	Privado	15	35%
	Publico	Público	28	65%
Tipo_Entorno	Dormitorio	Dormitorio	4	10%
	Entorno Acuático	Ent_Acuático	6	14%
	Externo Urbano	Ext_Urbano	7	17%
	Natura Salvaje	Nat_Salvaje	4	10%
	Natura Urbana	Nat. Urbana	5	12%
	Ocio Diurno	Ocio_Diurno	3	7%
	Ocio Nocturno	Ocio_Nocturno	9	21%
	Salón hogar	Salón_Hogar	4	10%

MODELOS DEL DESEO

Modelado de los rasgos visuales y evaluación de valores
de los estereotipos Mujer Objeto de Deseo en las revistas de moda.
(Tesis Doctoral: Ana Lage Fombuena)

**ANÁLISIS ESTADÍSTICO
MODELIZACIÓN
VALORES/ESTEREOTIPOS
- corpus 2-**

Índice

1 MATERIAL Y MÉTODOS	5
1.1 MATERIAL	5
1.2 LECTURA Y VALIDACIÓN DE LA BASE DE DATOS	5
1.3 OBJETIVO	5
1.4 MÉTODOS ESTADÍSTICOS	5
2 RECOGIDA DE DATOS	7
3 ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA DE LOS VALORES TRANSMITIDOS POR CADA IMAGEN	8
3.1 IMAGEN 1	8
3.1.1 PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	8
3.1.2 POTENCIA DE VALOR	10
3.2 IMAGEN 2	12
3.2.1 PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	12
3.2.2 POTENCIA DE VALOR	14
3.3 IMAGEN 3	16
3.3.1 PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	16
3.3.2 POTENCIA DE VALOR	18
3.4 IMAGEN 4	20
3.4.1 PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	20
3.4.2 POTENCIA DE VALOR	22
3.5 IMAGEN 5	24
3.5.1 PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	24
3.5.2 POTENCIA DE VALOR	26
3.6 IMAGEN 6	28
3.6.1 PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	28
3.6.2 POTENCIA DE VALOR	30
3.7 IMAGEN 7	32
3.7.1 PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	33
3.7.2 POTENCIA DE VALOR	35
3.8 IMAGEN 8	37
3.8.1 PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	37
3.8.2 POTENCIA DE VALOR	39
3.9 IMAGEN 9	41
3.9.1 PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	41
3.9.2 POTENCIA DE VALOR	43
3.10 IMAGEN 10	45
3.10.1 PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	45
3.10.2 POTENCIA DE VALOR	47
3.11 IMAGEN 11	49
3.11.1 PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	49
3.11.2 POTENCIA DE VALOR	51
3.12 IMAGEN 12	53

3.12.1	PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	53
3.12.2	POTENCIA DE VALOR	55
3.13	IMAGEN 13	57
3.13.1	PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	57
3.13.2	POTENCIA DE VALOR	59
3.14	IMAGEN 14	61
3.14.1	PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	61
3.14.2	POTENCIA DE VALOR	63
3.15	IMAGEN 15	65
3.15.1	PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	65
3.15.2	POTENCIA DE VALOR	67
3.16	IMAGEN 16	69
3.16.1	PRESENCIA DE VALOR TRANSMITIDO	69
3.16.2	POTENCIA DE VALOR	71
4	ANÁLISIS DE PRESENCIA DE CADA VALOR	73
4.1	AMISTAD	75
4.2	BIENESTAR	77
4.3	COOPERACIÓN	79
4.4	CULTURA	81
4.5	DEBERES	83
4.6	DEMOCRACIA	85
4.7	DERECHOS	87
4.8	DIGNIDAD	89
4.9	EDUCACIÓN	91
4.10	ESFUERZO	93
4.11	FAMILIA	95
4.12	IDENTIDAD	97
4.13	IGUALDAD	99
4.14	INDEPENDENCIA	101
4.15	INTIMIDAD	103
4.16	JUSTICIA-EQUIDAD	105
4.17	LIBERTAD	107
4.18	MORAL-HONOR	109
4.19	ORDEN	111
4.20	PAZ	113
4.21	PLURALISMO	115
4.22	PROGRESO	117
4.23	RESPECTO	119
4.24	RESPONSABILIDAD	121
4.25	SALUD	123
5	ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DE CADA VALOR EN TODAS LAS IMÁGENES MUJER OBJETO DE DESEO	125
5.1	ANÁLISIS DESCRIPTIVO POTENCIA VALOR EN EL CONJUNTO DE TODAS LAS IMÁGENES (MUJER OBJETO DE DESEO)	128
5.1.1	GRÁFICO RESUMEN	131

6 ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DE CADA VALOR SEGÚN TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO (PASIVA, ACTIVA)	133
6.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO POTENCIA VALOR SEGÚN TIPO DE MUJER OBJETO DE DESEO (PASIVA, ACTIVA)	138
6.1.1 PASIVA	139
6.1.2 ACTIVA	141
6.1.3 GRÁFICO RESUMEN	143
7 ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DE CADA VALOR SEGÚN ESTEREOTIPO	145
7.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO POTENCIA VALOR SEGÚN ESTEREOTIPO	155
7.1.1 MANIQUÍ	156
7.1.2 CARA BONITA	158
7.1.3 SEDUCTORA	160
7.1.4 MUJER FATAL	162
7.1.5 GRÁFICO RESUMEN	165

1 Material y Métodos

1.1 Material

Se dispone de 16 ficheros .csv, recibidos el día 26/06/2015, con la información de la valoración de la presencia de cada Estereotipo en cada imagen de las 16 disponibles.

1.2 Lectura y validación de la Base de Datos

La lectura y gestión de la base de datos ha sido realizada con el software: SAS v9.3, SAS Institute Inc., Cary, NC, USA.

Se ha realizado una validación de la consistencia interna de las variables de la base de datos, así como, valores fuera de rango y valores faltantes, para asegurar totalmente su fiabilidad. Se han eliminado los registros de la base de datos correspondientes a Julia Baeza, Lucas, Angel, Prueba correspondientes, todos ellos a pruebas con el aplicativo. Además se ha incorporado la información del tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definidos en el informe:

Caracterización valores y estereotipos de imágenes de tipo Mujer Objeto de deseo.

Definición de estereotipos de la imagen

Una vez finalizado el proceso de validación, la base de datos ha sido cerrada.

1.3 Objetivo

El objetivo de este estudio es detectar el tipo de valores, así como su medición, que transmite cada Estereotipo o tipo de Mujer Objeto de Deseo.

1.4 Métodos Estadísticos

En primer lugar, se presenta un recuento de las respuestas de cada imagen.

En segundo lugar, para cada imagen:

- Se presenta el recuento y el porcentaje de personas que han identificado cada Valor como un Valor presente en la imagen. Para visualizar los datos gráficamente se presenta un gráfico de barras de los porcentajes de respuestas con Valores presentes.
- Se presenta, de las personas que han valorado cómo presente el Valor, el recuento y el porcentaje para cada respuesta: Totalmente desfavorable, Muy desfavorable, Un poco desfavorable, Ni favorable ni desfavorable, Un poco favorable, Muy favorable y Totalmente favorable. Esta tabla se complementa con las medianas para cada valor de la evaluación intermedia. Para visualizar los datos gráficamente se presenta un gráfico de dispersión con el tamaño de los puntos representando el número de respuestas con cada tipología, además en azul se representa los puntos intermedios de la distribución de los datos.

En tercer lugar, se presentan los resultados de la regresión Logística, donde la variable respuesta es la presencia o ausencia del Valor y se ha introducido cada una de las imágenes como variable explicativa. Se presentan:

- Type III Test: Se presenta una tabla con los Type III Test.
- LSMeans: Se presenta un gráfico con las estimaciones e Intervalos de confianza de la presencia de cada Valor en cada imagen.

En cuarto lugar, se presentan los resultados de la regresión Logística para cada valor, dónde la variable respuesta es la presencia o ausencia del Valor en todas las imágenes Mujer Objeto de Deseo. Se ha estructurado el efecto del modelo considerando todas las respuestas que procedían de una misma imagen y individuo, es decir, las observaciones NO son independientes entre sí. Se presentan:

- LSMMeans: Se presenta un gráfico con las estimaciones e Intervalos de confianza de la presencia de cada Valor en cada tipo de Mujer Objeto de Deseo.

Se presentan un gráfico y una tabla con las respuestas a cada valor, es decir, la media entre todas las imágenes del porcentaje de personas que hay con cada Potencia de Valor.

En quinto lugar, se presentan los resultados de la regresión Logística para cada valor, dónde la variable respuesta es la presencia o ausencia del Valor según el tipo de Mujer Objeto de Deseo. Se ha estructurado el efecto del modelo considerando todas las respuestas que procedían de una misma imagen y individuo, es decir, las observaciones NO son independientes entre sí. Se presentan:

- Type III Test: Se presenta una tabla con los Type III Test.
- LSMMeans: Se presenta un gráfico con las estimaciones e Intervalos de confianza de la presencia de cada Valor en cada tipo de Mujer Objeto de Deseo.
- Diffs: Se presentan las diferencias estadísticamente significativas de la presencia de cada Valor entre los tipos de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva, Activa). Además se presentan las estimaciones e Intervalos de Confianza de los Odds Ratio.

Para cada tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva, Activa), se presentan un gráfico y una tabla con las respuestas a cada valor, es decir, la media del porcentaje de personas que hay con cada Potencia de Valor entre todas las imágenes de cada tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva, Activa).

En quinto lugar, se presentan los resultados de la regresión Logística para cada valor, dónde la variable respuesta es la presencia o ausencia del Valor según el Estereotipo. Se ha estructurado el efecto del modelo considerando todas las respuestas que procedían de una misma imagen y individuo, es decir, las observaciones NO son independientes entre sí. Se presentan:

- Type III Test: Se presenta una tabla con los Type III Test.
- LSMMeans: Se presenta un gráfico con las estimaciones e Intervalos de confianza de la presencia de cada Valor en cada Estereotipo.
- Diffs: Se presentan las diferencias estadísticamente significativas de la presencia de cada Valor entre los tipos de Estereotipo, los p valores han sido corregidos por multiplicidad de contrastes. Además se presentan las estimaciones e Intervalos de Confianza (ajustados) de los Odds Ratio.

Para cada Estereotipo, se presentan un gráfico y una tabla con las respuestas a cada valor, es decir, la media del porcentaje de personas que hay con cada Potencia de Valor entre todas las imágenes de cada Estereotipo.

Todos los resultados se han obtenido con el software SAS versión 9.3 (SAS System, Cary, NC, USA, 2013).

2 Recogida de datos

Se presenta un recuento de las respuestas de cada imagen que han sido utilizadas en este informe:

imagen	N respuestas
Imagen 1	99
Imagen 2	72
Imagen 3	71
Imagen 4	68
Imagen 5	67
Imagen 6	66
Imagen 7	65
Imagen 8	64
Imagen 9	63
Imagen 10	65
Imagen 11	65
Imagen 12	62
Imagen 13	63
Imagen 14	61
Imagen 15	63
Imagen 16	64

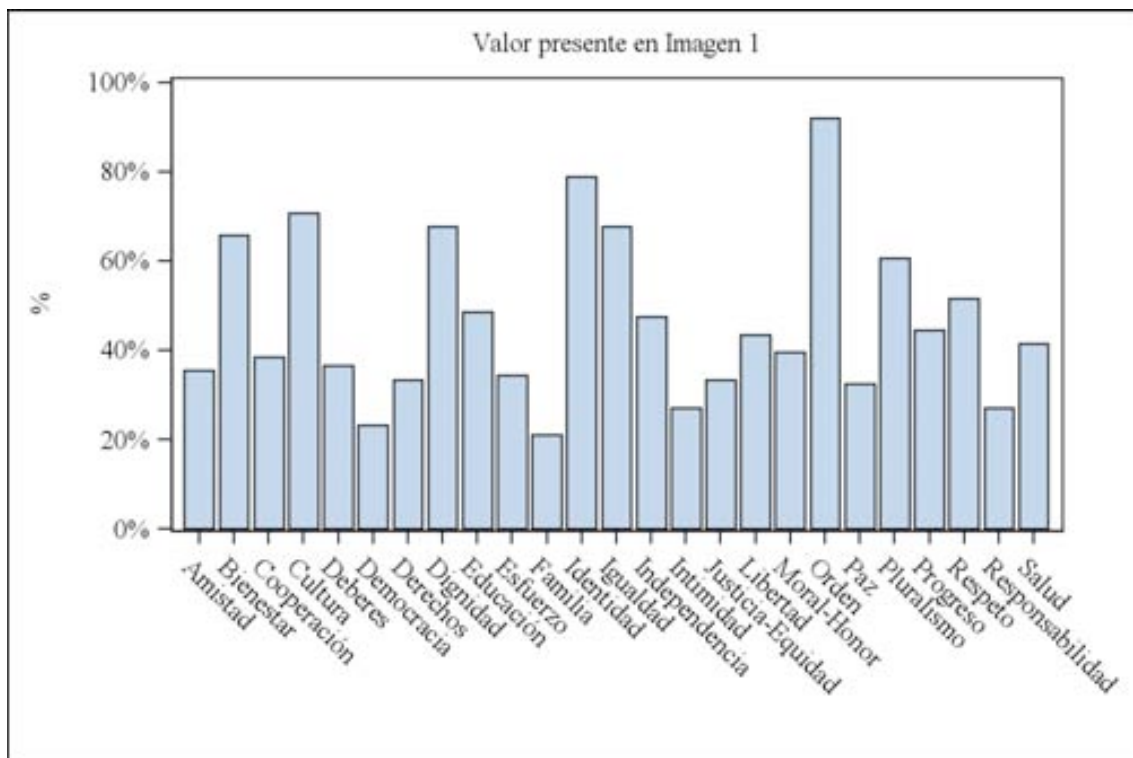
- En la imagen 1 se han considerado 99 respuestas
- En el resto de imágenes se han incluido más de 60 respuestas.

3 Estadística Descriptiva de los valores transmitidos por cada imagen

3.1 Imagen 1

3.1.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 1, los valores más transmitidos son:

- **Orden**, con 91 personas que han señalado que transmitía este valor, un 91.92% de las respuestas de todas las respuestas.
- **Identidad**, con 78 personas (78.79%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura**, con 70 personas (70.71%) que han señalado que transmitía este valor.

En la imagen 1, los valores menos transmitidos son:

- **Familia**, con 21 personas (21.21%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 23 personas (23.23%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Intimidad**, con 27 personas (27.27%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, con 27 personas (27.27%) que han señalado que transmitía este valor.

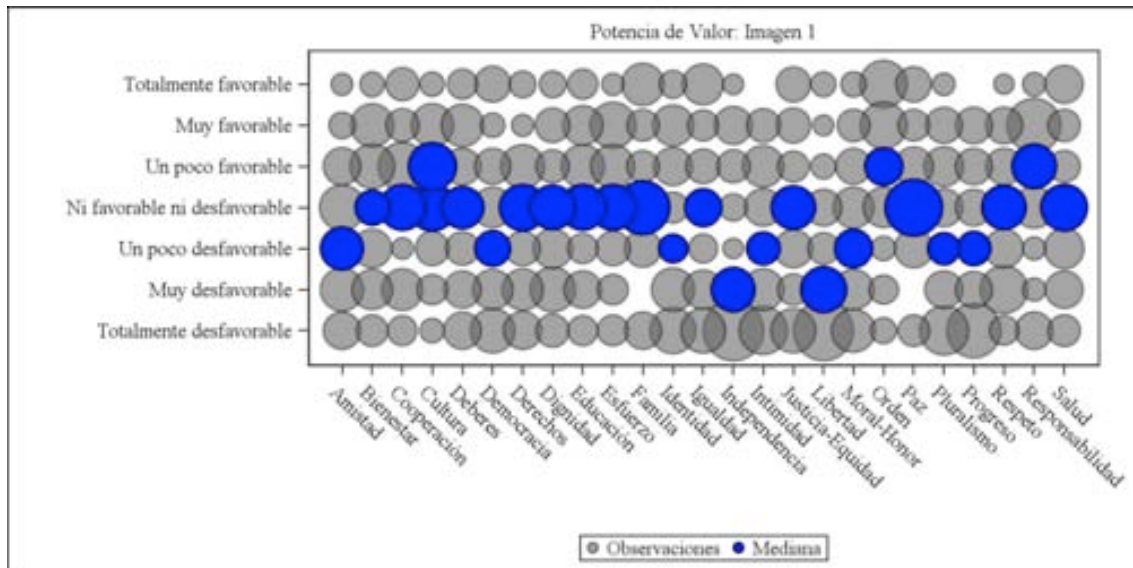
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 1	Amistad	64	64.65%	35	35.35%
	Bienestar	34	34.34%	65	65.66%
	Cooperación	61	61.62%	38	38.38%
	Cultura	29	29.29%	70	70.71%
	Deberes	63	63.64%	36	36.36%
	Democracia	76	76.77%	23	23.23%
	Derechos	66	66.67%	33	33.33%
	Dignidad	32	32.32%	67	67.68%
	Educación	51	51.52%	48	48.48%
	Esfuerzo	65	65.66%	34	34.34%
	Familia	78	78.79%	21	21.21%
	Identidad	21	21.21%	78	78.79%
	Igualdad	32	32.32%	67	67.68%
	Independencia	52	52.53%	47	47.47%
	Intimidación	72	72.73%	27	27.27%
	Justicia-Equidad	66	66.67%	33	33.33%
	Libertad	56	56.57%	43	43.43%
	Moral-Honor	60	60.61%	39	39.39%
	Orden	8	8.08%	91	91.92%
	Paz	67	67.68%	32	32.32%
	Pluralismo	39	39.39%	60	60.61%
	Progreso	55	55.56%	44	44.44%
	Respeto	48	48.48%	51	51.52%
	Responsabilidad	72	72.73%	27	27.27%
	Salud	58	58.59%	41	41.41%

3.1.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la primera imagen, de las 35 personas que encuentran que Amistad está presente en la imagen:

- El 14.29% cree que su influencia es totalmente desfavorable.
- El 20% valora que su influencia es muy desfavorable.
- El 20% valora que su influencia es un poco desfavorable.
- El 22.86% valora que ni es favorable ni desfavorable.
- El 14.29% valora que es un poco favorable.
- El 5.71 cree que es muy favorable.
- El 2.86% (1 persona) cree que es totalmente favorable.

Con esto, se reportan los porcentajes de respuestas de cada tipo de influencia y se calcula la mediana de los datos, es decir, el valor central de los datos. En el caso de Amistad la mediana de valoración es Un poco desfavorable, ya que:

- Más del 50% de los datos son cómo mucho **Un poco desfavorable**: Totalmente desfavorable, Muy desfavorable i Un poco desfavorable.
- Más del 50% de los datos son cómo mínimo **Un poco desfavorable**: Un poco desfavorable, ni favorable ni desfavorable, Un poco favorable, Muy favorable y Totalmente favorable.

En el caso de Cultura, tenemos dos círculos que representan la mediana, es decir, no hay un único valor central, hay dos:

- Un 50% de los datos son cómo mucho **Ni favorable ni desfavorable**.
- Un 50% de los datos son como mínimo **Un poco favorable**.

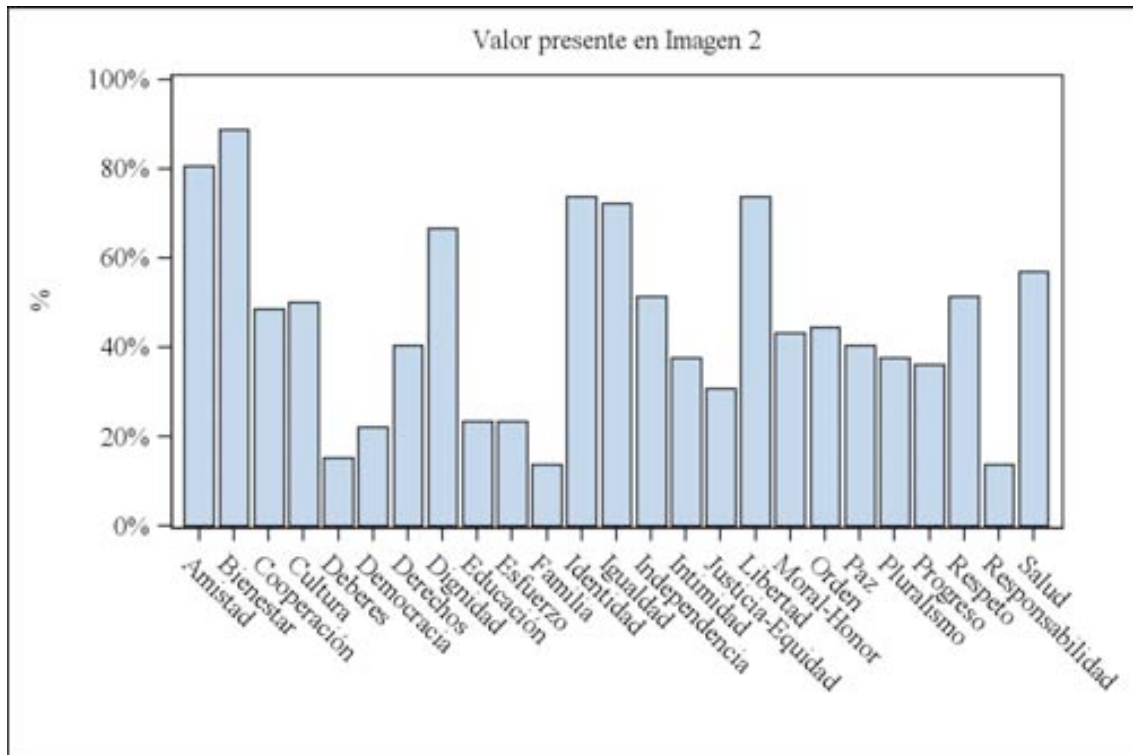
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas							Mediana
			Totalm. desfav.	Muy desfav.	Un poco desfav.	Ni fav ni desfav	Un poco fav.	Muy fav.	Totalm. fav.	
Imagen 1	Amistad	35	14.29%	20.00%	20.00%	22.86%	14.29%	5.71%	2.86%	Un poco desfavorable
	Bienestar	65	9.23%	16.92%	15.38%	12.31%	21.54%	20.00%	4.62%	Ni favorable ni desfavorable
	Cooperación	38	7.89%	18.42%	2.63%	23.68%	26.32%	10.53%	10.53%	Ni favorable ni desfavorable
	Cultura	70	4.29%	8.57%	11.43%	25.71%	25.71%	20.00%	4.29%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Deberes	36	13.89%	13.89%	11.11%	19.44%	13.89%	19.44%	8.33%	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	23	21.74%	17.39%	13.04%	17.39%	13.04%	4.35%	13.04%	Un poco desfavorable
	Derechos	33	15.15%	18.18%	12.12%	24.24%	21.21%	3.03%	6.06%	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	67	10.45%	22.39%	16.42%	22.39%	10.45%	11.94%	5.97%	Ni favorable ni desfavorable
	Educación	48	8.33%	14.58%	8.33%	22.92%	20.83%	16.67%	8.33%	Ni favorable ni desfavorable
	Esfuerzo	34	8.82%	8.82%	11.76%	23.53%	20.59%	23.53%	2.94%	Ni favorable ni desfavorable
	Familia	21	14.29%	.	14.29%	33.33%	9.52%	9.52%	19.05%	Ni favorable ni desfavorable
	Identidad	78	23.08%	20.51%	7.69%	8.97%	15.38%	17.95%	6.41%	Un poco desfavorable
	Igualdad	67	22.39%	16.42%	7.46%	14.93%	11.94%	8.96%	17.91%	Ni favorable ni desfavorable
	Independencia	47	42.55%	21.28%	2.13%	6.38%	10.64%	14.89%	2.13%	Muy desfavorable
	Intimidad	27	25.93%	18.52%	11.11%	14.81%	18.52%	11.11%	.	Un poco desfavorable
	Justicia-Equidad	33	21.21%	9.09%	15.15%	21.21%	9.09%	12.12%	12.12%	Ni favorable ni desfavorable
	Libertad	43	41.86%	23.26%	9.30%	13.95%	4.65%	2.33%	4.65%	Muy desfavorable
	Moral-Honor	39	20.51%	17.95%	15.38%	17.95%	12.82%	10.26%	5.13%	Un poco desfavorable
	Orden	91	5.49%	7.69%	4.40%	17.58%	15.38%	24.18%	25.27%	Un poco favorable
	Paz	32	9.38%	.	15.63%	37.50%	15.63%	9.38%	12.50%	Ni favorable ni desfavorable
Pluralismo	60	26.67%	15.00%	10.00%	15.00%	16.67%	13.33%	3.33%	Un poco desfavorable	
Progreso	44	34.09%	13.64%	11.36%	13.64%	13.64%	13.64%	.	Un poco desfavorable	
Respeto	51	7.84%	25.49%	15.69%	21.57%	13.73%	13.73%	1.96%	Ni favorable ni desfavorable	
Responsabilidad	27	14.81%	3.70%	3.70%	18.52%	22.22%	33.33%	3.70%	Un poco favorable	
Salud	41	9.76%	14.63%	17.07%	24.39%	9.76%	9.76%	14.63%	Ni favorable ni desfavorable	

3.2 Imagen 2

3.2.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 2, los valores más transmitidos son:

- **Bienestar**, con 64 personas que han señalado que transmitía este valor, un 88.89% de las respuestas de todas las respuestas.
- **Amistad**, con 58 personas (80.56%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Identidad** y **Libertad**, con 53 personas (73.61%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad**, con 52 personas (72.22%) que han señalado que transmitía este valor.

En la imagen 2, los valores menos transmitidos son:

- **Familia** y **Responsabilidad**, con 10 personas (13.89%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 11 personas (15.28%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 16 personas (22.22%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Educación** y **Esfuerzo**, con 17 personas (23.61%) que han señalado que transmitía este valor.

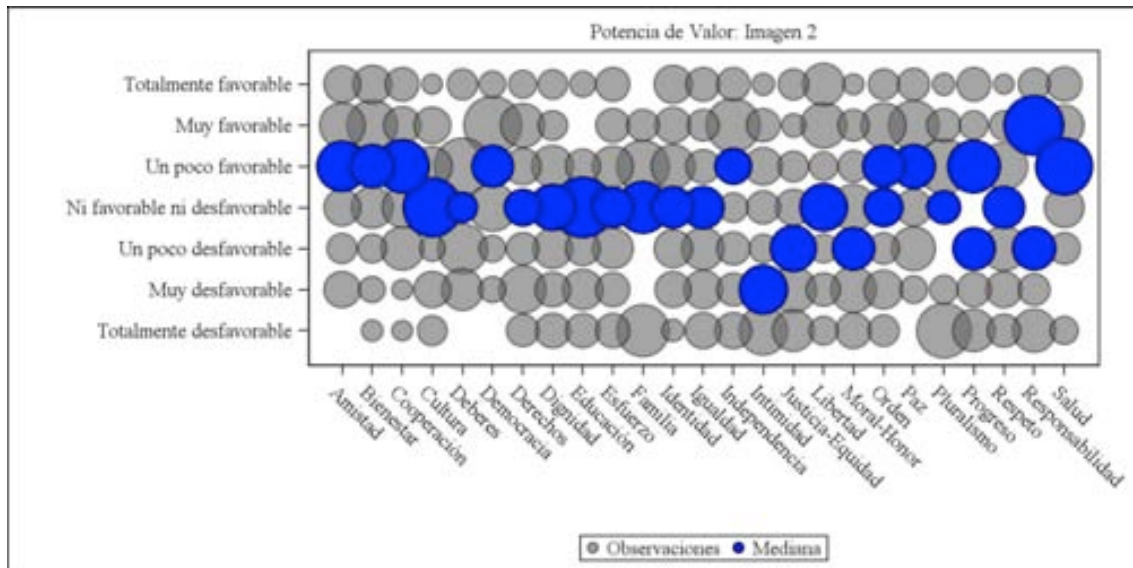
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 2	Amistad	14	19.44%	58	80.56%
	Bienestar	8	11.11%	64	88.89%
	Cooperación	37	51.39%	35	48.61%
	Cultura	36	50.00%	36	50.00%
	Deberes	61	84.72%	11	15.28%
	Democracia	56	77.78%	16	22.22%
	Derechos	43	59.72%	29	40.28%
	Dignidad	24	33.33%	48	66.67%
	Educación	55	76.39%	17	23.61%
	Esfuerzo	55	76.39%	17	23.61%
	Familia	62	86.11%	10	13.89%
	Identidad	19	26.39%	53	73.61%
	Igualdad	20	27.78%	52	72.22%
	Independencia	35	48.61%	37	51.39%
	Intimidad	45	62.50%	27	37.50%
	Justicia-Equidad	50	69.44%	22	30.56%
	Libertad	19	26.39%	53	73.61%
	Moral-Honor	41	56.94%	31	43.06%
	Orden	40	55.56%	32	44.44%
	Paz	43	59.72%	29	40.28%
	Pluralismo	45	62.50%	27	37.50%
	Progreso	46	63.89%	26	36.11%
	Respeto	35	48.61%	37	51.39%
	Responsabilidad	62	86.11%	10	13.89%
	Salud	31	43.06%	41	56.94%

3.2.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la segunda imagen:

- La mediana de influencia de los valores Amistad, Bienestar, Cooperación, Derechos, Independencia, Orden, Paz y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Justicia-Equidad y Moral-Honor es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Intimidad es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**.

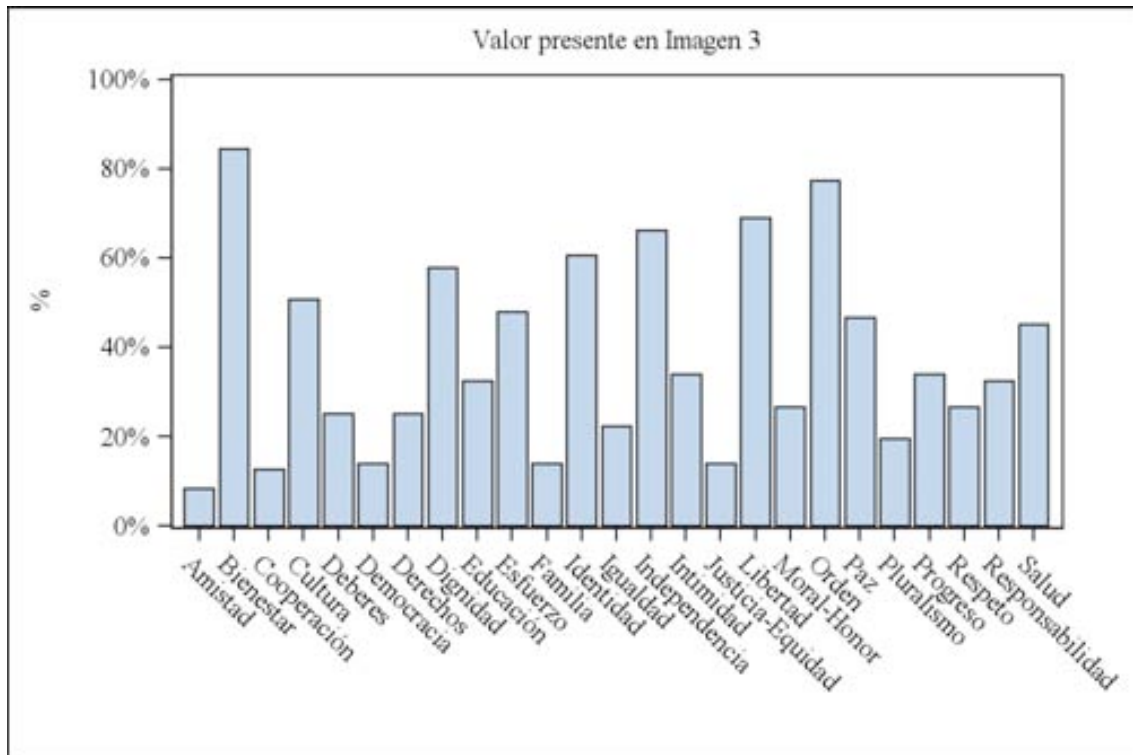
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav		Totalm. fav
Imagen 2	Amistad	58	.	13.79%	8.62%	13.79%	27.59%	22.41%	13.79%	Un poco favorable
	Bienestar	64	3.13%	6.25%	7.81%	18.75%	20.31%	28.13%	15.63%	Un poco favorable
	Cooperación	35	2.86%	2.86%	20.00%	17.14%	31.43%	14.29%	11.43%	Un poco favorable
	Cultura	36	8.33%	13.89%	5.56%	38.89%	16.67%	13.89%	2.78%	Ni favorable ni desfavorable
	Deberes	11	.	18.18%	27.27%	9.09%	36.36%	.	9.09%	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	16	.	6.25%	6.25%	25.00%	18.75%	37.50%	6.25%	Un poco favorable
	Derechos	29	10.34%	24.14%	10.34%	13.79%	13.79%	20.69%	6.90%	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	48	12.50%	12.50%	16.67%	22.92%	18.75%	8.33%	8.33%	Ni favorable ni desfavorable
	Educación	17	11.76%	17.65%	11.76%	41.18%	11.76%	.	5.88%	Ni favorable ni desfavorable
	Esfuerzo	17	11.76%	11.76%	17.65%	17.65%	17.65%	11.76%	11.76%	Ni favorable ni desfavorable
	Familia	10	30.00%	.	.	30.00%	30.00%	10.00%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Identidad	53	3.77%	13.21%	15.09%	18.87%	20.75%	13.21%	15.09%	Ni favorable ni desfavorable
	Igualdad	52	13.46%	15.38%	19.23%	19.23%	11.54%	9.62%	11.54%	Ni favorable ni desfavorable
	Independencia	37	13.51%	10.81%	10.81%	8.11%	13.51%	32.43%	10.81%	Un poco favorable
	Intimidad	27	25.93%	25.93%	7.41%	11.11%	14.81%	11.11%	3.70%	Muy desfavorable
	Justicia-Equidad	22	18.18%	22.73%	22.73%	13.64%	9.09%	4.55%	9.09%	Un poco desfavorable
	Libertad	53	7.55%	11.32%	7.55%	24.53%	7.55%	22.64%	18.87%	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	31	12.90%	22.58%	19.35%	22.58%	9.68%	9.68%	3.23%	Un poco desfavorable
	Orden	32	9.38%	15.63%	9.38%	15.63%	18.75%	21.88%	9.38%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Paz	29	.	6.90%	20.69%	13.79%	20.69%	27.59%	10.34%	Un poco favorable
Pluralismo	27	33.33%	7.41%	.	11.11%	33.33%	11.11%	3.70%	Ni favorable ni desfavorable	
Progreso	26	19.23%	11.54%	19.23%	.	30.77%	7.69%	11.54%	Ni favorable ni desfavorable	
Respeto	37	10.81%	13.51%	21.62%	18.92%	24.32%	8.11%	2.70%	Ni favorable ni desfavorable	
Responsabilidad	10	20.00%	10.00%	20.00%	.	.	40.00%	10.00%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable	
Salud	41	7.32%	.	9.76%	17.07%	36.59%	17.07%	12.20%	Un poco favorable	

3.3 Imagen 3

3.3.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 3, los valores más transmitidos son:

- **Bienestar**, con 60 personas que han señalado que transmitía este valor, un 84.51% de las respuestas de todas las respuestas.
- **Orden**, con 55 personas (77.46%) que han señalado que transmitía este valor.

En la imagen 3, los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 6 personas (8.45%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación**, con 9 personas (12.68%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia, Familia y Justicia-Equidad**, con 10 personas (14.08%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 14 personas (19.72%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad**, con 16 personas (22.54%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes y Derechos**, con 18 personas (25.35%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Respeto**, con 19 personas (26.76%) que han señalado que transmitía este valor.

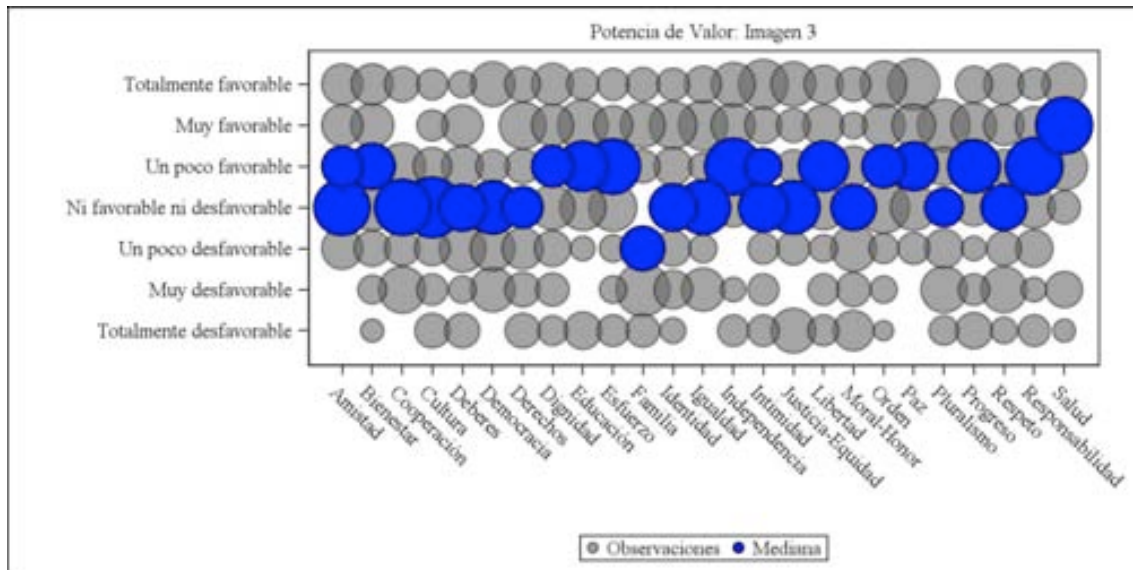
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 3	Amistad	65	91.55%	6	8.45%
	Bienestar	11	15.49%	60	84.51%
	Cooperación	62	87.32%	9	12.68%
	Cultura	35	49.30%	36	50.70%
	Deberes	53	74.65%	18	25.35%
	Democracia	61	85.92%	10	14.08%
	Derechos	53	74.65%	18	25.35%
	Dignidad	30	42.25%	41	57.75%
	Educación	48	67.61%	23	32.39%
	Esfuerzo	37	52.11%	34	47.89%
	Familia	61	85.92%	10	14.08%
	Identidad	28	39.44%	43	60.56%
	Igualdad	55	77.46%	16	22.54%
	Independencia	24	33.80%	47	66.20%
	Intimidad	47	66.20%	24	33.80%
	Justicia-Equidad	61	85.92%	10	14.08%
	Libertad	22	30.99%	49	69.01%
	Moral-Honor	52	73.24%	19	26.76%
	Orden	16	22.54%	55	77.46%
	Paz	38	53.52%	33	46.48%
	Pluralismo	57	80.28%	14	19.72%
	Progreso	47	66.20%	24	33.80%
	Respeto	52	73.24%	19	26.76%
Responsabilidad	48	67.61%	23	32.39%	
Salud	39	54.93%	32	45.07%	

3.3.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la tercera imagen:

- La mediana de influencia del valor Salud es **Muy favorable**.
- La mediana en los valores Bienestar, Dignidad, Educación, Esfuerzo, Independencia, Libertad, Orden, Paz, Progreso y Responsabilidad es **Un poco favorable**.
- La mediana del valor Familia es **Un poco desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre ni favorable ni desfavorable y un poco.

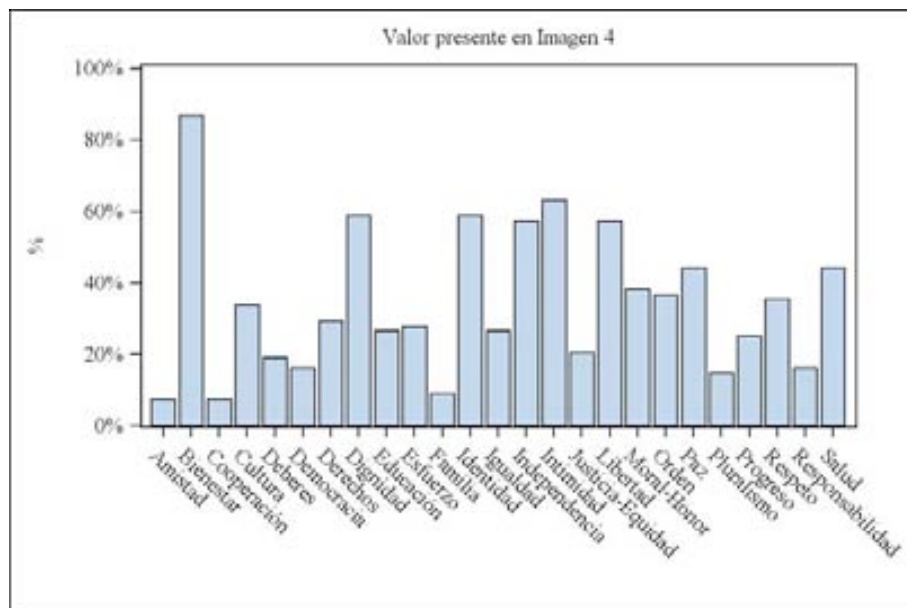
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav		Totalm. fav
Imagen 3	Amistad	6	.	.	16.67%	33.33%	16.67%	16.67%	16.67%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Bienestar	60	3.33%	6.67%	11.67%	21.67%	21.67%	18.33%	16.67%	Un poco favorable
	Cooperación	9	.	22.22%	11.11%	33.33%	22.22%	.	11.11%	Ni favorable ni desfavorable
	Cultura	36	11.11%	8.33%	11.11%	38.89%	13.89%	8.33%	8.33%	Ni favorable ni desfavorable
	Deberes	18	11.11%	5.56%	22.22%	22.22%	16.67%	16.67%	5.56%	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	10	.	20.00%	20.00%	30.00%	10.00%	.	20.00%	Ni favorable ni desfavorable
	Derechos	18	11.11%	11.11%	16.67%	16.67%	11.11%	22.22%	11.11%	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	41	7.32%	9.76%	12.20%	19.51%	17.07%	17.07%	17.07%	Un poco favorable
	Educación	23	13.04%	.	4.35%	21.74%	26.09%	26.09%	8.70%	Un poco favorable
	Esfuerzo	34	8.82%	5.88%	5.88%	23.53%	32.35%	14.71%	8.82%	Un poco favorable
	Familia	10	10.00%	30.00%	20.00%	.	10.00%	20.00%	10.00%	Un poco desfavorable
	Identidad	43	4.65%	13.95%	11.63%	23.26%	13.95%	23.26%	9.30%	Ni favorable ni desfavorable
	Igualdad	16	.	18.75%	6.25%	31.25%	6.25%	25.00%	12.50%	Ni favorable ni desfavorable
	Independencia	47	8.51%	4.26%	.	14.89%	34.04%	19.15%	19.15%	Un poco favorable
	Intimidad	24	8.33%	8.33%	8.33%	25.00%	12.50%	12.50%	25.00%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Justicia-Equidad	10	20.00%	.	10.00%	30.00%	10.00%	10.00%	20.00%	Ni favorable ni desfavorable
	Libertad	49	8.16%	8.16%	6.12%	20.41%	26.53%	16.33%	14.29%	Un poco favorable
	Moral-Honor	19	15.79%	10.53%	21.05%	21.05%	15.79%	5.26%	10.53%	Ni favorable ni desfavorable
	Orden	55	1.82%	5.45%	7.27%	27.27%	18.18%	18.18%	21.82%	Un poco favorable
Paz	33	.	.	9.09%	21.21%	24.24%	18.18%	27.27%	Un poco favorable	
Pluralismo	14	7.14%	21.43%	14.29%	14.29%	14.29%	28.57%	.	Ni favorable ni desfavorable	
Progreso	24	12.50%	8.33%	4.17%	12.50%	29.17%	20.83%	12.50%	Un poco favorable	
Respeto	19	5.26%	21.05%	10.53%	21.05%	10.53%	15.79%	15.79%	Ni favorable ni desfavorable	
Responsabilidad	23	8.70%	4.35%	13.04%	17.39%	34.78%	13.04%	8.70%	Un poco favorable	
Salud	32	3.13%	12.50%	.	9.38%	21.88%	34.38%	18.75%	Muy favorable	

3.4 Imagen 4

3.4.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 4, los valores más transmitidos son:

- **Bienestar**, con 59 personas que han señalado que transmitía este valor, un 86.76% de las respuestas de todas las respuestas.

En la imagen 4, los valores menos transmitidos son:

- **Amistad y Cooperación**, con 5 personas (7.35%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia**, con 6 personas (8.82%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 10 personas (14.71%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia y Responsabilidad**, con 11 personas (16.18%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 13 personas (19.12%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Justicia-Equidad**, con 14 personas (20.59%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Progreso**, con 17 personas (25%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Educación e Igualdad**, con 18 personas (26.47%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo**, con 19 personas (27.94%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos**, con 20 personas (29.41%) que han señalado que transmitía este valor.

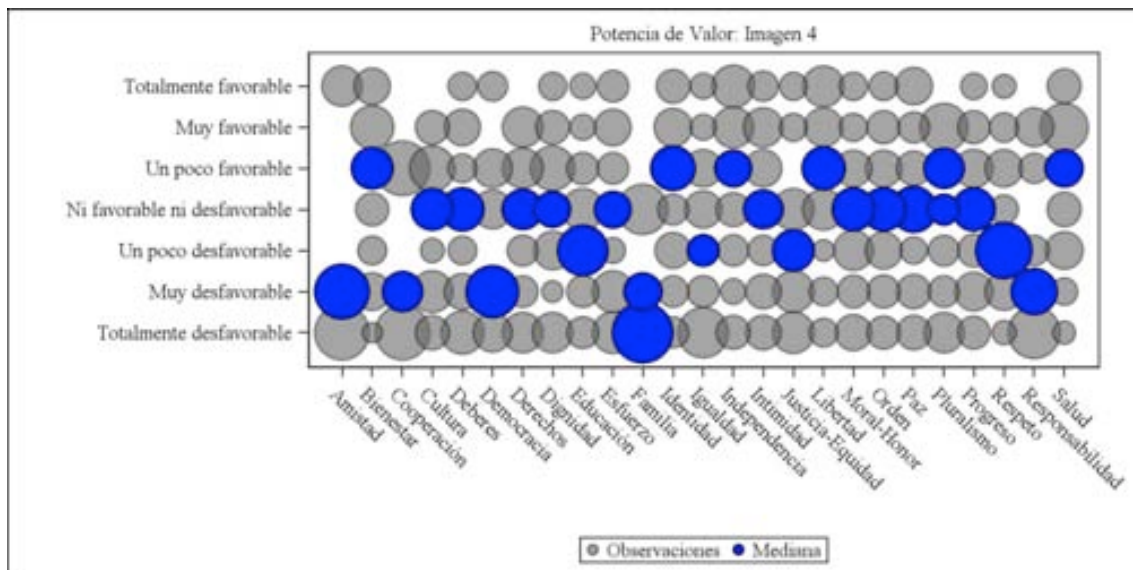
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

	Valor no presente		Valor presente	
	N	%	N	%
Imagen 4 Amistad	63	92.65%	5	7.35%
Bienestar	9	13.24%	59	86.76%
Cooperación	63	92.65%	5	7.35%
Cultura	45	66.18%	23	33.82%
Deberes	55	80.88%	13	19.12%
Democracia	57	83.82%	11	16.18%
Derechos	48	70.59%	20	29.41%
Dignidad	28	41.18%	40	58.82%
Educación	50	73.53%	18	26.47%
Esfuerzo	49	72.06%	19	27.94%
Familia	62	91.18%	6	8.82%
Identidad	28	41.18%	40	58.82%
Igualdad	50	73.53%	18	26.47%
Independencia	29	42.65%	39	57.35%
Intimidad	25	36.76%	43	63.24%
Justicia-Equidad	54	79.41%	14	20.59%
Libertad	29	42.65%	39	57.35%
Moral-Honor	42	61.76%	26	38.24%
Orden	43	63.24%	25	36.76%
Paz	38	55.88%	30	44.12%
Pluralismo	58	85.29%	10	14.71%
Progreso	51	75.00%	17	25.00%
Respeto	44	64.71%	24	35.29%
Responsabilidad	57	83.82%	11	16.18%
Salud	38	55.88%	30	44.12%

3.4.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la cuarta imagen:

- La mediana de influencia de los valores Bienestar, Identidad, Independencia, Libertad y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Educación, Igualdad, Justicia-Equidad, Respeto es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Cooperación, Democracia y Responsabilidad es **Muy desfavorable**.
- La mediana en el valor Familia está entre **Totalmente** y **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable** o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

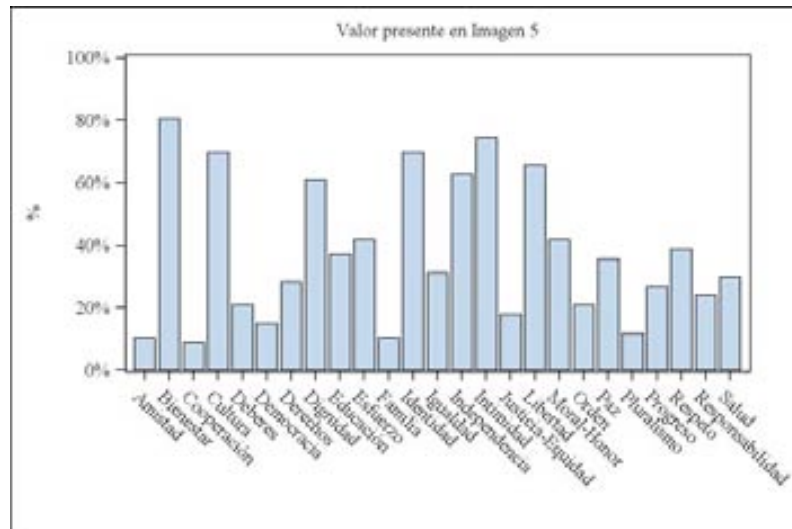
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas							Mediana
			Totalm. desfav.	Muy desfav.	Un poco desfav.	Ni fav ni desfav.	Un poco fav.	Muy fav.	Totalm. fav.	
Imagen 4	Amistad	5	40.00%	40.00%	20.00%	Muy desfavorable
	Bienestar	59	1.69%	16.95%	8.47%	11.86%	22.03%	23.73%	15.25%	Un poco favorable
	Cooperación	5	40.00%	20.00%	.	.	40.00%	.	.	Muy desfavorable
	Cultura	23	13.04%	21.74%	4.35%	21.74%	26.09%	13.04%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Deberes	13	23.08%	15.38%	7.69%	23.08%	7.69%	15.38%	7.69%	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	11	18.18%	36.36%	.	18.18%	18.18%	.	9.09%	Muy desfavorable
	Derechos	20	20.00%	10.00%	10.00%	20.00%	20.00%	20.00%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	40	20.00%	2.50%	17.50%	15.00%	25.00%	12.50%	7.50%	Ni favorable ni desfavorable
	Educación	18	11.11%	11.11%	33.33%	22.22%	11.11%	5.56%	5.56%	Un poco desfavorable
	Esfuerzo	19	21.05%	21.05%	5.26%	15.79%	10.53%	15.79%	10.53%	Ni favorable ni desfavorable
	Familia	6	50.00%	16.67%	.	33.33%	.	.	.	Entre Totalmente y muy desfavorable
	Identidad	40	10.00%	10.00%	15.00%	10.00%	25.00%	17.50%	12.50%	Un poco favorable
	Igualdad	18	33.33%	11.11%	11.11%	16.67%	16.67%	5.56%	5.56%	Un poco desfavorable
	Independencia	39	12.82%	5.13%	10.26%	12.82%	15.38%	20.51%	23.08%	Un poco favorable
	Intimidad	43	13.95%	13.95%	9.30%	18.60%	16.28%	18.60%	9.30%	Ni favorable ni desfavorable
	Justicia-Equidad	14	21.43%	21.43%	21.43%	21.43%	.	7.14%	7.14%	Un poco desfavorable
	Libertad	39	7.69%	7.69%	2.56%	20.51%	23.08%	17.95%	20.51%	Un poco favorable
	Moral-Honor	26	15.38%	11.54%	19.23%	23.08%	15.38%	7.69%	7.69%	Ni favorable ni desfavorable
	Orden	25	12.00%	12.00%	16.00%	24.00%	16.00%	12.00%	8.00%	Ni favorable ni desfavorable
	Paz	30	13.33%	13.33%	6.67%	26.67%	13.33%	10.00%	16.67%	Ni favorable ni desfavorable
Pluralismo	10	20.00%	10.00%	10.00%	10.00%	20.00%	30.00%	.	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable	
Progreso	17	11.76%	17.65%	11.76%	23.53%	17.65%	11.76%	5.88%	Ni favorable ni desfavorable	
Respeto	24	4.17%	16.67%	41.67%	8.33%	16.67%	8.33%	4.17%	Un poco desfavorable	
Responsabilidad	11	36.36%	27.27%	9.09%	.	9.09%	18.18%	.	Muy desfavorable	
Salud	30	3.33%	6.67%	16.67%	13.33%	16.67%	30.00%	13.33%	Un poco favorable	

3.5 Imagen 5

3.5.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 5, los valores más transmitidos son:

- **Bienestar**, con 54 personas que han señalado que transmitía este valor, un 80.6% de las respuestas de todas las respuestas.
- **Intimidad**, con 50 personas (74.63%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura** y **Identidad**, con 47 personas (70.15%) que han señalado que transmitía este valor.

En la imagen 4, los valores menos transmitidos son:

- **Cooperación**, con 6 personas (8.96%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad** y **Familia**, con 7 personas (10.45%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 8 personas (11.94%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 10 personas (14.93%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Justicia-Equidad**, con 12 personas (17.91%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes** y **Orden**, con 14 personas (20.9%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, con 16 personas (23.88%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Progreso**, con 18 personas (26.87%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos**, con 19 personas (28.36%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Salud**, con 20 personas (29.85%) que han señalado que transmitía este valor.

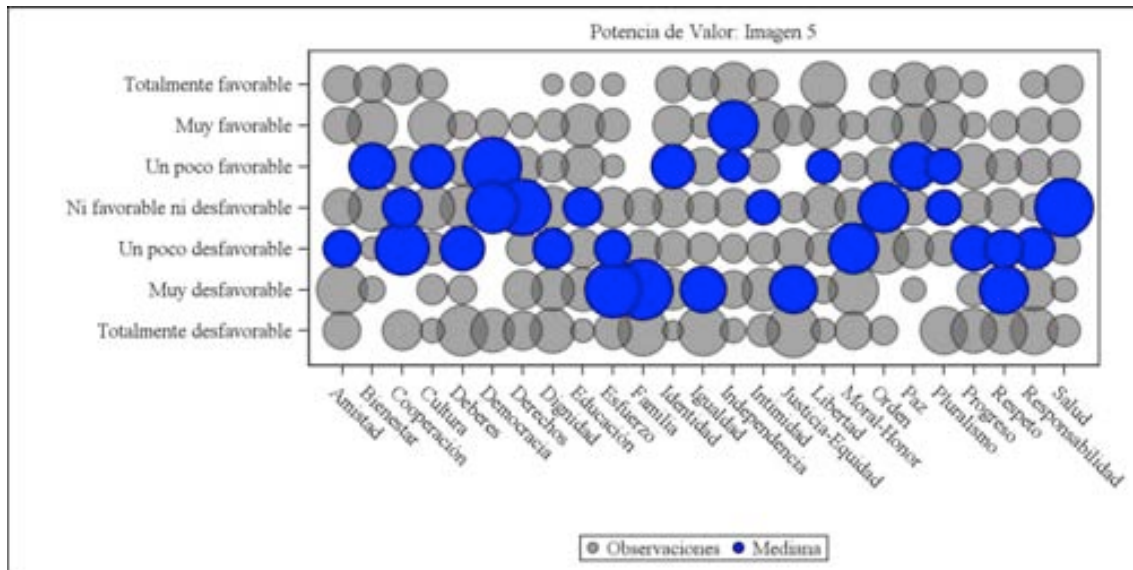
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

	Valor no presente		Valor presente	
	N	%	N	%
Imagen 5 Amistad	60	89.55%	7	10.45%
Bienestar	13	19.40%	54	80.60%
Cooperación	61	91.04%	6	8.96%
Cultura	20	29.85%	47	70.15%
Deberes	53	79.10%	14	20.90%
Democracia	57	85.07%	10	14.93%
Derechos	48	71.64%	19	28.36%
Dignidad	26	38.81%	41	61.19%
Educación	42	62.69%	25	37.31%
Esfuerzo	39	58.21%	28	41.79%
Familia	60	89.55%	7	10.45%
Identidad	20	29.85%	47	70.15%
Igualdad	46	68.66%	21	31.34%
Independencia	25	37.31%	42	62.69%
Intimidad	17	25.37%	50	74.63%
Justicia-Equidad	55	82.09%	12	17.91%
Libertad	23	34.33%	44	65.67%
Moral-Honor	39	58.21%	28	41.79%
Orden	53	79.10%	14	20.90%
Paz	43	64.18%	24	35.82%
Pluralismo	59	88.06%	8	11.94%
Progreso	49	73.13%	18	26.87%
Respeto	41	61.19%	26	38.81%
Responsabilidad	51	76.12%	16	23.88%
Salud	47	70.15%	20	29.85%

3.5.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la quinta imagen:

- La mediana de influencia de los valores Bienestar, Cultura, Identidad, Libertad y Paz es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Deberes, Dignidad, Moral-Honor, Progreso y Responsabilidad es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en los valores Esfuerzo, Independencia y Respeto está entre **Poco** y **Muy desfavorable**.
- La mediana en los valores Familia, Igualdad y Justicia-Equidad está entre **Poco** y **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

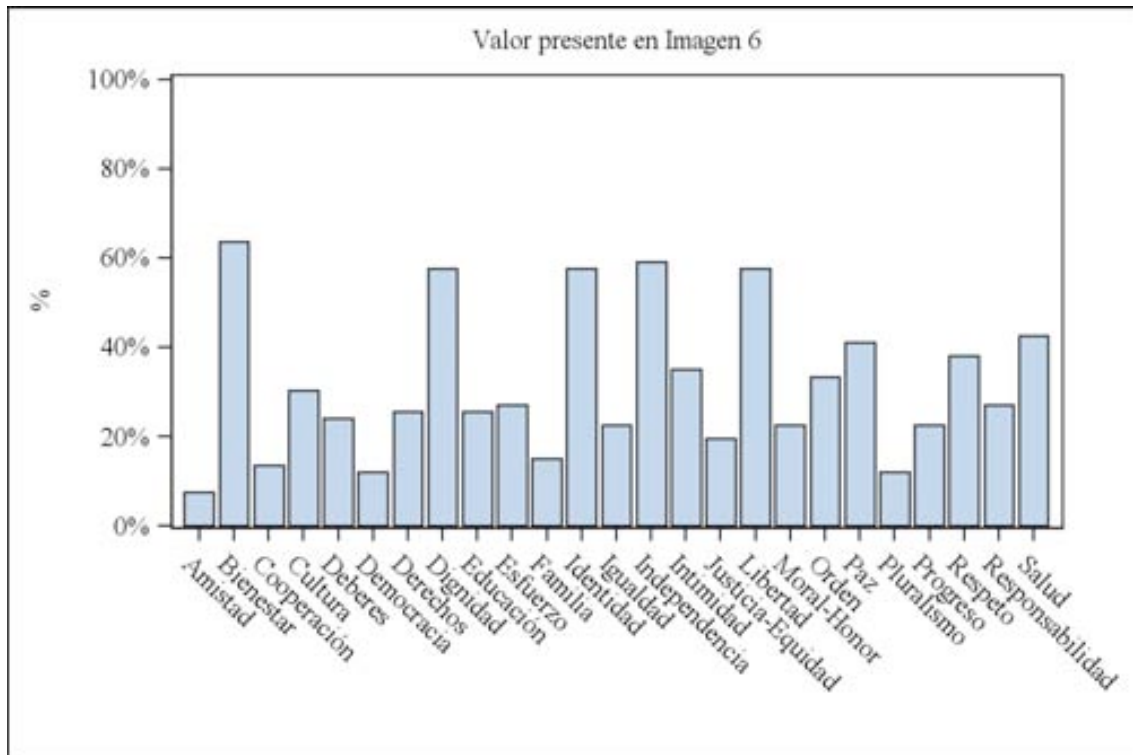
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav		Totalm. fav
	Amistad	7	14.29%	28.57%	14.29%	14.29%	.	14.29%	14.29%	Un poco desfavorabl
	Bienestar	54	.	5.56%	3.70%	25.93%	24.07%	27.78%	12.96%	Un poco favorabl
	Cooperación	6	16.67%	.	33.33%	16.67%	16.67%	.	16.67%	Entre ni favorable ni desfavorabl y un poco desfavorabl
	Cultura	47	4.26%	8.51%	10.64%	21.28%	21.28%	25.53%	8.51%	Un poco favorabl
	Deberes	14	28.57%	7.14%	21.43%	21.43%	14.29%	7.14%	.	Un poco desfavorabl
	Democracia	10	20.00%	.	.	30.00%	40.00%	10.00%	.	Entre ni favorable ni desfavorabl y un poco favorabl
	Derechos	19	15.79%	15.79%	10.53%	36.84%	15.79%	5.26%	.	Ni favorable ni desfavorabl
	Dignidad	41	21.95%	19.51%	17.07%	19.51%	9.76%	9.76%	2.44%	Un poco desfavorabl
	Educación	25	4.00%	20.00%	16.00%	16.00%	20.00%	20.00%	4.00%	Ni favorable ni desfavorabl
	Esfuerzo	28	14.29%	35.71%	14.29%	17.86%	3.57%	10.71%	3.57%	Entre muy y un poco desfavorabl
	Familia	7	28.57%	42.86%	14.29%	14.29%	.	.	.	Muy desfavorabl
	Identidad	47	2.13%	17.02%	12.77%	17.02%	21.28%	17.02%	12.77%	Un poco favorabl
imagen 5	Igualdad	21	28.57%	23.81%	9.52%	9.52%	14.29%	4.76%	9.52%	Muy desfavorabl
	Independencia	42	4.76%	14.29%	7.14%	14.29%	9.52%	28.57%	21.43%	Entre muy y un poco favorabl
	Intimidad	50	10.00%	20.00%	10.00%	12.00%	10.00%	30.00%	8.00%	Ni favorable ni desfavorabl
	Justicia-Equidad	12	33.33%	25.00%	16.67%	8.33%	.	16.67%	.	Muy desfavorabl
	Libertad	44	4.55%	6.82%	11.36%	20.45%	11.36%	22.73%	22.73%	Un poco favorabl
	Moral-Honor	28	14.29%	28.57%	28.57%	14.29%	7.14%	7.14%	.	Un poco desfavorabl
	Orden	14	7.14%	.	28.57%	28.57%	14.29%	14.29%	7.14%	Ni favorable ni desfavorabl
	Paz	24	.	4.17%	16.67%	12.50%	25.00%	20.83%	20.83%	Un poco favorabl
	Pluralismo	8	25.00%	.	12.50%	12.50%	12.50%	25.00%	12.50%	Entre ni favorable ni desfavorabl y un poco favorabl
	Progreso	18	22.22%	11.11%	22.22%	11.11%	22.22%	5.56%	5.56%	Un poco desfavorabl
	Respeto	26	23.08%	26.92%	15.38%	15.38%	11.54%	7.69%	.	Entre muy un poco desfavorabl
	Responsabilidad	16	25.00%	18.75%	18.75%	6.25%	12.50%	12.50%	6.25%	Un poco desfavorabl
	Salud	20	10.00%	5.00%	10.00%	40.00%	10.00%	10.00%	15.00%	Ni favorable ni desfavorabl

3.6 Imagen 6

3.6.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 6, no hay ningún valor que sea un valor transmitido por más del 70% de las personas que han respondido.

En la imagen 6, los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 5 personas (7.58%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia** y **Pluralismo**, con 8 personas (12.12%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación**, con 9 personas (13.64%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia**, con 10 personas (15.15%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Justicia-Equidad**, con 13 personas (19.7%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad**, **Moral-Honor** y **Progreso**, con 15 personas (22.73%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 16 personas (24.24%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos** y **Educación**, con 17 personas (25.76%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo** y **Responsabilidad**, con 18 personas (27.27%) que han señalado que transmitía este valor.

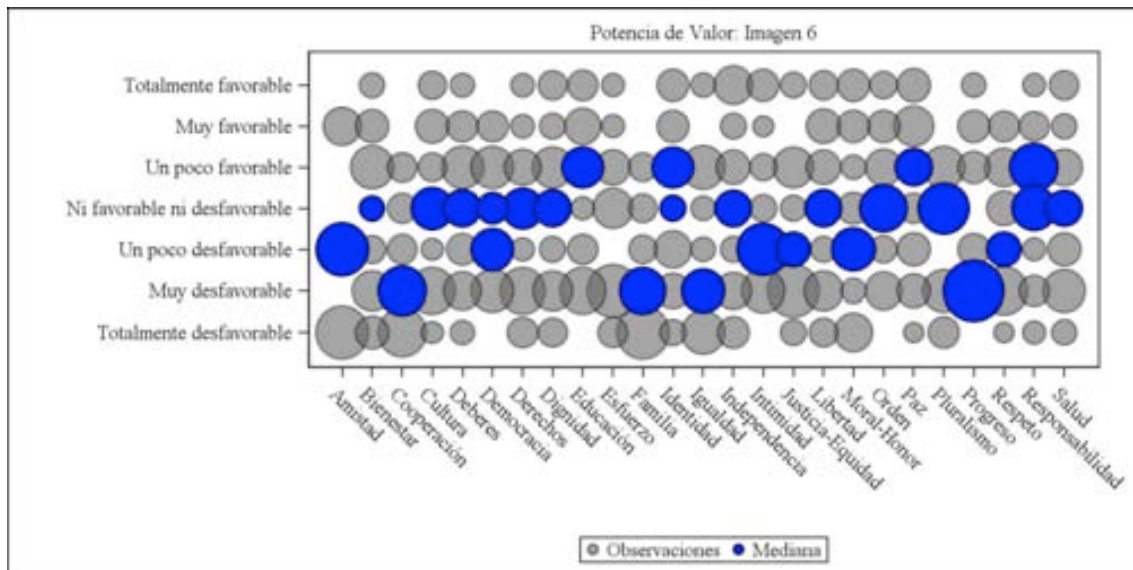
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

	Valor no presente		Valor presente	
	N	%	N	%
Imagen 6 Amistad	61	92.42%	5	7.58%
Bienestar	24	36.36%	42	63.64%
Cooperación	57	86.36%	9	13.64%
Cultura	46	69.70%	20	30.30%
Deberes	50	75.76%	16	24.24%
Democracia	58	87.88%	8	12.12%
Derechos	49	74.24%	17	25.76%
Dignidad	28	42.42%	38	57.58%
Educación	49	74.24%	17	25.76%
Esfuerzo	48	72.73%	18	27.27%
Familia	56	84.85%	10	15.15%
Identidad	28	42.42%	38	57.58%
Igualdad	51	77.27%	15	22.73%
Independencia	27	40.91%	39	59.09%
Intimidad	43	65.15%	23	34.85%
Justicia-Equidad	53	80.30%	13	19.70%
Libertad	28	42.42%	38	57.58%
Moral-Honor	51	77.27%	15	22.73%
Orden	44	66.67%	22	33.33%
Paz	39	59.09%	27	40.91%
Pluralismo	58	87.88%	8	12.12%
Progreso	51	77.27%	15	22.73%
Respeto	41	62.12%	25	37.88%
Responsabilidad	48	72.73%	18	27.27%
Salud	38	57.58%	28	42.42%

3.6.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la sexta imagen:

- La mediana de influencia de los valores Educación y Paz es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Esfuerzo, Intimidad, Justicia-Equidad, Moral-Honor y Respeto es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en los valores Cooperación, Familia, Igualdad y Progreso es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

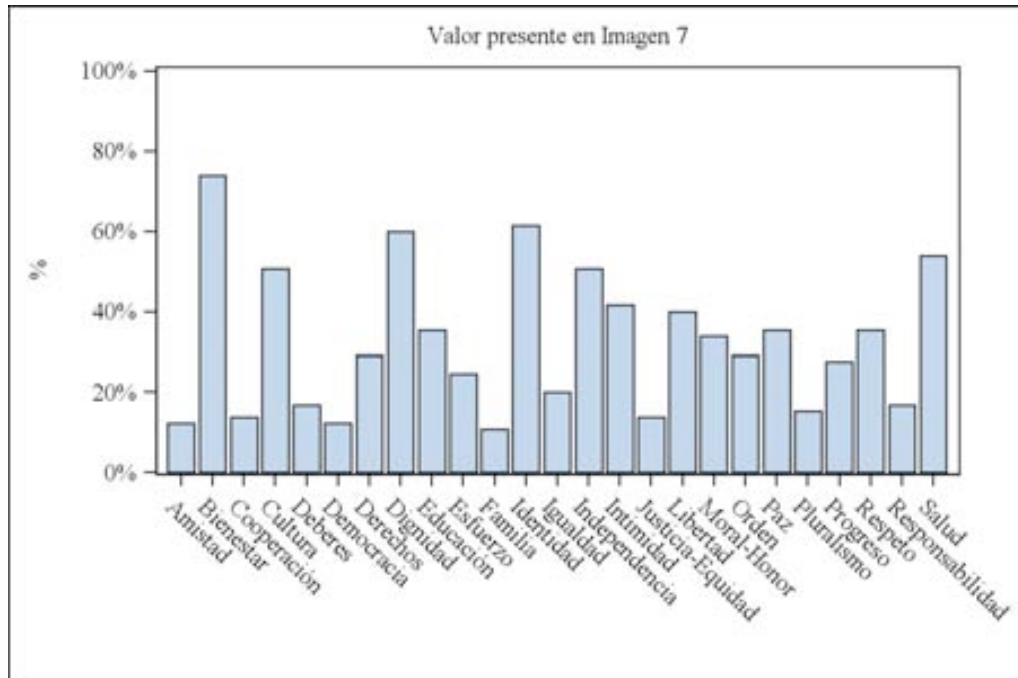
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav		Totalm. fav
Imagen 6	Amistad	5	40.00%	.	40.00%	.	.	20.00%	.	Un poco desfavorable
	Bienestar	42	14.29%	21.43%	9.52%	7.14%	26.19%	14.29%	7.14%	Ni favorable ni desfavorable
	Cooperación	9	33.33%	33.33%	11.11%	11.11%	11.11%	.	.	Muy desfavorable
	Cultura	20	5.00%	30.00%	5.00%	25.00%	10.00%	15.00%	10.00%	Ni favorable ni desfavorable
	Deberes	16	6.25%	18.75%	12.50%	18.75%	25.00%	12.50%	6.25%	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	8	.	25.00%	25.00%	12.50%	25.00%	12.50%	.	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable
	Derechos	17	11.76%	29.41%	5.88%	23.53%	17.65%	5.88%	5.88%	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	38	10.53%	21.05%	7.89%	18.42%	23.68%	7.89%	10.53%	Ni favorable ni desfavorable
	Educación	17	.	29.41%	11.76%	5.88%	23.53%	17.65%	11.76%	Un poco favorable
	Esfuerzo	18	11.11%	38.89%	.	22.22%	16.67%	5.56%	5.56%	Un poco desfavorable
	Familia	10	40.00%	30.00%	10.00%	10.00%	10.00%	.	.	Muy desfavorable
	Identidad	38	7.89%	15.79%	18.42%	7.89%	23.68%	13.16%	13.16%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Igualdad	15	26.67%	26.67%	6.67%	6.67%	26.67%	.	6.67%	Muy desfavorable
	Independencia	39	12.82%	17.95%	7.69%	17.95%	15.38%	7.69%	20.51%	Ni favorable ni desfavorable
	Intimidad	23	.	26.09%	39.13%	8.70%	8.70%	4.35%	13.04%	Un poco desfavorable
	Justicia-Equidad	13	7.69%	38.46%	15.38%	7.69%	23.08%	.	7.69%	Un poco desfavorable
	Libertad	38	10.53%	21.05%	7.89%	18.42%	15.79%	15.79%	10.53%	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	15	20.00%	6.67%	26.67%	13.33%	6.67%	13.33%	13.33%	Un poco desfavorable
	Orden	22	.	18.18%	9.09%	31.82%	18.18%	13.64%	9.09%	Ni favorable ni desfavorable
	Paz	27	3.70%	14.81%	14.81%	11.11%	18.52%	22.22%	14.81%	Un poco favorable
Pluralismo	8	12.50%	25.00%	.	37.50%	25.00%	.	.	Ni favorable ni desfavorable	
Progreso	15	.	53.33%	13.33%	.	13.33%	13.33%	6.67%	Muy desfavorable	
Respeto	25	4.00%	32.00%	16.00%	16.00%	20.00%	12.00%	.	Un poco desfavorable	
Responsabilidad	18	5.56%	11.11%	5.56%	27.78%	33.33%	11.11%	5.56%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable	
Salud	28	7.14%	25.00%	14.29%	17.86%	17.86%	7.14%	10.71%	Ni favorable ni desfavorable	

3.7 Imagen 7

3.7.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 7, los valores más transmitidos son:

- **Bienestar**, con 48 personas que han señalado que transmitía este valor, un 73.85% de las respuestas de todas las respuestas.

En la imagen 7, los valores menos transmitidos son:

- **Familia**, con 7 personas (10.77%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad** y **Democracia**, con 8 personas (12.31%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación** y **Justicia-Equidad**, con 9 personas (13.85%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 10 personas (15.38%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes** y **Responsabilidad**, con 11 personas (16.92%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad**, con 13 personas (20%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo**, con 16 personas (24.62%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Progreso**, con 18 personas (27.69%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos** y **Orden**, con 19 personas (29.23%) que han señalado que transmitía este valor.

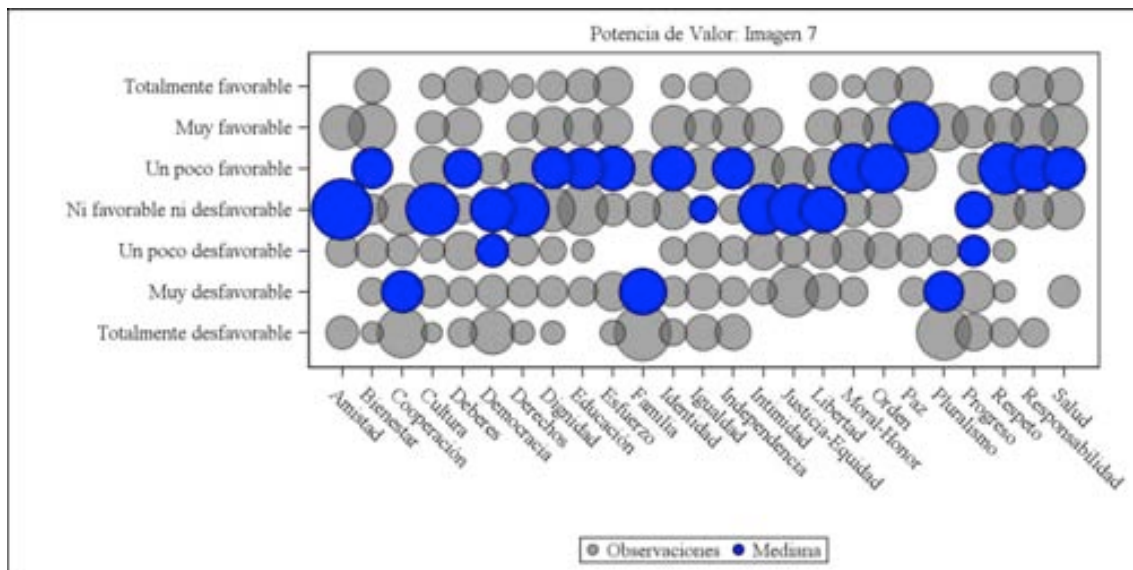
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 7	Amistad	57	87.69%	8	12.31%
	Bienestar	17	26.15%	48	73.85%
	Cooperación	56	86.15%	9	13.85%
	Cultura	32	49.23%	33	50.77%
	Deberes	54	83.08%	11	16.92%
	Democracia	57	87.69%	8	12.31%
	Derechos	46	70.77%	19	29.23%
	Dignidad	26	40.00%	39	60.00%
	Educación	42	64.62%	23	35.38%
	Esfuerzo	49	75.38%	16	24.62%
	Familia	58	89.23%	7	10.77%
	Identidad	25	38.46%	40	61.54%
	Igualdad	52	80.00%	13	20.00%
	Independencia	32	49.23%	33	50.77%
	Intimidación	38	58.46%	27	41.54%
	Justicia-Equidad	56	86.15%	9	13.85%
	Libertad	39	60.00%	26	40.00%
	Moral-Honor	43	66.15%	22	33.85%
	Orden	46	70.77%	19	29.23%
	Paz	42	64.62%	23	35.38%
	Pluralismo	55	84.62%	10	15.38%
	Progreso	47	72.31%	18	27.69%
	Respeto	42	64.62%	23	35.38%
Responsabilidad	54	83.08%	11	16.92%	
Salud	30	46.15%	35	53.85%	

3.7.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la séptima imagen:

- La mediana de influencia del valor Paz es **Muy favorable**.
- La mediana de influencia de los valores Bienestar, Deberes, Dignidad, Educación, Esfuerzo, Identidad, Independencia, Moral-Honor, Orden, Respeto, Responsabilidad y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana de los valores Cooperación, Familia y Pluralismo es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

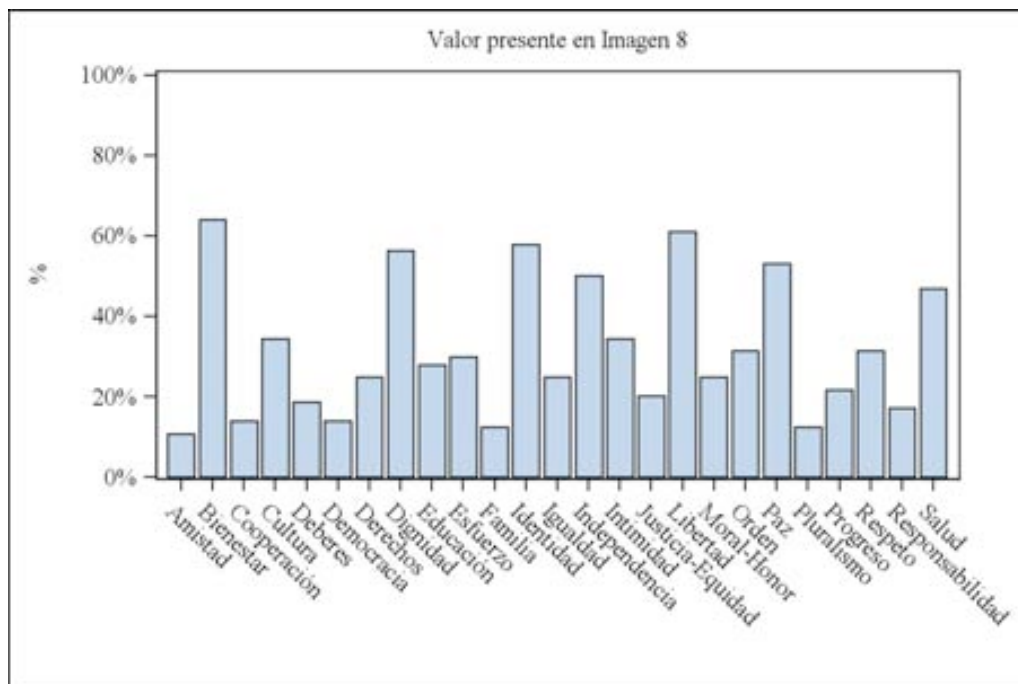
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav		Totalm. fav
	Amistad	8	12.50%	.	12.50%	50.00%	.	25.00%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Bienestar	48	4.17%	8.33%	12.50%	10.42%	20.83%	29.17%	14.58%	Un poco favorable
	Cooperación	9	33.33%	22.22%	11.11%	33.33%	.	.	.	Muy desfavorable
	Cultura	33	3.03%	12.12%	6.06%	36.36%	24.24%	12.12%	6.06%	Ni favorable ni desfavorable
	Deberes	11	9.09%	9.09%	18.18%	9.09%	18.18%	18.18%	18.18%	Un poco favorable
	Democracia	8	25.00%	12.50%	12.50%	25.00%	12.50%	.	12.50%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable
	Derechos	19	5.26%	10.53%	10.53%	36.84%	21.05%	10.53%	5.26%	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	39	5.13%	10.26%	7.69%	25.64%	20.51%	20.51%	10.26%	Un poco favorable
	Educación	23	.	8.70%	4.35%	34.78%	21.74%	17.39%	13.04%	Un poco favorable
	Esfuerzo	16	6.25%	18.75%	.	12.50%	25.00%	18.75%	18.75%	Un poco favorable
	Familia	7	42.86%	28.57%	.	14.29%	14.29%	.	.	Muy desfavorable
	Identidad	40	7.50%	10.00%	7.50%	20.00%	25.00%	25.00%	5.00%	Un poco favorable
Imagen 7	Igualdad	13	15.38%	15.38%	15.38%	7.69%	23.08%	15.38%	7.69%	Ni favorable ni desfavorable
	Independencia	33	15.15%	9.09%	9.09%	9.09%	21.21%	21.21%	15.15%	Un poco favorable
	Intimidad	27	.	7.41%	18.52%	33.33%	22.22%	18.52%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Justicia-Equidad	9	.	33.33%	11.11%	33.33%	22.22%	.	.	Ni favorable ni desfavorable
	Libertad	26	.	15.38%	15.38%	26.92%	19.23%	15.38%	7.69%	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	22	.	9.09%	22.73%	13.64%	31.82%	18.18%	4.55%	Un poco favorable
	Orden	19	.	.	15.79%	15.79%	31.58%	21.05%	15.79%	Un poco favorable
	Paz	23	.	8.70%	13.04%	.	26.09%	34.78%	17.39%	Muy favorable
	Pluralismo	10	40.00%	20.00%	10.00%	.	.	30.00%	.	Muy desfavorable
	Progreso	18	16.67%	22.22%	11.11%	16.67%	11.11%	22.22%	.	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable
	Respeto	23	8.70%	4.35%	4.35%	21.74%	34.78%	17.39%	8.70%	Un poco favorable
	Responsabilidad	11	9.09%	.	.	18.18%	27.27%	27.27%	18.18%	Un poco favorable
	Salud	35	.	11.43%	.	20.00%	22.86%	28.57%	17.14%	Un poco favorable

3.8 Imagen 8

3.8.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 8, no hay señalado ningún valor que esté presente en más del 70% de las respuestas.

En la imagen 8, los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 7 personas (10.94%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia** y **Pluralismo**, con 8 personas (12.5%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, con 11 personas (17.19%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 12 personas (18.75%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Justicia-Equidad**, con 13 personas (20.31%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Progreso**, con 14 personas (21.88%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos**, **Igualdad** y **Moral-Honor**, con 16 personas (25%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Educación**, con 18 personas (28.13%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo**, con 19 personas (29.69%) que han señalado que transmitía este valor.

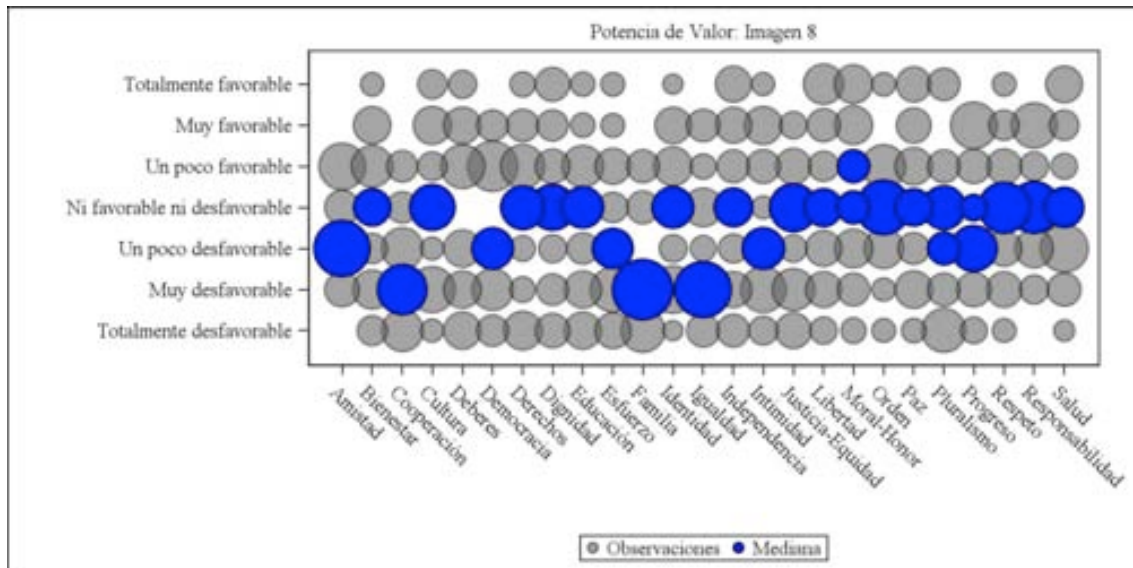
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 8	Amistad	57	89.06%	7	10.94%
	Bienestar	23	35.94%	41	64.06%
	Cooperación	55	85.94%	9	14.06%
	Cultura	42	65.63%	22	34.38%
	Deberes	52	81.25%	12	18.75%
	Democracia	55	85.94%	9	14.06%
	Derechos	48	75.00%	16	25.00%
	Dignidad	28	43.75%	36	56.25%
	Educación	46	71.88%	18	28.13%
	Esfuerzo	45	70.31%	19	29.69%
	Familia	56	87.50%	8	12.50%
	Identidad	27	42.19%	37	57.81%
	Igualdad	48	75.00%	16	25.00%
	Independencia	32	50.00%	32	50.00%
	Intimidad	42	65.63%	22	34.38%
	Justicia-Equidad	51	79.69%	13	20.31%
	Libertad	25	39.06%	39	60.94%
	Moral-Honor	48	75.00%	16	25.00%
	Orden	44	68.75%	20	31.25%
	Paz	30	46.88%	34	53.13%
	Pluralismo	56	87.50%	8	12.50%
	Progreso	50	78.13%	14	21.88%
	Respeto	44	68.75%	20	31.25%
	Responsabilidad	53	82.81%	11	17.19%
	Salud	34	53.13%	30	46.88%

3.8.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la octava imagen:

- La mediana en los valores Amistad, Democracia, Esfuerzo e Intimidad es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en los valores Cooperación, Familia e Igualdad es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

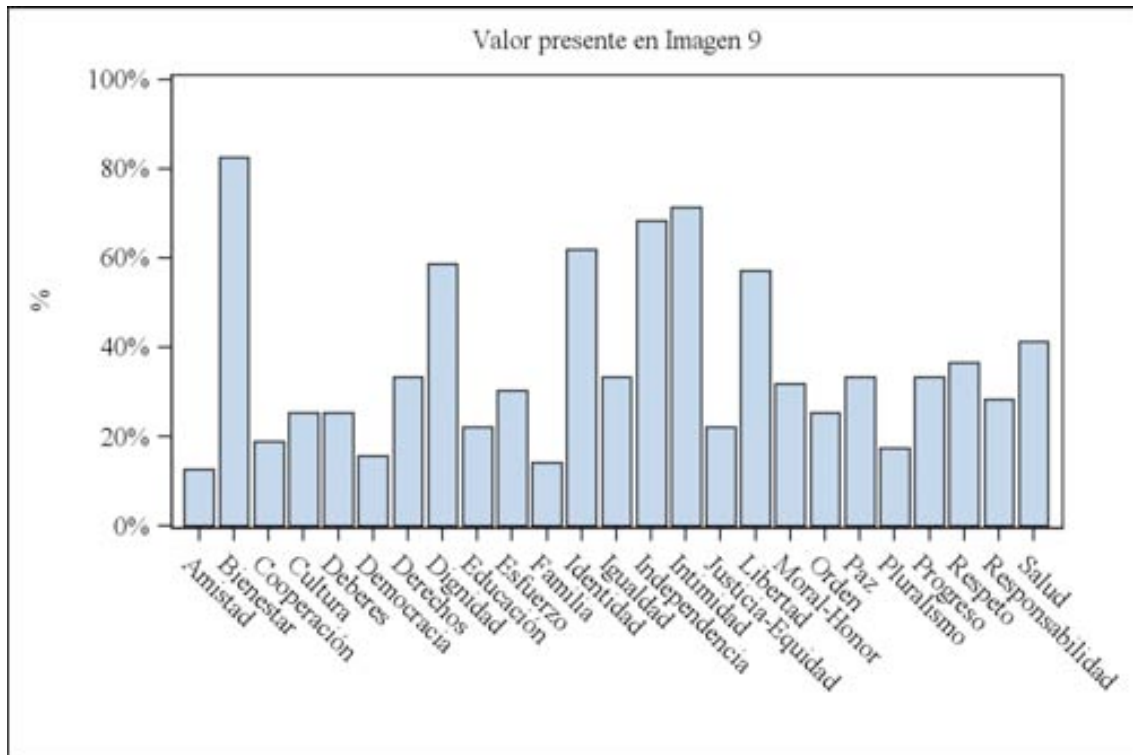
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav.	Muy desfav.	Un poco desfav.	Ni fav ni desfav.	Un poco fav.	Muy fav.		Totalm. fav.
Imagen 8	Amistad	7	.	14.29%	42.86%	14.29%	28.57%	.	.	Un poco desfavorable
	Bienestar	41	9.76%	19.51%	9.76%	17.07%	21.95%	17.07%	4.88%	Ni favorable ni desfavorable
	Cooperación	9	22.22%	33.33%	22.22%	11.11%	11.11%	.	.	Muy desfavorable
	Cultura	22	4.55%	27.27%	4.55%	27.27%	9.09%	18.18%	9.09%	Ni favorable ni desfavorable
	Deberes	12	16.67%	16.67%	16.67%	.	25.00%	16.67%	8.33%	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	9	11.11%	22.22%	22.22%	.	33.33%	11.11%	.	Un poco desfavorable
	Derechos	16	18.75%	6.25%	6.25%	25.00%	25.00%	12.50%	6.25%	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	36	13.89%	11.11%	8.33%	27.78%	13.89%	11.11%	13.89%	Ni favorable ni desfavorable
	Educación	18	16.67%	16.67%	11.11%	22.22%	22.22%	5.56%	5.56%	Ni favorable ni desfavorable
	Esfuerzo	19	15.79%	26.32%	21.05%	10.53%	15.79%	5.26%	5.26%	Un poco desfavorable
	Familia	8	25.00%	50.00%	.	12.50%	12.50%	.	.	Muy desfavorable
	Identidad	37	2.70%	29.73%	8.11%	21.62%	18.92%	16.22%	2.70%	Ni favorable ni desfavorable
	Igualdad	16	12.50%	43.75%	6.25%	18.75%	6.25%	12.50%	.	Muy desfavorable
	Independencia	32	12.50%	15.63%	9.38%	18.75%	12.50%	15.63%	15.63%	Ni favorable ni desfavorable
	Intimidad	22	9.09%	27.27%	22.73%	4.55%	13.64%	18.18%	4.55%	Un poco desfavorable
	Justicia-Equidad	13	15.38%	23.08%	7.69%	30.77%	15.38%	7.69%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Libertad	39	7.69%	15.38%	15.38%	17.95%	10.26%	12.82%	20.51%	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	16	6.25%	12.50%	18.75%	12.50%	12.50%	18.75%	18.75%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Orden	20	5.00%	5.00%	20.00%	40.00%	25.00%	.	5.00%	Ni favorable ni desfavorable
	Paz	34	5.88%	17.65%	11.76%	17.65%	17.65%	14.71%	14.71%	Ni favorable ni desfavorable
Pluralismo	8	25.00%	12.50%	12.50%	25.00%	12.50%	.	12.50%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable	
Progreso	14	7.14%	14.29%	28.57%	7.14%	14.29%	28.57%	.	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable	
Respeto	20	5.00%	15.00%	15.00%	35.00%	15.00%	10.00%	5.00%	Ni favorable ni desfavorable	
Responsabilidad	11	.	9.09%	18.18%	36.36%	9.09%	27.27%	.	Ni favorable ni desfavorable	
Salud	30	3.33%	13.33%	30.00%	20.00%	6.67%	10.00%	16.67%	Ni favorable ni desfavorable	

3.9 Imagen 9

3.9.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 8, los valores más transmitidos son:

- **Bienestar**, con 52 personas que han señalado que transmitía este valor, un 82.54% de las respuestas de todas las respuestas.

En la imagen 8, los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 8 personas (12.7%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia**, con 9 personas (14.29%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 10 personas (15.87%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 11 personas (17.46%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación**, con 12 personas (19.05%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Educación y Justicia-Equidad**, con 14 personas (22.22%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura, Deberes y Orden**, con 16 personas (25.4%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, con 18 personas (28.57%) que han señalado que transmitía este valor.

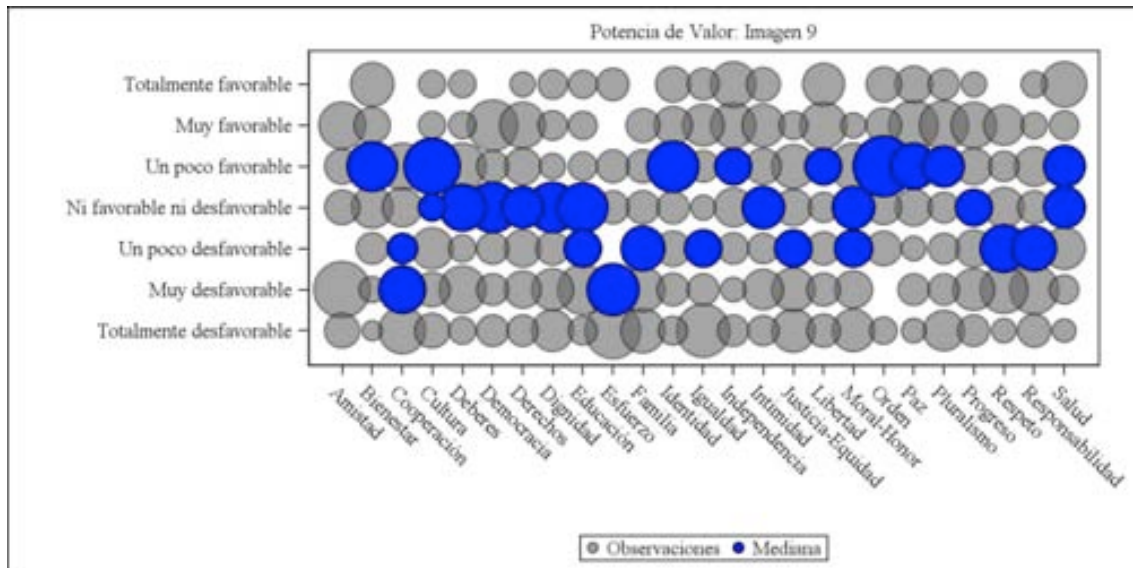
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 9	Amistad	55	87.30%	8	12.70%
	Bienestar	11	17.46%	52	82.54%
	Cooperación	51	80.95%	12	19.05%
	Cultura	47	74.60%	16	25.40%
	Deberes	47	74.60%	16	25.40%
	Democracia	53	84.13%	10	15.87%
	Derechos	42	66.67%	21	33.33%
	Dignidad	26	41.27%	37	58.73%
	Educación	49	77.78%	14	22.22%
	Esfuerzo	44	69.84%	19	30.16%
	Familia	54	85.71%	9	14.29%
	Identidad	24	38.10%	39	61.90%
	Igualdad	42	66.67%	21	33.33%
	Independencia	20	31.75%	43	68.25%
	Intimidad	18	28.57%	45	71.43%
	Justicia-Equidad	49	77.78%	14	22.22%
	Libertad	27	42.86%	36	57.14%
	Moral-Honor	43	68.25%	20	31.75%
	Orden	47	74.60%	16	25.40%
	Paz	42	66.67%	21	33.33%
Pluralismo	52	82.54%	11	17.46%	
Progreso	42	66.67%	21	33.33%	
Respeto	40	63.49%	23	36.51%	
Responsabilidad	45	71.43%	18	28.57%	
Salud	37	58.73%	26	41.27%	

3.9.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la novena imagen:

- La mediana de influencia de los valores Bienestar, Identidad, Independencia, Libertad, Orden, Paz y Pluralismo es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Familia, Igualdad, Justicia-Equidad, Respeto y Responsabilidad es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Cooperación está entre **Muy** y **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Esfuerzo es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

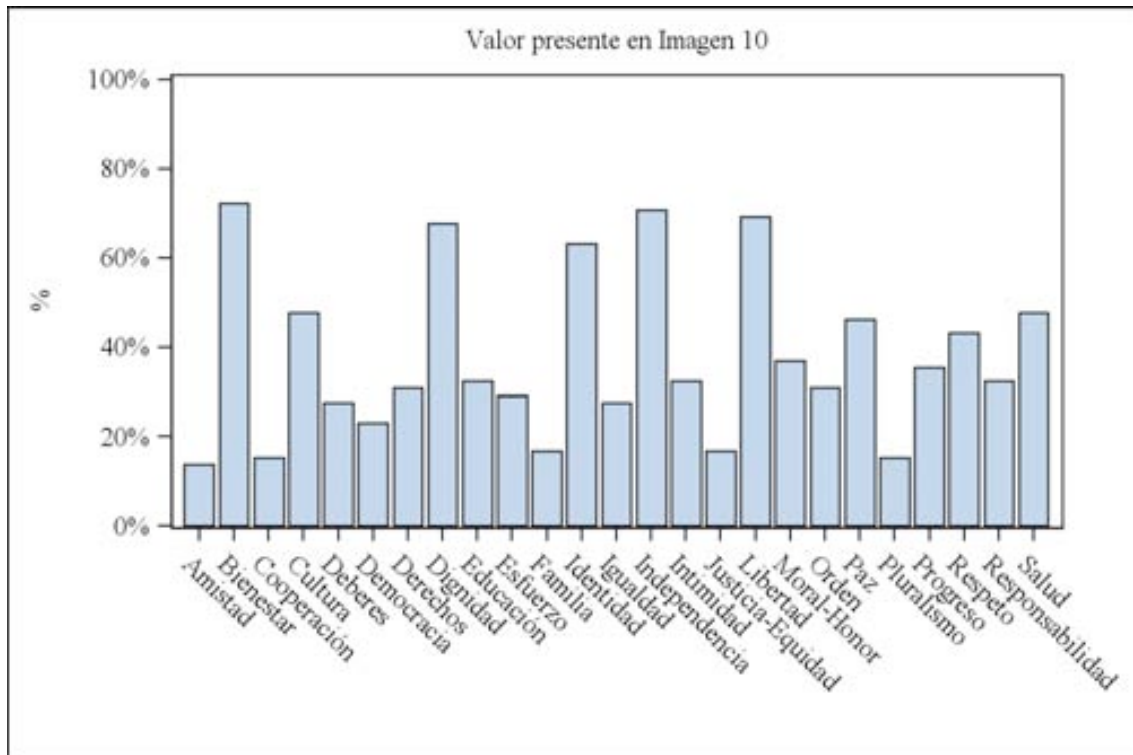
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav		Totalm. fav
Imagen 9	Amistad	8	12.50%	37.50%	.	12.50%	12.50%	25.00%	.	Un poco desfavorable
	Bienestar	52	1.92%	5.77%	9.62%	19.23%	28.85%	13.46%	21.15%	Un poco favorable
	Cooperación	12	25.00%	25.00%	8.33%	16.67%	25.00%	.	.	Entre muy y un poco desfavorable
	Cultura	16	12.50%	12.50%	18.75%	6.25%	37.50%	6.25%	6.25%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Deberes	16	6.25%	25.00%	6.25%	25.00%	25.00%	6.25%	6.25%	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	10	10.00%	10.00%	10.00%	30.00%	10.00%	30.00%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Derechos	21	9.52%	14.29%	14.29%	19.05%	14.29%	23.81%	4.76%	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	37	18.92%	18.92%	10.81%	29.73%	5.41%	8.11%	8.11%	Ni favorable ni desfavorable
	Educación	14	7.14%	28.57%	14.29%	28.57%	7.14%	7.14%	7.14%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable
	Esfuerzo	19	36.84%	31.58%	.	10.53%	10.53%	.	10.53%	Muy desfavorable
	Familia	9	22.22%	22.22%	22.22%	11.11%	11.11%	11.11%	.	Un poco desfavorable
	Identidad	39	7.69%	10.26%	12.82%	10.26%	30.77%	15.38%	12.82%	Un poco favorable
	Igualdad	21	33.33%	9.52%	14.29%	4.76%	9.52%	19.05%	9.52%	Un poco desfavorable
	Independencia	43	9.30%	4.65%	9.30%	16.28%	13.95%	23.26%	23.26%	Un poco favorable
	Intimidación	45	8.89%	17.78%	8.89%	20.00%	13.33%	20.00%	11.11%	Ni favorable ni desfavorable
	Justicia-Equidad	14	21.43%	21.43%	14.29%	14.29%	21.43%	7.14%	.	Un poco desfavorable
	Libertad	36	11.11%	11.11%	11.11%	8.33%	13.89%	25.00%	19.44%	Un poco favorable
	Moral-Honor	20	20.00%	15.00%	15.00%	20.00%	25.00%	5.00%	.	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable
	Orden	16	6.25%	.	12.50%	12.50%	43.75%	12.50%	12.50%	Un poco favorable
	Paz	21	4.76%	9.52%	4.76%	14.29%	23.81%	28.57%	14.29%	Un poco favorable
Pluralismo	11	18.18%	9.09%	9.09%	9.09%	18.18%	27.27%	9.09%	Un poco favorable	
Progreso	21	9.52%	19.05%	14.29%	14.29%	14.29%	23.81%	4.76%	Ni favorable ni desfavorable	
Respeto	23	4.35%	26.09%	26.09%	17.39%	8.70%	17.39%	.	Un poco desfavorable	
Responsabilidad	18	11.11%	27.78%	22.22%	11.11%	16.67%	5.56%	5.56%	Un poco desfavorable	
Salud	26	3.85%	7.69%	19.23%	19.23%	19.23%	7.69%	23.08%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable	

3.10 Imagen 10

3.10.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 10, los valores más transmitidos son:

- **Bienestar**, con 47 personas que han señalado que transmitía este valor, un 72.31% de las respuestas de todas las respuestas.
- **Independencia**, con 46 personas (70.77%) que han señalado que transmitía este valor.

En la imagen 10, los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 9 personas (13.85%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación** y **Pluralismo**, con 10 personas (15.38%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia** y **Justicia-Equidad**, con 11 personas (16.92%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 15 personas (23.08%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes** e **Igualdad**, con 18 personas (27.69%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo**, con 19 personas (29.23%) que han señalado que transmitía este valor.

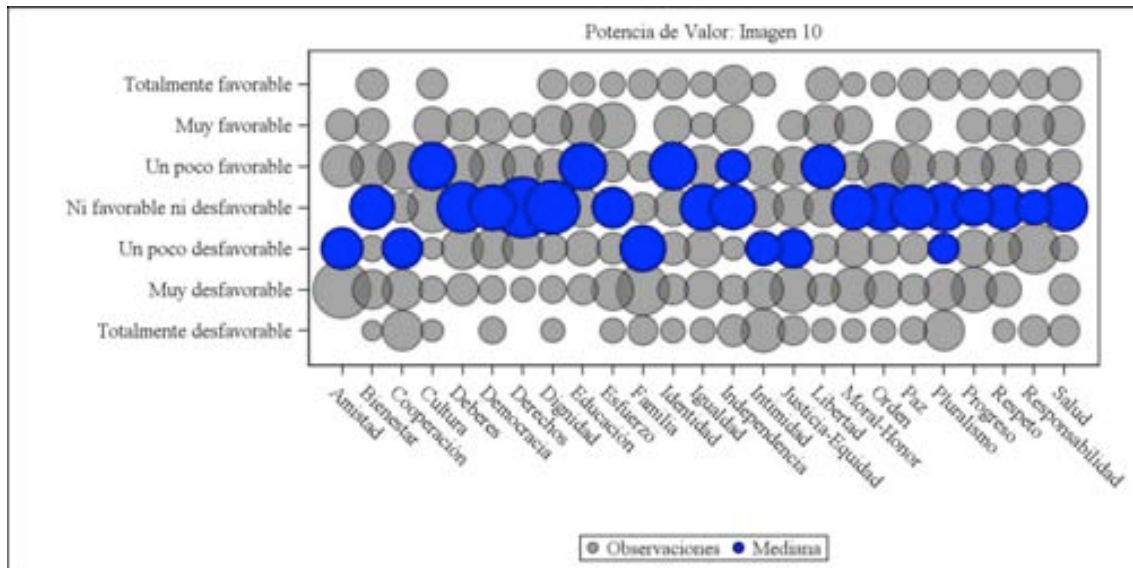
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 10	Amistad	56	86.15%	9	13.85%
	Bienestar	18	27.69%	47	72.31%
	Cooperación	55	84.62%	10	15.38%
	Cultura	34	52.31%	31	47.69%
	Deberes	47	72.31%	18	27.69%
	Democracia	50	76.92%	15	23.08%
	Derechos	45	69.23%	20	30.77%
	Dignidad	21	32.31%	44	67.69%
	Educación	44	67.69%	21	32.31%
	Esfuerzo	46	70.77%	19	29.23%
	Familia	54	83.08%	11	16.92%
	Identidad	24	36.92%	41	63.08%
	Igualdad	47	72.31%	18	27.69%
	Independencia	19	29.23%	46	70.77%
	Intimidad	44	67.69%	21	32.31%
	Justicia-Equidad	54	83.08%	11	16.92%
	Libertad	20	30.77%	45	69.23%
	Moral-Honor	41	63.08%	24	36.92%
	Orden	45	69.23%	20	30.77%
	Paz	35	53.85%	30	46.15%
	Pluralismo	55	84.62%	10	15.38%
	Progreso	42	64.62%	23	35.38%
	Respeto	37	56.92%	28	43.08%
	Responsabilidad	44	67.69%	21	32.31%
	Salud	34	52.31%	31	47.69%

3.10.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la décima imagen:

- La mediana de influencia de los valores Cultura, Educación, Identidad y Libertad es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Cooperación, Familia, Intimidad y Justicia-Equidad es **Un poco desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

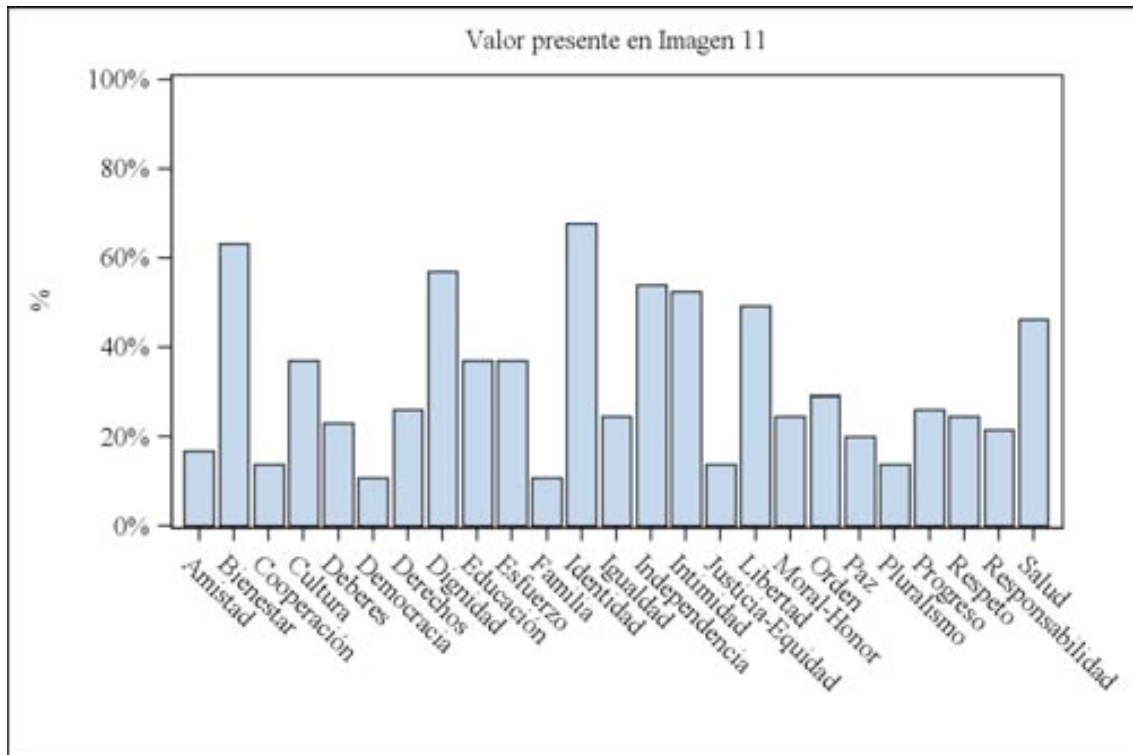
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav		Totalm. fav
	Amistad	9	.	44.44%	22.22%	.	22.22%	11.11%	.	Un poco desfavorable
	Bienestar	47	2.13%	19.15%	6.38%	25.53%	23.40%	12.77%	10.64%	Ni favorable ni desfavorable
	Cooperación	10	20.00%	20.00%	20.00%	10.00%	30.00%	.	.	Un poco desfavorable
	Cultura	31	3.23%	6.45%	3.23%	32.26%	29.03%	16.13%	9.68%	Un poco favorable
	Deberes	18	.	11.11%	22.22%	33.33%	22.22%	11.11%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	15	6.67%	6.67%	20.00%	26.67%	26.67%	13.33%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Derechos	20	.	5.00%	20.00%	50.00%	20.00%	5.00%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	44	4.55%	6.82%	9.09%	38.64%	13.64%	18.18%	9.09%	Ni favorable ni desfavorable
	Educación	21	.	9.52%	14.29%	19.05%	28.57%	23.81%	4.76%	Un poco favorable
	Esfuerzo	19	5.26%	21.05%	10.53%	21.05%	10.53%	26.32%	5.26%	Ni favorable ni desfavorable
	Familia	11	9.09%	36.36%	27.27%	9.09%	9.09%	.	9.09%	Un poco desfavorable
	Identidad	41	4.88%	9.76%	12.20%	17.07%	29.27%	17.07%	9.76%	Un poco favorable
	Igualdad	18	5.56%	16.67%	16.67%	27.78%	22.22%	5.56%	5.56%	Ni favorable ni desfavorable
Imagen 10	Independencia	46	10.87%	8.70%	4.35%	26.09%	13.04%	19.57%	17.39%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Intimidad	21	23.81%	19.05%	14.29%	19.05%	19.05%	.	4.76%	Un poco desfavorable
	Justicia-Equidad	11	9.09%	27.27%	18.18%	18.18%	18.18%	9.09%	.	Un poco desfavorable
	Libertad	45	4.44%	11.11%	8.89%	17.78%	24.44%	20.00%	13.33%	Un poco favorable
	Moral-Honor	24	4.17%	25.00%	16.67%	25.00%	8.33%	16.67%	4.17%	Ni favorable ni desfavorable
	Orden	20	5.00%	15.00%	10.00%	30.00%	35.00%	.	5.00%	Ni favorable ni desfavorable
	Paz	30	6.67%	10.00%	10.00%	26.67%	23.33%	13.33%	10.00%	Ni favorable ni desfavorable
	Pluralismo	10	20.00%	20.00%	10.00%	30.00%	10.00%	.	10.00%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable
	Progreso	23	.	26.09%	17.39%	17.39%	17.39%	13.04%	8.70%	Ni favorable ni desfavorable
	Respeto	28	3.57%	14.29%	14.29%	25.00%	25.00%	10.71%	7.14%	Ni favorable ni desfavorable
	Responsabilidad	21	9.52%	.	33.33%	14.29%	14.29%	19.05%	9.52%	Ni favorable ni desfavorable
	Salud	31	9.68%	9.68%	6.45%	29.03%	12.90%	19.35%	12.90%	Ni favorable ni desfavorable

3.11 Imagen 11

3.11.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 11, no hay valores que hayan sido identificados en la imagen por más del 70% de respuestas.

En la imagen 11, los valores menos transmitidos son:

- **Democracia** y **Familia**, con 7 personas (10.77%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación**, **Justicia-Equidad** y **Pluralismo**, con 9 personas (13.85%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad**, con 11 personas (16.92%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Paz**, con 13 personas (20%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, con 14 personas (21.54%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 15 personas (23.08%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad**, **Moral-Honor** y **Respeto**, con 16 personas (24.62%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos** y **Progreso**, con 17 personas (26.15%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Orden**, con 19 personas (29.23%) que han señalado que transmitía este valor.

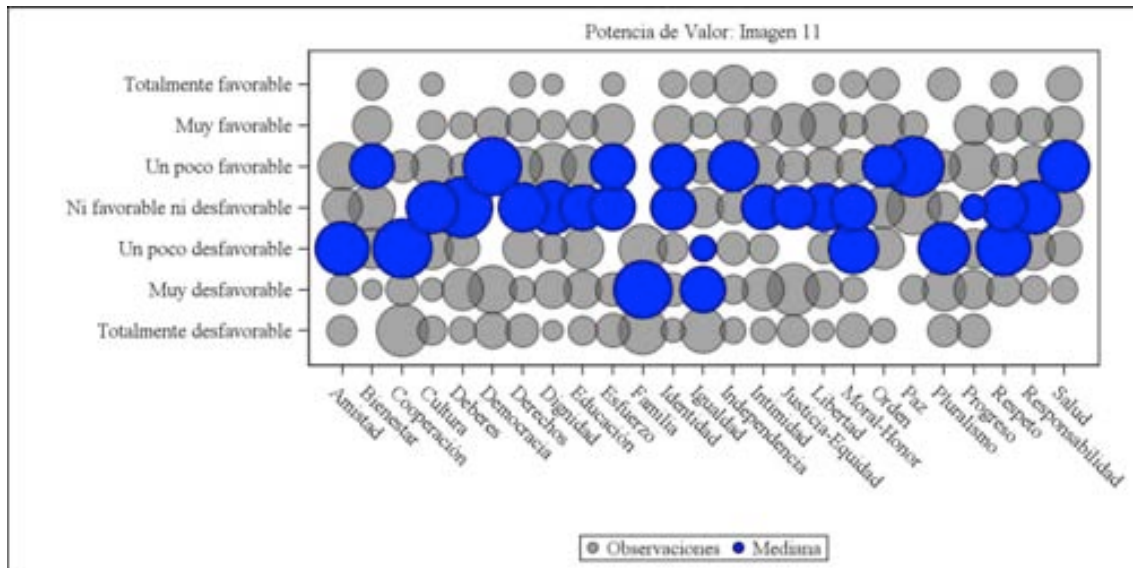
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 11	Amistad	54	83.08%	11	16.92%
	Bienestar	24	36.92%	41	63.08%
	Cooperación	56	86.15%	9	13.85%
	Cultura	41	63.08%	24	36.92%
	Deberes	50	76.92%	15	23.08%
	Democracia	58	89.23%	7	10.77%
	Derechos	48	73.85%	17	26.15%
	Dignidad	28	43.08%	37	56.92%
	Educación	41	63.08%	24	36.92%
	Esfuerzo	41	63.08%	24	36.92%
	Familia	58	89.23%	7	10.77%
	Identidad	21	32.31%	44	67.69%
	Igualdad	49	75.38%	16	24.62%
	Independencia	30	46.15%	35	53.85%
	Intimidad	31	47.69%	34	52.31%
	Justicia-Equidad	56	86.15%	9	13.85%
	Libertad	33	50.77%	32	49.23%
	Moral-Honor	49	75.38%	16	24.62%
	Orden	46	70.77%	19	29.23%
	Paz	52	80.00%	13	20.00%
	Pluralismo	56	86.15%	9	13.85%
	Progreso	48	73.85%	17	26.15%
	Respeto	49	75.38%	16	24.62%
	Responsabilidad	51	78.46%	14	21.54%
	Salud	35	53.85%	30	46.15%

3.11.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la undécima imagen:

- La mediana de influencia de los valores Bienestar, Democracia, Independencia, Orden, Paz y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Cooperación y Pluralismo es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Igualdad es entre **Muy** y **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Familia es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

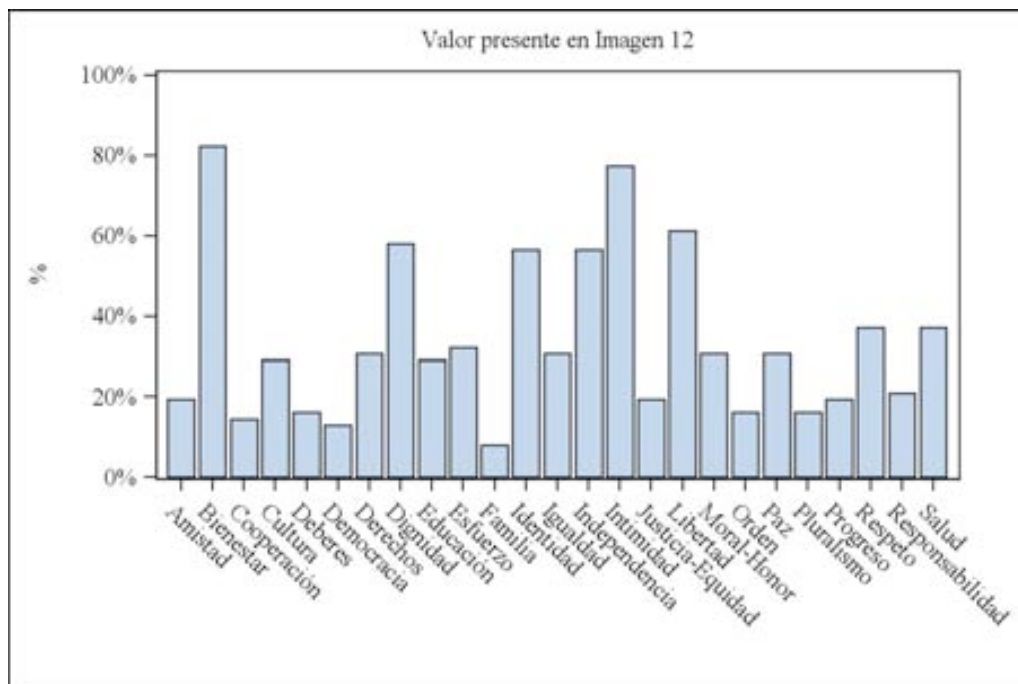
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav		Totalm. fav
Imagen 11	Amistad	11	9.09%	9.09%	36.36%	18.18%	27.27%	.	.	Un poco desfavorable
	Bienestar	41	.	2.44%	19.51%	26.83%	24.39%	17.07%	9.76%	Un poco favorable
	Cooperación	9	33.33%	11.11%	44.44%	.	11.11%	.	.	Un poco desfavorable
	Cultura	24	8.33%	4.17%	20.83%	33.33%	20.83%	8.33%	4.17%	Ni favorable ni desfavorable
	Deberes	15	6.67%	20.00%	13.33%	46.67%	6.67%	6.67%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	7	14.29%	28.57%	.	.	42.86%	14.29%	.	Un poco favorable
	Derechos	17	11.76%	5.88%	17.65%	29.41%	17.65%	11.76%	5.88%	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	37	2.70%	16.22%	8.11%	35.14%	27.03%	8.11%	2.70%	Ni favorable ni desfavorable
	Educación	24	8.33%	16.67%	20.83%	25.00%	20.83%	8.33%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Esfuerzo	24	12.50%	12.50%	.	25.00%	25.00%	20.83%	4.17%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Familia	7	28.57%	42.86%	28.57%	Muy desfavorable
	Identidad	44	4.55%	11.36%	9.09%	25.00%	25.00%	18.18%	6.82%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Igualdad	16	25.00%	25.00%	6.25%	18.75%	12.50%	6.25%	6.25%	Entre muy y un poco desfavorable
	Independencia	35	5.71%	8.57%	11.43%	11.43%	31.43%	14.29%	17.14%	Un poco favorable
	Intimidad	34	5.88%	20.59%	8.82%	23.53%	20.59%	14.71%	5.88%	Ni favorable ni desfavorable
	Justicia-Equidad	9	11.11%	33.33%	.	22.22%	11.11%	22.22%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Libertad	32	3.13%	15.63%	9.38%	28.13%	15.63%	25.00%	3.13%	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	16	12.50%	6.25%	31.25%	25.00%	12.50%	6.25%	6.25%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable
	Orden	19	5.26%	.	21.05%	21.05%	21.05%	21.05%	10.53%	Un poco favorable
	Paz	13	.	7.69%	.	38.46%	46.15%	7.69%	.	Un poco favorable
Pluralismo	9	11.11%	22.22%	33.33%	11.11%	11.11%	.	11.11%	Un poco desfavorable	
Progreso	17	11.76%	17.65%	17.65%	5.88%	29.41%	17.65%	.	Ni favorable ni desfavorable	
Respeto	16	.	12.50%	37.50%	25.00%	6.25%	12.50%	6.25%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable	
Responsabilidad	14	.	7.14%	21.43%	35.71%	21.43%	14.29%	.	Ni favorable ni desfavorable	
Salud	30	.	6.67%	13.33%	16.67%	33.33%	16.67%	13.33%	Un poco favorable	

3.12 Imagen 12

3.12.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 12, los valores más transmitidos son:

- **Bienestar**, con 51 personas que han señalado que transmitía este valor, un 82.26% de las respuestas de todas las respuestas.
- **Intimidad**, con 48 personas (77.42%) que han señalado que transmitía este valor.

En la imagen 12, los valores menos transmitidos son:

- **Familia**, con 5 personas (8.06%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 8 personas (12.9%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación**, con 9 personas (14.52%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes, Orden y Pluralismo**, con 10 personas (16.13%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad, Justicia-Equidad y Progreso**, con 12 personas (19.35%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Responsabilidad**, con 13 personas (20.97%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura y Educación**, con 18 personas (29.03%) que han señalado que transmitía este valor.

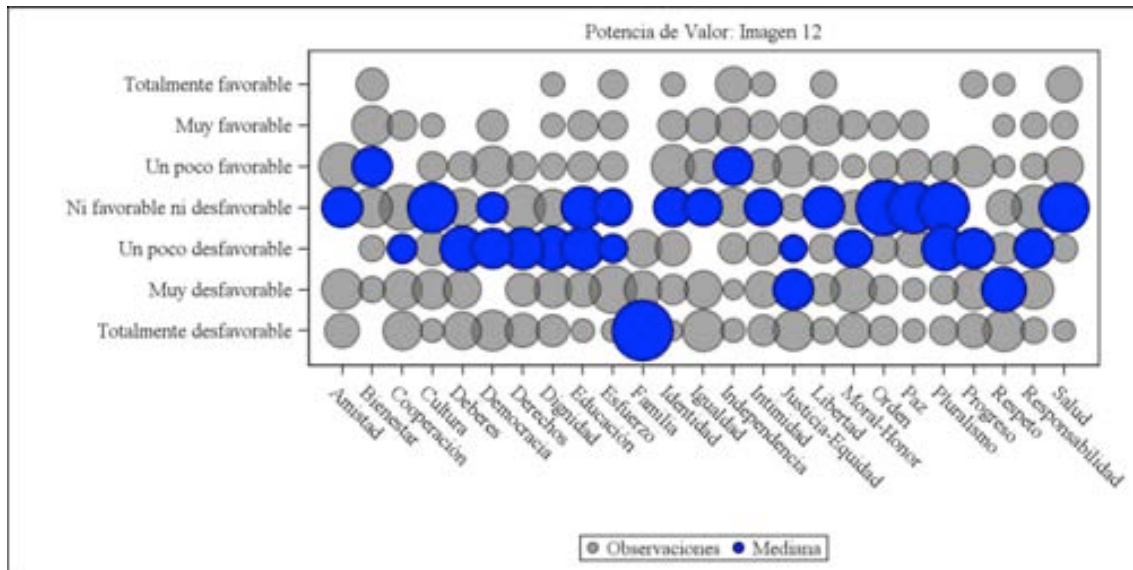
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 12	Amistad	50	80.65%	12	19.35%
	Bienestar	11	17.74%	51	82.26%
	Cooperación	53	85.48%	9	14.52%
	Cultura	44	70.97%	18	29.03%
	Deberes	52	83.87%	10	16.13%
	Democracia	54	87.10%	8	12.90%
	Derechos	43	69.35%	19	30.65%
	Dignidad	26	41.94%	36	58.06%
	Educación	44	70.97%	18	29.03%
	Esfuerzo	42	67.74%	20	32.26%
	Familia	57	91.94%	5	8.06%
	Identidad	27	43.55%	35	56.45%
	Igualdad	43	69.35%	19	30.65%
	Independencia	27	43.55%	35	56.45%
	Intimidad	14	22.58%	48	77.42%
	Justicia-Equidad	50	80.65%	12	19.35%
	Libertad	24	38.71%	38	61.29%
	Moral-Honor	43	69.35%	19	30.65%
	Orden	52	83.87%	10	16.13%
	Paz	43	69.35%	19	30.65%
	Pluralismo	52	83.87%	10	16.13%
	Progreso	50	80.65%	12	19.35%
	Respeto	39	62.90%	23	37.10%
	Responsabilidad	49	79.03%	13	20.97%
	Salud	39	62.90%	23	37.10%

3.12.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la duodécima imagen:

- La mediana de influencia de los valores Bienestar y Independencia es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Cooperación, Deberes, Derechos, Dignidad, Moral-Honor, Progreso y Responsabilidad es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Justicia-Equidad es entre **Muy** y **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Respeto es **Muy desfavorable**.
- La mediana en el valor Familia es **Totalmente desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

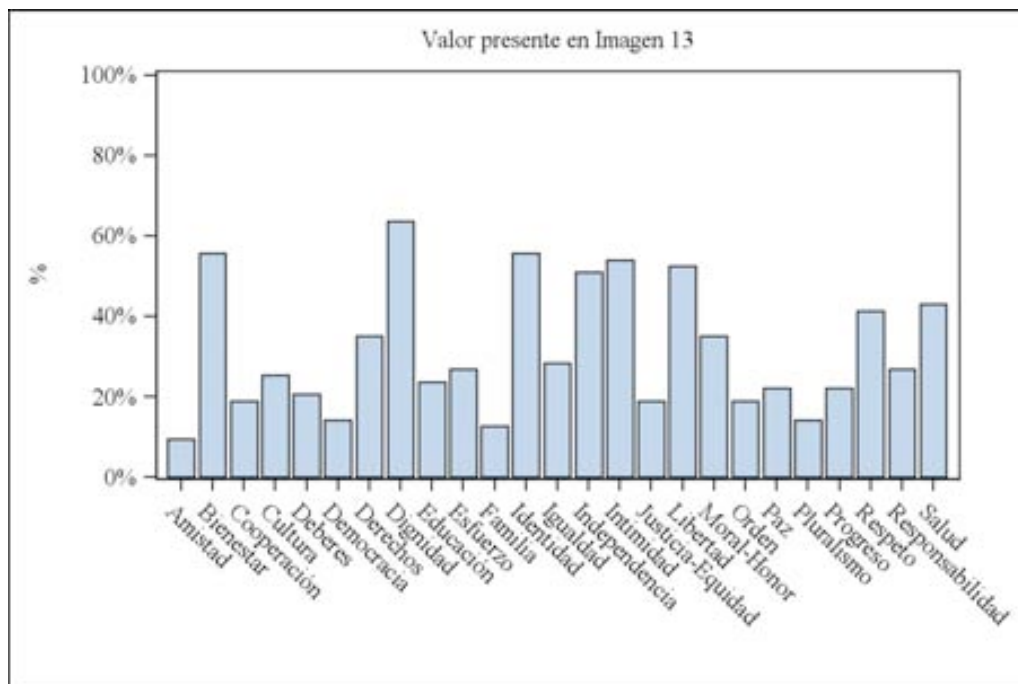
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav		Totalm. fav
Imagen 12	Amistad	12	16.67%	25.00%	.	25.00%	33.33%	.	.	Ni favorable ni desfavorabi
	Bienestar	51	.	7.84%	7.84%	23.53%	23.53%	23.53%	13.73%	Un poco favorabi
	Cooperación	9	22.22%	22.22%	11.11%	33.33%	.	11.11%	.	Un poco desfavorabi
	Cultura	18	5.56%	22.22%	16.67%	38.89%	11.11%	5.56%	.	Ni favorable ni desfavorabi
	Deberes	10	20.00%	20.00%	30.00%	20.00%	10.00%	.	.	Un poco desfavorabi
	Democracia	8	25.00%	.	25.00%	12.50%	25.00%	12.50%	.	Entre ni favorable ni desfavorabi y un poco desfavorabi
	Derechos	19	15.79%	15.79%	26.32%	31.58%	10.53%	.	.	Un poco desfavorabi
	Dignidad	36	13.89%	19.44%	27.78%	19.44%	8.33%	5.56%	5.56%	Un poco desfavorabi
	Educación	18	5.56%	16.67%	27.78%	27.78%	11.11%	11.11%	.	Entre ni favorable ni desfavorabi y un poco desfavorabi
	Esfuerzo	20	5.00%	35.00%	10.00%	20.00%	10.00%	10.00%	10.00%	Entre ni favorable ni desfavorabi y un poco desfavorabi
	Familia	5	60.00%	20.00%	20.00%	Totalmente desfavorabi
	Identidad	35	2.86%	11.43%	17.14%	22.86%	28.57%	11.43%	5.71%	Ni favorable ni desfavorabi
	Igualdad	19	26.32%	21.05%	.	21.05%	15.79%	15.79%	.	Ni favorable ni desfavorabi
	Independencia	35	5.71%	2.86%	11.43%	22.86%	22.86%	17.14%	17.14%	Un poco favorabi
	Intimidad	48	12.50%	18.75%	14.58%	20.83%	16.67%	10.42%	6.25%	Ni favorable ni desfavorabi
	Justicia-Equidad	12	25.00%	25.00%	8.33%	8.33%	25.00%	8.33%	.	Entre muy y un poc desfavorabi
	Libertad	38	7.89%	13.16%	10.53%	26.32%	10.53%	23.68%	7.89%	Ni favorable ni desfavorabi
	Moral-Honor	19	15.79%	31.58%	21.05%	15.79%	5.26%	10.53%	.	Un poco desfavorabi
	Orden	10	10.00%	10.00%	10.00%	50.00%	10.00%	10.00%	.	Ni favorable ni desfavorabi
	Paz	19	5.26%	5.26%	21.05%	42.11%	15.79%	10.53%	.	Ni favorable ni desfavorabi
Pluralismo	10	10.00%	10.00%	30.00%	40.00%	10.00%	.	.	Entre ni favorable ni desfavorabi y un poco desfavorabi	
Progreso	12	16.67%	25.00%	25.00%	.	25.00%	.	8.33%	Un poco desfavorabi	
Respeto	23	26.09%	30.43%	13.04%	17.39%	4.35%	4.35%	4.35%	Muy desfavorabi	
Responsabilidad	13	7.69%	23.08%	23.08%	30.77%	7.69%	7.69%	.	Un poco desfavorabi	
Salud	23	4.35%	.	8.70%	39.13%	21.74%	8.70%	17.39%	Ni favorable ni desfavorabi	

3.13 Imagen 13

3.13.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 13, no hay ningún Valor que haya sido marcado por el 70% de personas.

En la imagen 13, los valores menos transmitidos son:

- **Amistad**, con 6 personas (9.52%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Familia**, con 8 personas (12.7%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 9 personas (14.29%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación**, **Justicia-Equidad** y **Orden**, con 12 personas (19.05%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 13 personas (20.63%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Paz** y **Progreso**, con 14 personas (22.22%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Educación**, con 15 personas (23.81%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura**, con 16 personas (25.4%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo** y **Responsabilidad**, con 17 personas (26.98%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Igualdad**, con 18 personas (28.57%) que han señalado que transmitía este valor.

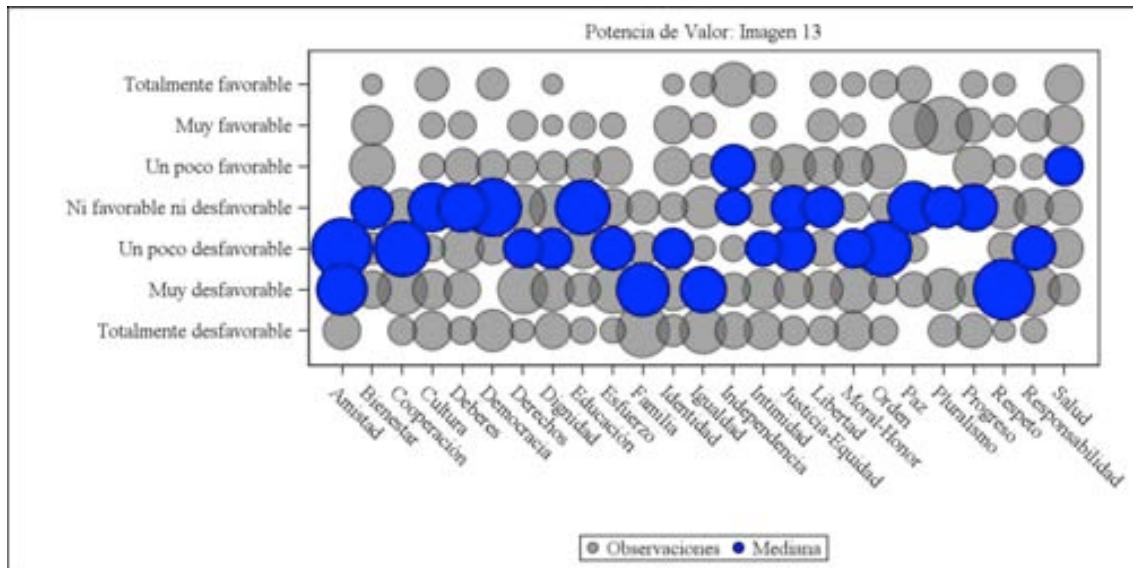
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 13	Amistad	57	90.48%	6	9.52%
	Bienestar	28	44.44%	35	55.56%
	Cooperación	51	80.95%	12	19.05%
	Cultura	47	74.60%	16	25.40%
	Deberes	50	79.37%	13	20.63%
	Democracia	54	85.71%	9	14.29%
	Derechos	41	65.08%	22	34.92%
	Dignidad	23	36.51%	40	63.49%
	Educación	48	76.19%	15	23.81%
	Esfuerzo	46	73.02%	17	26.98%
	Familia	55	87.30%	8	12.70%
	Identidad	28	44.44%	35	55.56%
	Igualdad	45	71.43%	18	28.57%
	Independencia	31	49.21%	32	50.79%
	Intimidad	29	46.03%	34	53.97%
	Justicia-Equidad	51	80.95%	12	19.05%
	Libertad	30	47.62%	33	52.38%
	Moral-Honor	41	65.08%	22	34.92%
	Orden	51	80.95%	12	19.05%
	Paz	49	77.78%	14	22.22%
	Pluralismo	54	85.71%	9	14.29%
	Progreso	49	77.78%	14	22.22%
	Respeto	37	58.73%	26	41.27%
Responsabilidad	46	73.02%	17	26.98%	
Salud	36	57.14%	27	42.86%	

3.13.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la decimotercera imagen:

- La mediana de influencia del valor Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Cooperación, Derechos, Dignidad, Esfuerzo, Identidad, Intimidad, Moral-Honor, Orden y Responsabilidad es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Amistad está entre **Muy y Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Familia, Igualdad y Respeto es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

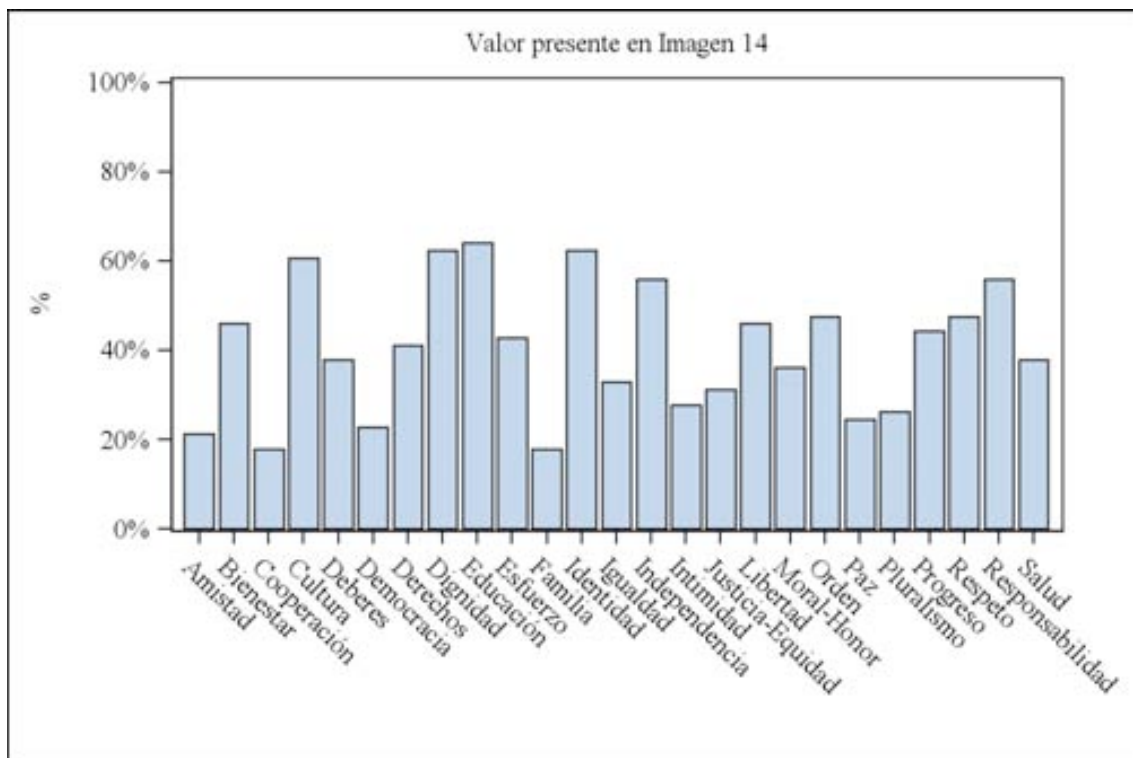
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas							Mediana
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav	Totalm. fav	
Imagen 13	Amistad	6	16.67%	33.33%	50.00%	Entre muy y un poco desfavorable
	Bienestar	35	.	17.14%	11.43%	22.86%	25.71%	20.00%	2.86%	Ni favorable ni desfavorable
	Cooperación	12	8.33%	33.33%	41.67%	16.67%	.	.	.	Un poco desfavorable
	Cultura	16	18.75%	18.75%	6.25%	31.25%	6.25%	6.25%	12.50%	Ni favorable ni desfavorable
	Deberes	13	7.69%	15.38%	23.08%	30.77%	15.38%	7.69%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	9	22.22%	.	11.11%	44.44%	11.11%	.	11.11%	Ni favorable ni desfavorable
	Derechos	22	4.55%	31.82%	18.18%	27.27%	9.09%	9.09%	.	Un poco desfavorable
	Dignidad	40	15.00%	22.50%	20.00%	27.50%	10.00%	2.50%	2.50%	Un poco desfavorable
	Educación	15	6.67%	13.33%	20.00%	40.00%	13.33%	6.67%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Esfuerzo	17	5.88%	29.41%	23.53%	17.65%	17.65%	5.88%	.	Un poco desfavorable
	Familia	8	37.50%	37.50%	12.50%	12.50%	.	.	.	Muy desfavorable
	Identidad	35	11.43%	22.86%	20.00%	8.57%	17.14%	17.14%	2.86%	Un poco desfavorable
	Igualdad	18	27.78%	27.78%	5.56%	22.22%	5.56%	5.56%	5.56%	Muy desfavorable
	Independencia	32	15.63%	12.50%	6.25%	15.63%	25.00%	.	25.00%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Intimidad	34	17.65%	20.59%	14.71%	17.65%	17.65%	5.88%	5.88%	Un poco desfavorable
	Justicia-Equidad	12	8.33%	16.67%	25.00%	25.00%	25.00%	.	.	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable
	Libertad	33	9.09%	18.18%	15.15%	21.21%	18.18%	12.12%	6.06%	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	22	18.18%	27.27%	18.18%	9.09%	18.18%	4.55%	4.55%	Un poco desfavorable
	Orden	12	8.33%	8.33%	41.67%	8.33%	25.00%	.	8.33%	Un poco desfavorable
	Paz	14	.	14.29%	7.14%	35.71%	.	28.57%	14.29%	Ni favorable ni desfavorable
Pluralismo	9	11.11%	22.22%	.	22.22%	.	44.44%	.	Ni favorable ni desfavorable	
Progreso	14	14.29%	14.29%	.	28.57%	21.43%	14.29%	7.14%	Ni favorable ni desfavorable	
Respeto	26	3.85%	50.00%	11.54%	23.08%	3.85%	3.85%	3.85%	Muy desfavorable	
Responsabilidad	17	5.88%	35.29%	23.53%	17.65%	5.88%	11.76%	.	Un poco desfavorable	
Salud	27	.	11.11%	18.52%	14.81%	18.52%	18.52%	18.52%	Un poco favorable	

3.14 Imagen 14

3.14.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 14, no hay ningún Valor que haya sido elegido por más del 70% de respuestas.

En la imagen 14, los valores menos transmitidos son:

- **Cooperación y Familia**, con 11 personas (18.03%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad**, con 13 personas (21.31%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 14 personas (22.95%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Paz**, con 15 personas (24.59%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Pluralismo**, con 16 personas (26.23%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Intimidad**, con 17 personas (27.87%) que han señalado que transmitía este valor.

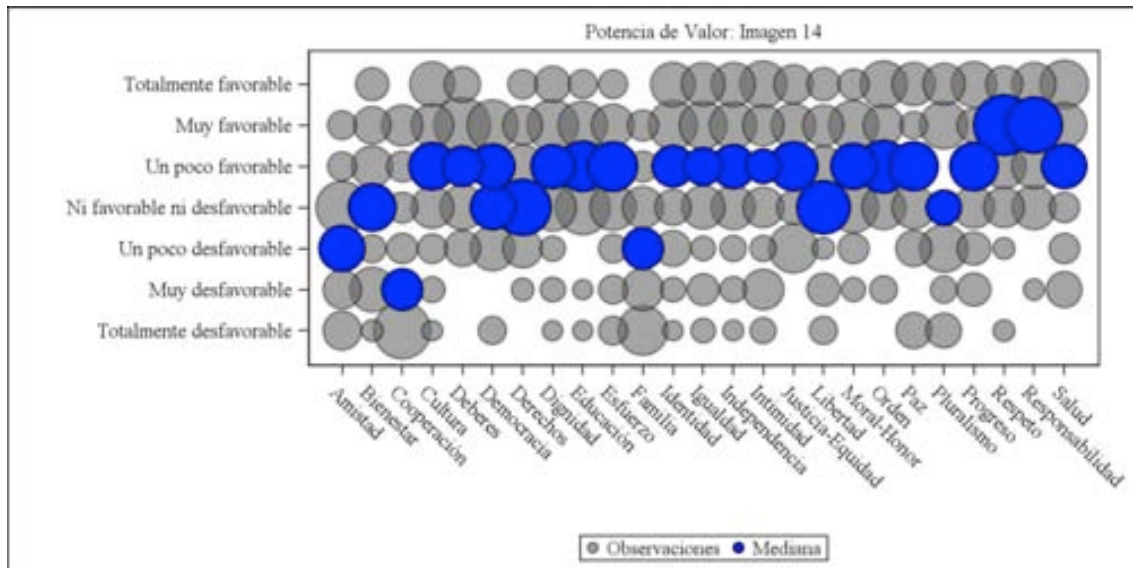
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 14	Amistad	48	78.69%	13	21.31%
	Bienestar	33	54.10%	28	45.90%
	Cooperación	50	81.97%	11	18.03%
	Cultura	24	39.34%	37	60.66%
	Deberes	38	62.30%	23	37.70%
	Democracia	47	77.05%	14	22.95%
	Derechos	36	59.02%	25	40.98%
	Dignidad	23	37.70%	38	62.30%
	Educación	22	36.07%	39	63.93%
	Esfuerzo	35	57.38%	26	42.62%
	Familia	50	81.97%	11	18.03%
	Identidad	23	37.70%	38	62.30%
	Igualdad	41	67.21%	20	32.79%
	Independencia	27	44.26%	34	55.74%
	Intimidad	44	72.13%	17	27.87%
	Justicia-Equidad	42	68.85%	19	31.15%
	Libertad	33	54.10%	28	45.90%
	Moral-Honor	39	63.93%	22	36.07%
	Orden	32	52.46%	29	47.54%
	Paz	46	75.41%	15	24.59%
	Pluralismo	45	73.77%	16	26.23%
	Progreso	34	55.74%	27	44.26%
	Respeto	32	52.46%	29	47.54%
Responsabilidad	27	44.26%	34	55.74%	
Salud	38	62.30%	23	37.70%	

3.14.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la decimocuarta imagen:

- La mediana de influencia de los valores Respeto y Responsabilidad es **Muy favorable**.
- La mediana de influencia de los valores Cultura, Deberes, Dignidad, Educación, Esfuerzo, Identidad, Igualdad, Independencia, Intimidad, Justicia-Equidad, Moral-Honor, Orden, Paz, Progreso y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Amistad y Familia es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en el valor Cooperación es **Muy desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

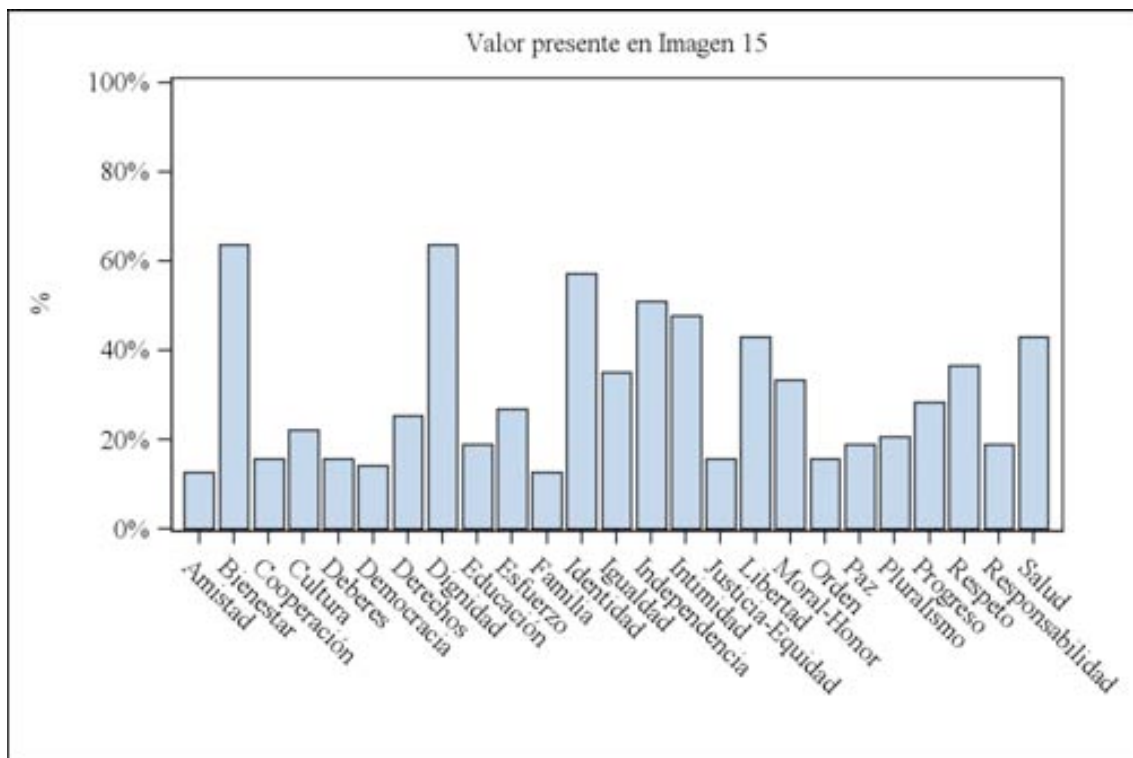
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav		Totalm. fav
Imagen 14	Amistad	13	15.38%	15.38%	23.08%	30.77%	7.69%	7.69%	.	Un poco desfavorable
	Bienestar	28	3.57%	21.43%	7.14%	25.00%	17.86%	14.29%	10.71%	Ni favorable ni desfavorable
	Cooperación	11	36.36%	18.18%	9.09%	9.09%	9.09%	18.18%	.	Muy desfavorable
	Cultura	37	2.70%	5.41%	8.11%	18.92%	24.32%	18.92%	21.62%	Un poco favorable
	Deberes	23	.	.	13.04%	21.74%	17.39%	34.78%	13.04%	Un poco favorable
	Democracia	14	7.14%	.	21.43%	21.43%	21.43%	28.57%	.	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Derechos	25	.	4.00%	16.00%	36.00%	20.00%	16.00%	8.00%	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	38	2.63%	5.26%	5.26%	23.68%	21.05%	28.95%	13.16%	Un poco favorable
	Educación	39	2.56%	2.56%	.	33.33%	28.21%	25.64%	7.69%	Un poco favorable
	Esfuerzo	26	7.69%	7.69%	7.69%	23.08%	26.92%	19.23%	7.69%	Un poco favorable
	Familia	11	27.27%	18.18%	18.18%	18.18%	9.09%	9.09%	.	Un poco desfavorable
	Identidad	38	2.63%	5.26%	13.16%	13.16%	18.42%	26.32%	21.05%	Un poco favorable
	Igualdad	20	5.00%	10.00%	5.00%	20.00%	15.00%	25.00%	20.00%	Un poco favorable
	Independencia	34	2.94%	5.88%	5.88%	20.59%	20.59%	23.53%	20.59%	Un poco favorable
	Intimidad	17	5.88%	17.65%	5.88%	17.65%	11.76%	17.65%	23.53%	Un poco favorable
	Justicia-Equidad	19	.	.	26.32%	10.53%	26.32%	21.05%	15.79%	Un poco favorable
	Libertad	28	7.14%	10.71%	3.57%	32.14%	17.86%	17.86%	10.71%	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	22	.	4.55%	9.09%	27.27%	22.73%	27.27%	9.09%	Un poco favorable
	Orden	29	.	6.90%	.	20.69%	31.03%	17.24%	24.14%	Un poco favorable
	Paz	15	13.33%	.	13.33%	20.00%	26.67%	6.67%	20.00%	Un poco favorable
Pluralismo	16	12.50%	6.25%	25.00%	12.50%	.	25.00%	18.75%	Ni favorable ni desfavorable	
Progreso	27	.	11.11%	11.11%	18.52%	25.93%	11.11%	22.22%	Un poco favorable	
Respeto	29	3.45%	.	3.45%	17.24%	20.69%	41.38%	13.79%	Muy favorable	
Responsabilidad	34	.	2.94%	.	20.59%	20.59%	35.29%	20.59%	Muy favorable	
Salud	23	.	13.04%	8.70%	8.70%	21.74%	21.74%	26.09%	Un poco favorable	

3.15 Imagen 15

3.15.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 15, no hay ningún Valor que haya sido elegido cómo presente en la imagen por más del 70% de las respuestas.

En la imagen 2, los valores menos transmitidos son:

- **Amistad y Familia**, con 8 personas (12.7%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia**, con 9 personas (14.29%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cooperación, Deberes, Justicia-Equidad y Orden**, con 10 personas (15.87%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Educación, Paz y Responsabilidad**, con 12 personas (19.05%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Cultura**, con 14 personas (22.22%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos**, con 16 personas (25.4%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Esfuerzo**, con 17 personas (26.98%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Progreso**, con 18 personas (28.57%) que han señalado que transmitía este valor.

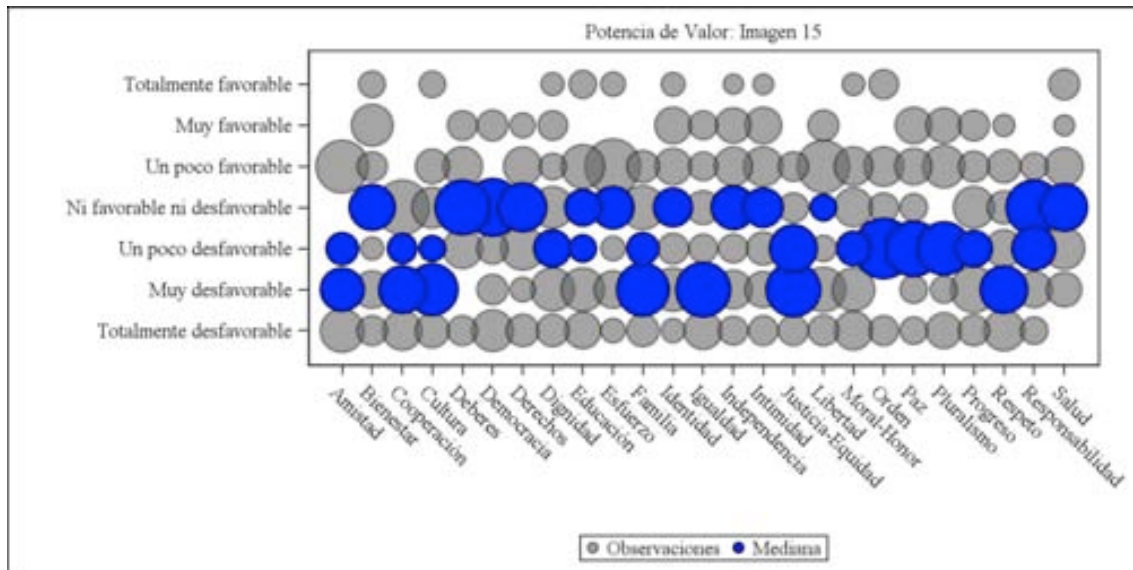
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 15	Amistad	55	87.30%	8	12.70%
	Bienestar	23	36.51%	40	63.49%
	Cooperación	53	84.13%	10	15.87%
	Cultura	49	77.78%	14	22.22%
	Deberes	53	84.13%	10	15.87%
	Democracia	54	85.71%	9	14.29%
	Derechos	47	74.60%	16	25.40%
	Dignidad	23	36.51%	40	63.49%
	Educación	51	80.95%	12	19.05%
	Esfuerzo	46	73.02%	17	26.98%
	Familia	55	87.30%	8	12.70%
	Identidad	27	42.86%	36	57.14%
	Igualdad	41	65.08%	22	34.92%
	Independencia	31	49.21%	32	50.79%
	Intimidad	33	52.38%	30	47.62%
	Justicia-Equidad	53	84.13%	10	15.87%
	Libertad	36	57.14%	27	42.86%
	Moral-Honor	42	66.67%	21	33.33%
	Orden	53	84.13%	10	15.87%
	Paz	51	80.95%	12	19.05%
	Pluralismo	50	79.37%	13	20.63%
	Progreso	45	71.43%	18	28.57%
	Respeto	40	63.49%	23	36.51%
	Responsabilidad	51	80.95%	12	19.05%
	Salud	36	57.14%	27	42.86%

3.15.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en que está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la decimoquinta imagen:

- La mediana de influencia de los valores Igualdad y Respeto es **Muy favorable**.
- La mediana en los valores Dignidad, Moral-Honor, Orden, Paz, Pluralismo y Progreso es **Un poco desfavorable**.
- La mediana en los valores Amistad, Cooperación, Cultura, Familia y Justicia-Equidad es entre **Muy** y **Un poco desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

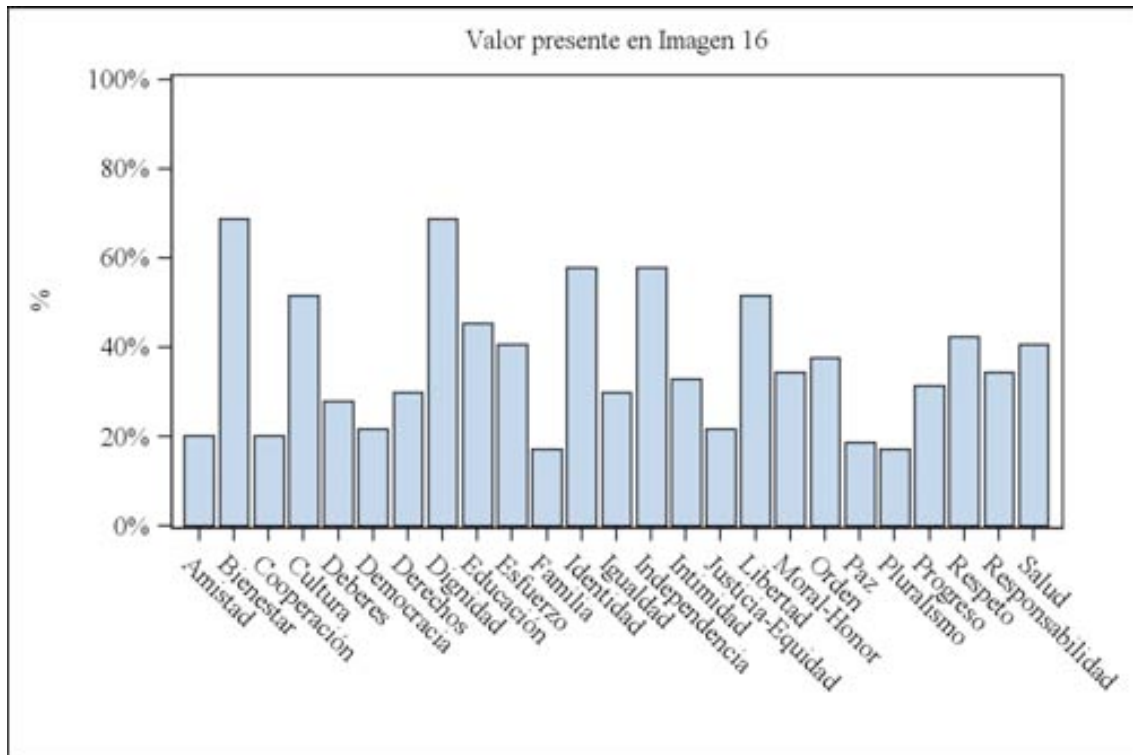
Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas							Mediana
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav	Totalm. fav	
Imagen 15	Amistad	8	25.00%	25.00%	12.50%	.	37.50%	.	.	Entre muy y un poco desfavorable
	Bienestar	40	10.00%	17.50%	5.00%	27.50%	10.00%	22.50%	7.50%	Ni favorable ni desfavorable
	Cooperación	10	20.00%	30.00%	10.00%	40.00%	.	.	.	Entre muy y un poco desfavorable
	Cultura	14	14.29%	35.71%	7.14%	21.43%	14.29%	.	7.14%	Entre muy y un poco desfavorable
	Deberes	10	10.00%	.	20.00%	40.00%	20.00%	10.00%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	9	22.22%	11.11%	11.11%	44.44%	.	11.11%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Derechos	16	12.50%	6.25%	25.00%	31.25%	18.75%	6.25%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	40	12.50%	25.00%	17.50%	22.50%	7.50%	10.00%	5.00%	Un poco desfavorable
	Educación	12	16.67%	25.00%	8.33%	16.67%	25.00%	.	8.33%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable
	Esfuerzo	17	5.88%	17.65%	5.88%	23.53%	41.18%	.	5.88%	Ni favorable ni desfavorable
	Familia	8	12.50%	37.50%	12.50%	25.00%	12.50%	.	.	Entre muy y un poco desfavorable
	Identidad	36	5.56%	25.00%	11.11%	19.44%	16.67%	16.67%	5.56%	Ni favorable ni desfavorable
	Igualdad	22	18.18%	40.91%	9.09%	13.64%	9.09%	9.09%	.	Muy desfavorable
	Independencia	32	9.38%	18.75%	9.38%	25.00%	18.75%	15.63%	3.13%	Ni favorable ni desfavorable
	Intimidación	30	10.00%	16.67%	13.33%	20.00%	20.00%	16.67%	3.33%	Ni favorable ni desfavorable
	Justicia-Equidad	10	10.00%	40.00%	30.00%	10.00%	10.00%	.	.	Entre muy y un poco desfavorable
	Libertad	27	11.11%	25.93%	7.41%	7.41%	37.04%	11.11%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	21	19.05%	23.81%	14.29%	19.05%	19.05%	.	4.76%	Un poco desfavorable
	Orden	10	10.00%	.	50.00%	10.00%	20.00%	.	10.00%	Un poco desfavorable
	Paz	12	8.33%	8.33%	41.67%	8.33%	16.67%	16.67%	.	Un poco desfavorable
Pluralismo	13	15.38%	7.69%	38.46%	.	23.08%	15.38%	.	Un poco desfavorable	
Progreso	18	11.11%	27.78%	16.67%	22.22%	11.11%	11.11%	.	Un poco desfavorable	
Respeto	23	21.74%	30.43%	17.39%	13.04%	13.04%	4.35%	.	Muy desfavorable	
Responsabilidad	12	8.33%	16.67%	25.00%	41.67%	8.33%	.	.	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable	
Salud	27	.	14.81%	22.22%	29.63%	18.52%	3.70%	11.11%	Ni favorable ni desfavorable	

3.16 Imagen 16

3.16.1 Presencia de valor transmitido

Se presenta el diagrama de barras de cada valor transmitido dónde la altura de cada barra corresponde al porcentaje de personas que han valorado que dicha imagen transmite este valor.



Observamos que en la imagen 16, no hay Valores que hayan sido identificados por más del 70% de respuestas, cómo Valores presentes en las imágenes.

En la imagen 2, los valores menos transmitidos son:

- **Familia** y **Pluralismo**, con 11 personas (17.19%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Paz**, con 12 personas (18.75%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Amistad** y **Cooperación**, con 13 personas (20.31%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Democracia** y **Justicia-Equidad**, con 14 personas (21.88%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Deberes**, con 18 personas (28.13%) que han señalado que transmitía este valor.
- **Derechos** y **Igualdad**, con 19 personas (29.69%) que han señalado que transmitía este valor.

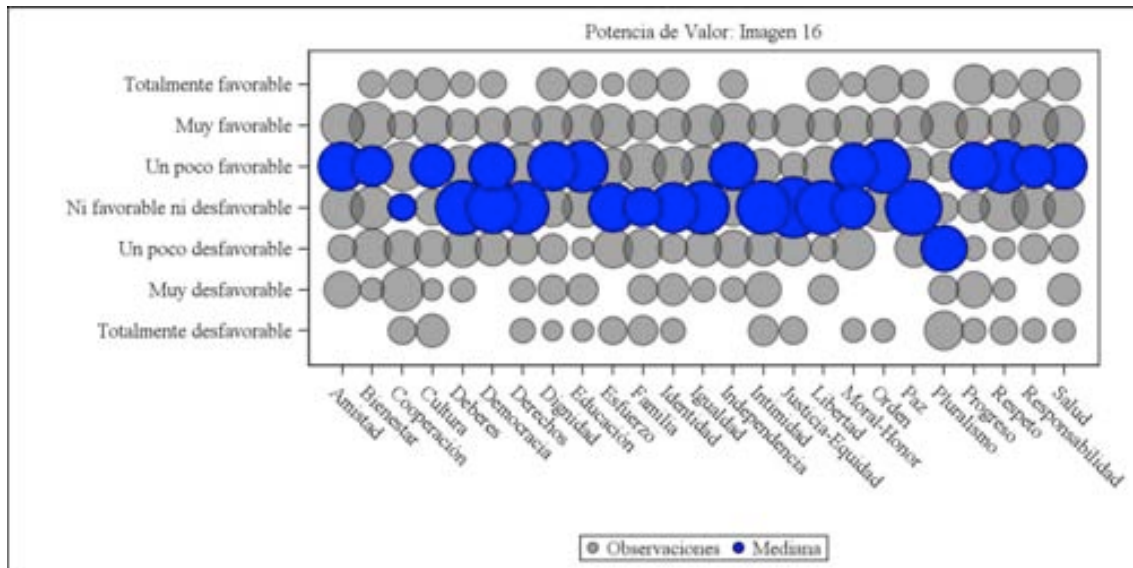
El resto de valores han sido señalados por entre un 30% y un 70% de las personas.

		Valor no presente		Valor presente	
		N	%	N	%
Imagen 16	Amistad	51	79.69%	13	20.31%
	Bienestar	20	31.25%	44	68.75%
	Cooperación	51	79.69%	13	20.31%
	Cultura	31	48.44%	33	51.56%
	Deberes	46	71.88%	18	28.13%
	Democracia	50	78.13%	14	21.88%
	Derechos	45	70.31%	19	29.69%
	Dignidad	20	31.25%	44	68.75%
	Educación	35	54.69%	29	45.31%
	Esfuerzo	38	59.38%	26	40.63%
	Familia	53	82.81%	11	17.19%
	Identidad	27	42.19%	37	57.81%
	Igualdad	45	70.31%	19	29.69%
	Independencia	27	42.19%	37	57.81%
	Intimidad	43	67.19%	21	32.81%
	Justicia-Equidad	50	78.13%	14	21.88%
	Libertad	31	48.44%	33	51.56%
	Moral-Honor	42	65.63%	22	34.38%
	Orden	40	62.50%	24	37.50%
	Paz	52	81.25%	12	18.75%
	Pluralismo	53	82.81%	11	17.19%
	Progreso	44	68.75%	20	31.25%
	Respeto	37	57.81%	27	42.19%
	Responsabilidad	42	65.63%	22	34.38%
	Salud	38	59.38%	26	40.63%

3.16.2 Potencia de valor

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en qué está presente el valor.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas de cada imagen a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada respuesta. Los círculos azules representan la mediana de todas las respuestas (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en la segunda imagen:

- La mediana de influencia de los valores Amistad, Bienestar, Cultura, Dignidad, Educación, Independencia, Orden, Progreso, Respeto, Responsabilidad y Salud es **Un poco favorable**.
- La mediana en los valores Pluralismo es **Un poco desfavorable**.
- En el resto de valores la mediana de la influencia es **Ni favorable ni desfavorable**, o bien, entre Ni favorable ni desfavorable y un poco.

Se presenta una tabla con los porcentajes de respuestas del tipo de presencia y la mediana de cada valor.

Imagen	Valor	N	% respuestas						Mediana	
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav		Totalm. fav
Imagen 16	Amistad	13	.	15.38%	7.69%	23.08%	30.77%	23.08%	.	Un poco favorable
	Bienestar	44	.	4.55%	18.18%	22.73%	20.45%	27.27%	6.82%	Un poco favorable
	Cooperación	13	7.69%	23.08%	15.38%	7.69%	30.77%	7.69%	7.69%	Ni favorable ni desfavorable
	Cultura	33	12.12%	3.03%	15.15%	15.15%	24.24%	18.18%	12.12%	Un poco favorable
	Deberes	18	.	5.56%	16.67%	38.89%	22.22%	11.11%	5.56%	Ni favorable ni desfavorable
	Democracia	14	.	.	14.29%	35.71%	28.57%	14.29%	7.14%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Derechos	19	5.26%	5.26%	10.53%	36.84%	26.32%	15.79%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Dignidad	44	2.27%	9.09%	9.09%	18.18%	31.82%	18.18%	11.36%	Un poco favorable
	Educación	29	3.45%	10.34%	3.45%	20.69%	34.48%	20.69%	6.90%	Un poco favorable
	Esfuerzo	26	7.69%	.	19.23%	30.77%	15.38%	23.08%	3.85%	Ni favorable ni desfavorable
	Familia	11	9.09%	9.09%	18.18%	18.18%	27.27%	9.09%	9.09%	Ni favorable ni desfavorable
	Identidad	37	5.41%	10.81%	8.11%	32.43%	18.92%	13.51%	10.81%	Ni favorable ni desfavorable
	Igualdad	19	.	5.26%	15.79%	36.84%	21.05%	21.05%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Independencia	37	.	5.41%	16.22%	16.22%	29.73%	24.32%	8.11%	Un poco favorable
	Intimidad	21	9.52%	14.29%	14.29%	38.10%	14.29%	9.52%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Justicia-Equidad	14	7.14%	.	14.29%	50.00%	7.14%	21.43%	.	Ni favorable ni desfavorable
	Libertad	33	.	9.09%	6.06%	39.39%	21.21%	12.12%	12.12%	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	22	4.55%	.	22.73%	22.73%	27.27%	18.18%	4.55%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco favorable
	Orden	24	4.17%	.	.	29.17%	37.50%	12.50%	16.67%	Un poco favorable
	Paz	12	.	.	16.67%	41.67%	16.67%	16.67%	8.33%	Ni favorable ni desfavorable
Pluralismo	11	18.18%	9.09%	27.27%	9.09%	9.09%	27.27%	.	Un poco desfavorable	
Progreso	20	5.00%	15.00%	5.00%	10.00%	30.00%	15.00%	20.00%	Un poco favorable	
Respeto	27	7.41%	3.70%	3.70%	29.63%	37.04%	11.11%	7.41%	Un poco favorable	
Responsabilidad	22	4.55%	.	9.09%	22.73%	22.73%	31.82%	9.09%	Un poco favorable	
Salud	26	3.85%	11.54%	7.69%	19.23%	26.92%	19.23%	11.54%	Un poco favorable	

4 Análisis de presencia de cada valor

Para cada Valor, se ha realizado una Regresión Logística dónde la variable respuesta es la presencia o ausencia del Valor y se ha introducido cada una de las imágenes cómo variable explicativa.

Se presenta los Type III Test, para contrastar la significación estadística de la presencia o ausencia del Valor según la imagen que se está valorando. Es decir, si hay diferencias estadísticamente significativas de la proporción de la presencia de cada valor entre las imágenes.

Type III Tests of Fixed Effects					
Valor	Effect	Num DF	Den DF	F Value	Pr > F
Amistad	imagen	15	1062	9.28	<.0001
Bienestar	imagen	15	1062	4.42	<.0001
Cooperación	imagen	15	1062	4.88	<.0001
Cultura	imagen	15	1062	6.62	<.0001
Deberes	imagen	15	1062	1.79	0.0309
Democracia	imagen	15	1062	0.98	0.4789
Derechos	imagen	15	1062	0.77	0.7127
Dignidad	imagen	15	1062	0.53	0.9227
Educación	imagen	15	1062	3.74	<.0001
Esfuerzo	imagen	15	1062	1.57	0.0751
Familia	imagen	15	1062	0.76	0.7239
Identidad	imagen	15	1062	1.48	0.1063
Igualdad	imagen	15	1062	6.87	<.0001
Independencia	imagen	15	1062	1.36	0.1573
Intimidad	imagen	15	1062	7.28	<.0001
Justicia-Equidad	imagen	15	1062	1.63	0.0597
Libertad	imagen	15	1062	2.89	0.0002
Moral-Honor	imagen	15	1062	1.14	0.3131
Orden	imagen	15	1062	10.23	<.0001
Paz	imagen	15	1062	3.24	<.0001
Pluralismo	imagen	15	1062	6.76	<.0001
Progreso	imagen	15	1062	1.89	0.0207
Respeto	imagen	15	1062	1.75	0.0374
Responsabilidad	imagen	15	1062	3.12	<.0001
Salud	imagen	15	1062	1.09	0.3621

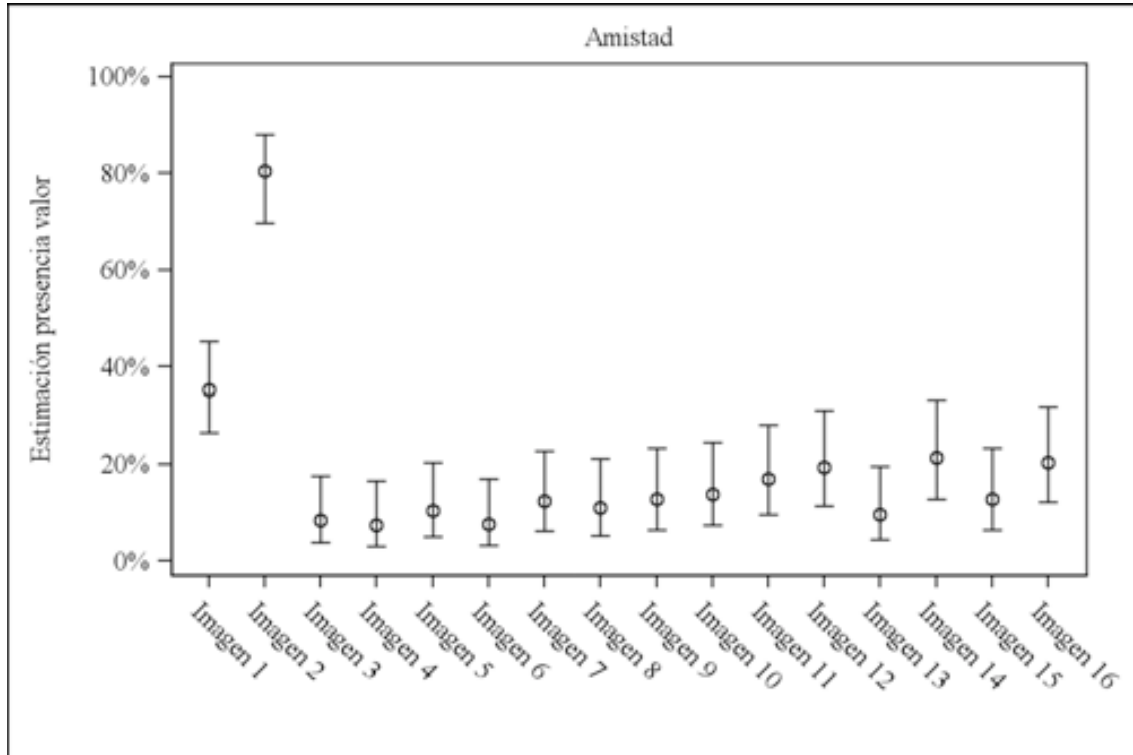
- Para el Valor Amistad: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=9.28; p_valor<0.0001) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Bienestar: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=4.42; p_valor<0.0001) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Cooperación: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=4.88; p_valor<0.0001) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Cultura: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=6.62; p_valor<0.0001) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Deberes: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=1.79; p_valor=0.0309) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Educación: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=3.74; p_valor<0.0001) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Igualdad: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=6.87; p_valor<0.0001) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Intimidación: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=7.28; p_valor<0.0001) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Libertad: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=2.89; p_valor=0.0002) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Orden: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=10.23; p_valor<0.0001) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Paz: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=3.24; p_valor<0.0001) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Pluralismo: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=6.76; p_valor<0.0001) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Progreso: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=1.89; p_valor=0.0207) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Respeto: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=1.75; p_valor=0.0374) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.
- Para el Valor Responsabilidad: Se observan diferencias estadísticamente significativas (F Value=3.12; p_valor<0.0001) de incluir la imagen que se está valorando en el modelo.

En los siguientes apartados se presentan las estimaciones de la probabilidad de detectar presencia para cada Valor.

No se presentan las diferencias de probabilidad de presencia de cada Valor entre imágenes, debido a la gran cantidad de contrastes realizados. Si es conveniente, se pueden presentar las estimaciones oportunas.

4.1 Amistad

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Amistad, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

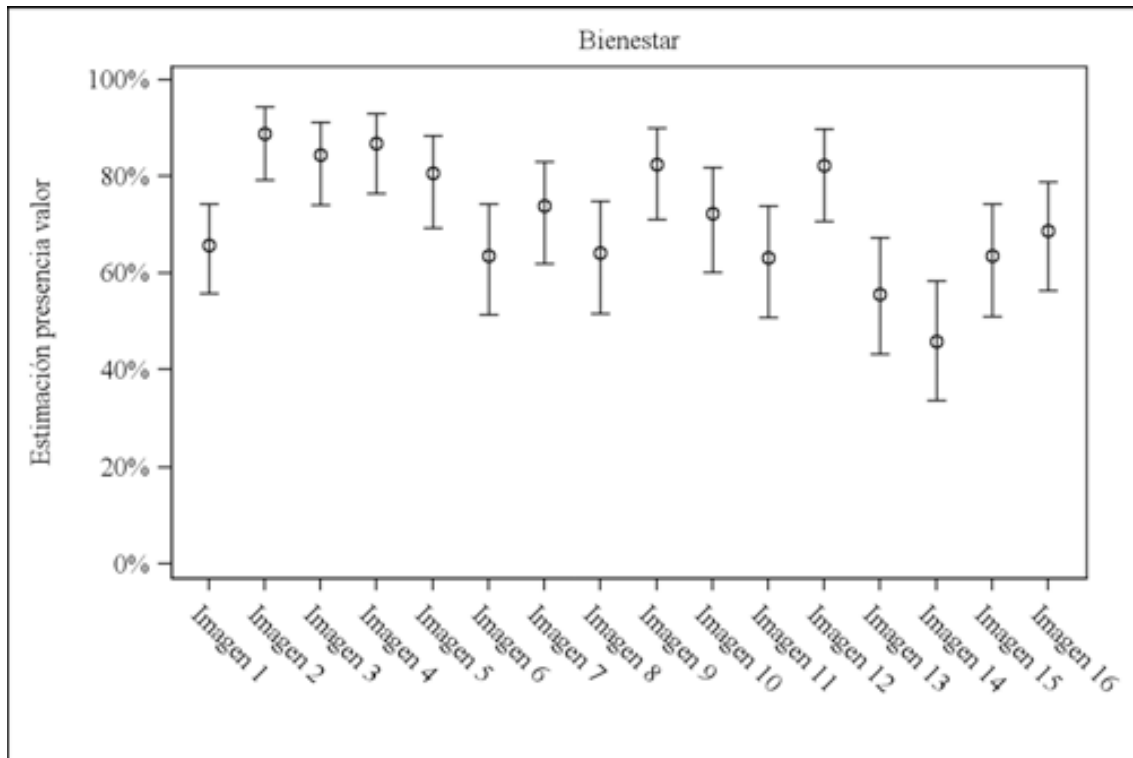
En las dos primeras imágenes se estima que la probabilidad de que esté presente el Valor Amistad es mucho más elevada que en el resto de imágenes:

- En la segunda imagen, se estima que la probabilidad de detección del Valor Amistad es 80.56%, $IC_{95\%}=[69.79\%, 85.24\%]$.
- En la primera imagen, se estima que la probabilidad de detección del Valor Amistad es 35.35%, $IC_{95\%}=[26.58\%, 45.24\%]$.
- En las imágenes 12, 14 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Amistad es aproximadamente del 20%.
- En las imágenes 5, 7, 8, 9, 10, 11 y 15, se estima que la probabilidad de detección del Valor Amistad está entre el 10% y el 17%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Amistad es inferior al 10%.

Valor	Imagen	Contraste					Estimación proporción presencia valor			
		Estimate	Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	-0.60	0.21	-2.87	1062	0.0042	35.35%	26.58%	45.24%
	Imagen 2	Activa; Seductora	1.42	0.30	4.77	1062	<.0001	80.56%	69.79%	88.14%
	Imagen 3	Pasiva; .	-2.38	0.43	-5.58	1062	<.0001	8.45%	3.84%	17.58%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-2.53	0.46	-5.45	1062	<.0001	7.35%	3.09%	16.49%
	Imagen 5	Activa; .	-2.15	0.40	-5.38	1062	<.0001	10.45%	5.06%	20.35%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-2.50	0.47	-5.38	1062	<.0001	7.58%	3.19%	16.96%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-1.96	0.38	-5.20	1062	<.0001	12.31%	6.27%	22.74%
	Imagen 8	Pasiva; .	-2.10	0.40	-5.24	1062	<.0001	10.94%	5.30%	21.23%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-1.93	0.38	-5.09	1062	<.0001	12.70%	6.47%	23.41%
Amistad	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-1.83	0.36	-5.09	1062	<.0001	13.85%	7.36%	24.54%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-1.59	0.33	-4.81	1062	<.0001	16.92%	9.62%	28.05%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-1.43	0.32	-4.44	1062	<.0001	19.35%	11.33%	31.08%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-2.25	0.43	-5.25	1062	<.0001	9.52%	4.34%	19.64%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-1.31	0.31	-4.18	1062	<.0001	21.31%	12.79%	33.34%
	Imagen 15	Activa; .	-1.93	0.38	-5.09	1062	<.0001	12.70%	6.47%	23.41%
	Imagen 16	Pasiva; .	-1.37	0.31	-4.40	1062	<.0001	20.31%	12.17%	31.92%

4.2 Bienestar

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Bienestar, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

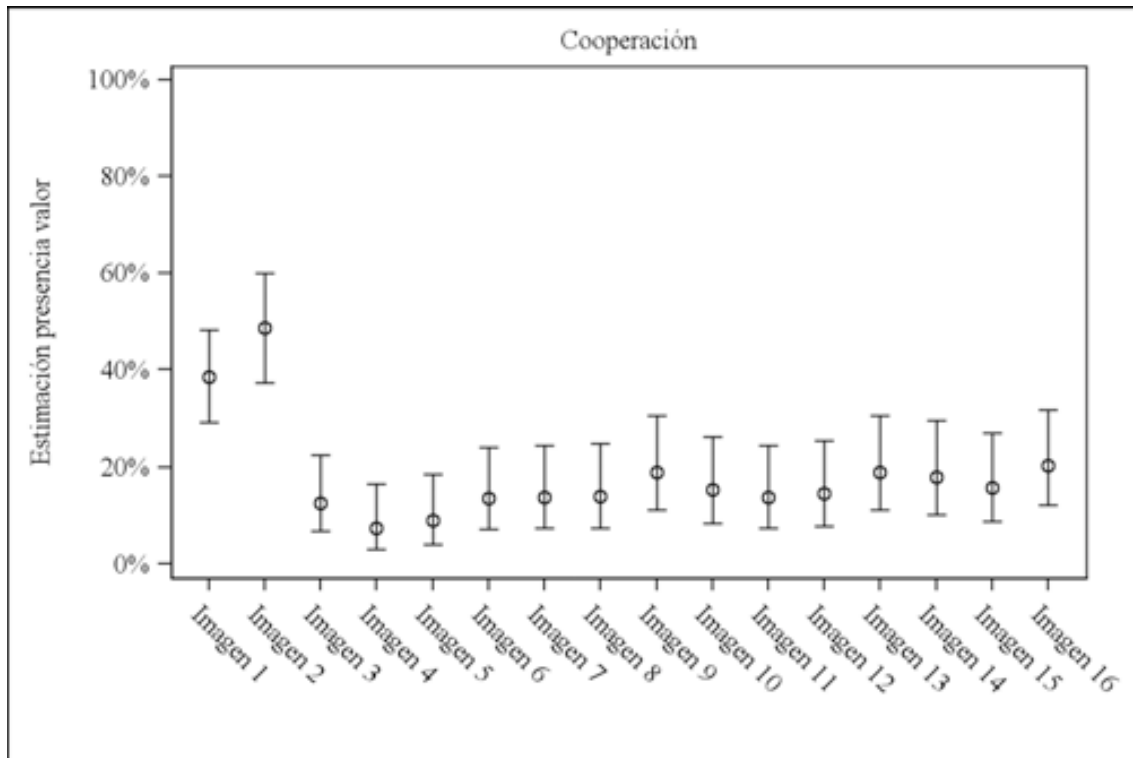
Las estimaciones son las siguientes:

- En las imágenes 2, 3, 4, 5, 9 y 12, se estima que la probabilidad de detección del Valor Bienestar es superior al 80%. Por ejemplo, en la segunda imagen, se estima que la probabilidad de detección del Valor Bienestar es 88.89%, $IC_{95\%}=[79.31\%, 94.35\%]$.
- En las imágenes 1, 6, 7, 8, 10, 11, 15 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Bienestar está entre el 60% y el 80%.
- En las imágenes 13 y 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Bienestar es inferior al 60%. En la imagen 13, se estima que la probabilidad de detección del Valor Bienestar es 55.56%, $IC_{95\%}=[43.18\%, 67.28\%]$. En la imagen 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Bienestar es 45.9%, $IC_{95\%}=[33.88\%, 58.42\%]$.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor			
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Bienestar	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	0.65	0.21	3.06	1062	0.0023	65.66%	55.79%	74.33%
	Imagen 2	Activa; Seductora	2.08	0.37	5.55	1062	<.0001	88.89%	79.31%	94.35%
	Imagen 3	Pasiva; .	1.70	0.33	5.17	1062	<.0001	84.51%	74.13%	91.21%
	Imagen 4	Activa; Seductora	1.88	0.36	5.25	1062	<.0001	86.76%	76.46%	92.97%
	Imagen 5	Activa; .	1.42	0.31	4.61	1062	<.0001	80.60%	69.38%	88.39%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	0.56	0.26	2.19	1062	0.0290	63.64%	51.44%	74.30%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	1.04	0.28	3.68	1062	0.0002	73.85%	61.87%	83.09%
	Imagen 8	Pasiva; .	0.58	0.26	2.22	1062	0.0267	64.06%	51.67%	74.82%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	1.55	0.33	4.68	1062	<.0001	82.54%	71.14%	90.07%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	0.96	0.28	3.46	1062	0.0006	72.31%	60.25%	81.81%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	0.54	0.26	2.08	1062	0.0374	63.08%	50.78%	73.88%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	1.53	0.33	4.61	1062	<.0001	82.26%	70.72%	89.90%
	Imagen 13	Activa; Seductora	0.22	0.25	0.88	1062	0.3790	55.56%	43.18%	67.28%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-0.16	0.26	-0.64	1062	0.5227	45.90%	33.88%	58.42%
	Imagen 15	Activa; .	0.55	0.26	2.11	1062	0.0347	63.49%	51.00%	74.40%
	Imagen 16	Pasiva; .	0.79	0.27	2.92	1062	0.0035	68.75%	56.45%	78.88%

4.3 Cooperación

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Cooperación, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

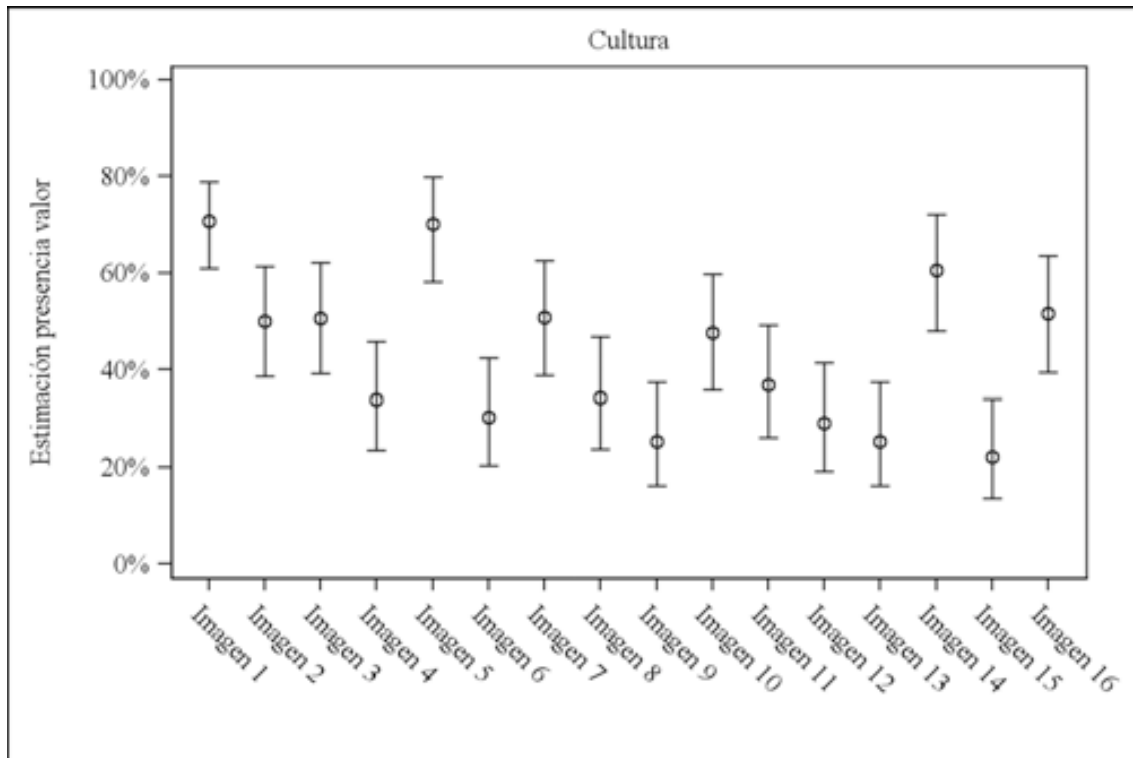
En las dos primeras imágenes se estima que la probabilidad de que esté presente el Valor Cooperación es mucho más elevada que en el resto de imágenes:

- En la segunda imagen, se estima que la probabilidad de detección del Valor Cooperación es 48.61%, $IC_{95\%}=[37.33\%, 60.04\%]$.
- En la primera imagen, se estima que la probabilidad de detección del Valor Cooperación es 38.38%, $IC_{95\%}=[29.34\%, 48.31\%]$.
- En la imagen 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Cooperación es 20.31%, $IC_{95\%}=[12.17\%, 31.92\%]$.
- En las imágenes 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 y 15, se estima que la probabilidad de detección del Valor Cooperación está entre el 10% y el 20%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Cooperación es inferior al 10%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor		
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper
Cooperación	Imagen 1 Pasiva; Maniquí	-0.47	0.21	-2.29	1062	0.0222	38.38%	29.34%	48.31%
	Imagen 2 Activa; Seductora	-0.06	0.24	-0.24	1062	0.8137	48.61%	37.33%	60.04%
	Imagen 3 Pasiva; .	-1.93	0.36	-5.41	1062	<.0001	12.68%	6.72%	22.62%
	Imagen 4 Activa; Seductora	-2.53	0.46	-5.45	1062	<.0001	7.35%	3.09%	16.49%
	Imagen 5 Activa; .	-2.32	0.43	-5.42	1062	<.0001	8.96%	4.08%	18.55%
	Imagen 6 Pasiva; Maniquí	-1.85	0.36	-5.15	1062	<.0001	13.64%	7.25%	24.20%
	Imagen 7 Pasiva; Cara Bonita	-1.83	0.36	-5.09	1062	<.0001	13.85%	7.36%	24.54%
	Imagen 8 Pasiva; .	-1.81	0.36	-5.03	1062	<.0001	14.06%	7.48%	24.89%
	Imagen 9 Activa; Mujer Fatal	-1.45	0.32	-4.51	1062	<.0001	19.05%	11.14%	30.63%
	Imagen 10 Pasiva; Maniquí	-1.70	0.34	-4.96	1062	<.0001	15.38%	8.48%	26.30%
	Imagen 11 Pasiva; Cara Bonita	-1.83	0.36	-5.09	1062	<.0001	13.85%	7.36%	24.54%
	Imagen 12 Activa; Mujer Fatal	-1.77	0.36	-4.92	1062	<.0001	14.52%	7.72%	25.62%
	Imagen 13 Activa; Seductora	-1.45	0.32	-4.51	1062	<.0001	19.05%	11.14%	30.63%
	Imagen 14 Pasiva; Cara Bonita	-1.51	0.33	-4.55	1062	<.0001	18.03%	10.27%	29.72%
	Imagen 15 Activa; .	-1.67	0.34	-4.84	1062	<.0001	15.87%	8.75%	27.07%
	Imagen 16 Pasiva; .	-1.37	0.31	-4.40	1062	<.0001	20.31%	12.17%	31.92%

4.4 Cultura

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Cultura, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

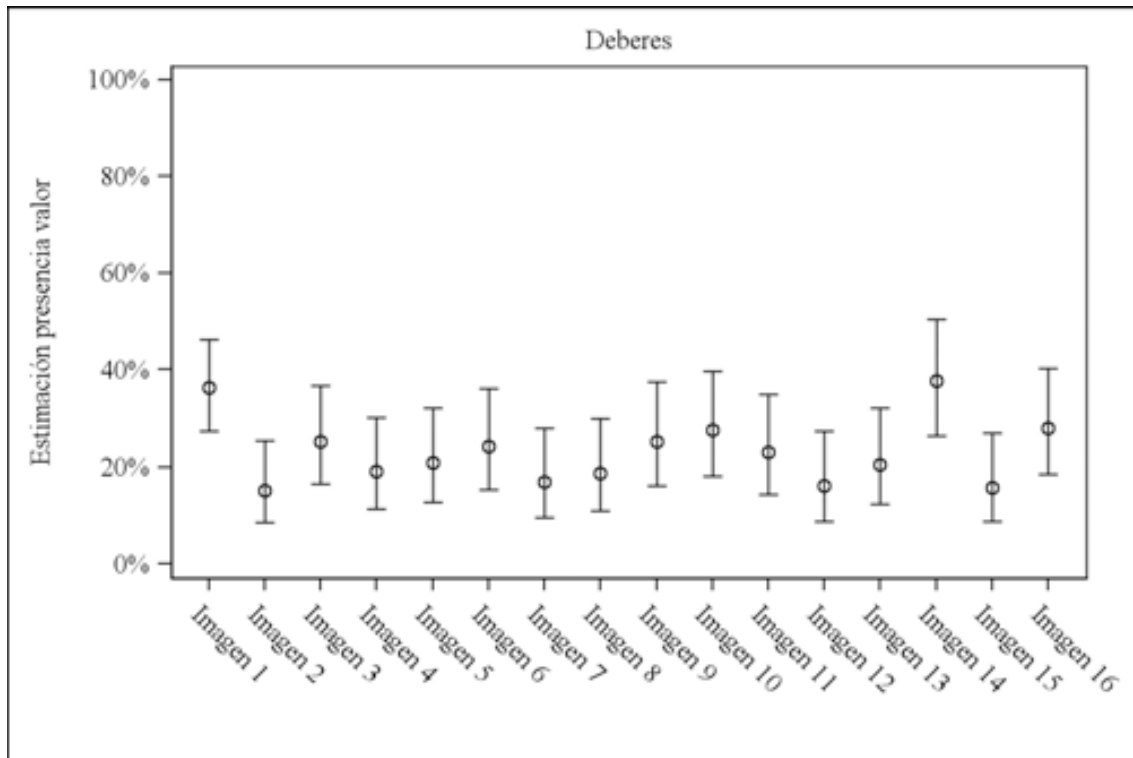
Las estimaciones son las siguientes:

- En las imágenes 1 y 5, se estima que la probabilidad de detección del Valor Cultura es superior al 70%.
- En la imagen 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Cultura es 60.66%, $IC_{95\%}=[47.97\%, 72.05\%]$.
- En las imágenes 2, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 11 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Cultura está entre el 30% y el 52%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Cultura está entre el 20% y el 30%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor			
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Cultura	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	0.88	0.22	3.99	1062	<.0001	70.71%	61.01%	78.83%
	Imagen 2	Activa; Seductora	0.00	0.24	0.00	1062	1.0000	50.00%	38.64%	61.36%
	Imagen 3	Pasiva; .	0.03	0.24	0.12	1062	0.9056	50.70%	39.23%	62.10%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-0.67	0.26	-2.62	1062	0.0090	33.82%	23.61%	45.80%
	Imagen 5	Activa; .	0.85	0.27	3.20	1062	0.0014	70.15%	58.19%	79.87%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-0.83	0.27	-3.11	1062	0.0019	30.30%	20.45%	42.38%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	0.03	0.25	0.12	1062	0.9013	50.77%	38.79%	62.66%
	Imagen 8	Pasiva; .	-0.65	0.26	-2.46	1062	0.0142	34.38%	23.81%	46.75%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-1.08	0.29	-3.72	1062	0.0002	25.40%	16.17%	37.53%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-0.09	0.25	-0.37	1062	0.7100	47.69%	35.90%	59.75%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-0.54	0.26	-2.08	1062	0.0374	36.92%	26.12%	49.22%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-0.89	0.28	-3.19	1062	0.0014	29.03%	19.11%	41.46%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-1.08	0.29	-3.72	1062	0.0002	25.40%	16.17%	37.53%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	0.43	0.26	1.65	1062	0.0989	60.66%	47.97%	72.05%
	Imagen 15	Activa; .	-1.25	0.30	-4.13	1062	<.0001	22.22%	13.62%	34.12%
	Imagen 16	Pasiva; .	0.06	0.25	0.25	1062	0.8027	51.56%	39.45%	63.49%

4.5 Deberes

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Deberes, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

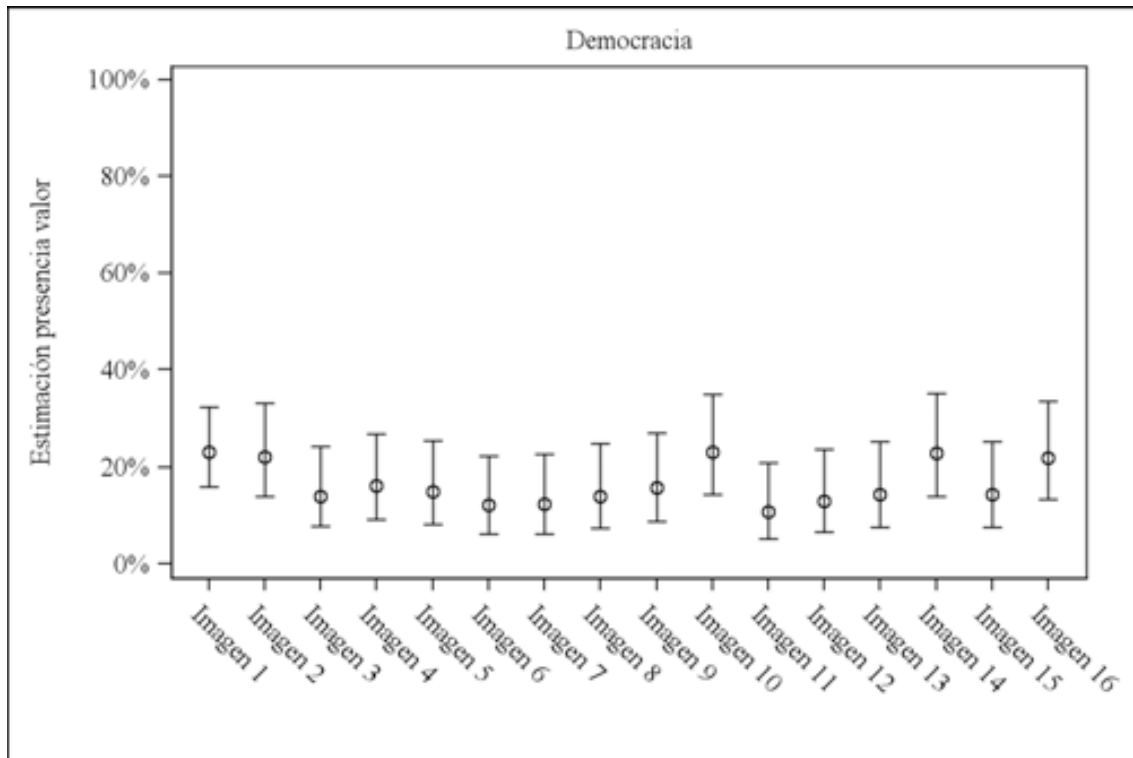
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Deberes es 37.7%, $IC_{95\%}=[26.49\%, 50.41\%]$.
- En la imagen 1, se estima que la probabilidad de detección del Valor Deberes es 36.36%, $IC_{95\%}=[27.5\%, 46.27\%]$.
- En las imágenes 3, 5, 6, 9, 10, 11, 13, 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Deberes está entre el 20% y el 30%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Deberes está entre el 10% y el 20%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor			
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Deberes	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	-0.56	0.21	-2.68	1062	0.0075	36.36%	27.50%	46.27%
	Imagen 2	Activa; Seductora	-1.71	0.33	-5.23	1062	<.0001	15.28%	8.66%	25.54%
	Imagen 3	Pasiva; .	-1.08	0.27	-3.96	1062	<.0001	25.35%	16.59%	36.71%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-1.44	0.31	-4.68	1062	<.0001	19.12%	11.43%	30.21%
	Imagen 5	Activa; .	-1.33	0.30	-4.43	1062	<.0001	20.90%	12.78%	32.27%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-1.14	0.29	-3.97	1062	<.0001	24.24%	15.41%	35.99%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-1.59	0.33	-4.81	1062	<.0001	16.92%	9.62%	28.05%
	Imagen 8	Pasiva; .	-1.47	0.32	-4.58	1062	<.0001	18.75%	10.96%	30.20%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-1.08	0.29	-3.72	1062	0.0002	25.40%	16.17%	37.53%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-0.96	0.28	-3.46	1062	0.0006	27.69%	18.19%	39.75%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-1.20	0.29	-4.09	1062	<.0001	23.08%	14.41%	34.83%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-1.65	0.35	-4.77	1062	<.0001	16.13%	8.90%	27.47%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-1.35	0.31	-4.33	1062	<.0001	20.63%	12.37%	32.38%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-0.50	0.26	-1.90	1062	0.0576	37.70%	26.49%	50.41%
	Imagen 15	Activa; .	-1.67	0.34	-4.84	1062	<.0001	15.87%	8.75%	27.07%
	Imagen 16	Pasiva; .	-0.94	0.28	-3.37	1062	0.0008	28.13%	18.49%	40.31%

4.6 Democracia

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Democracia, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

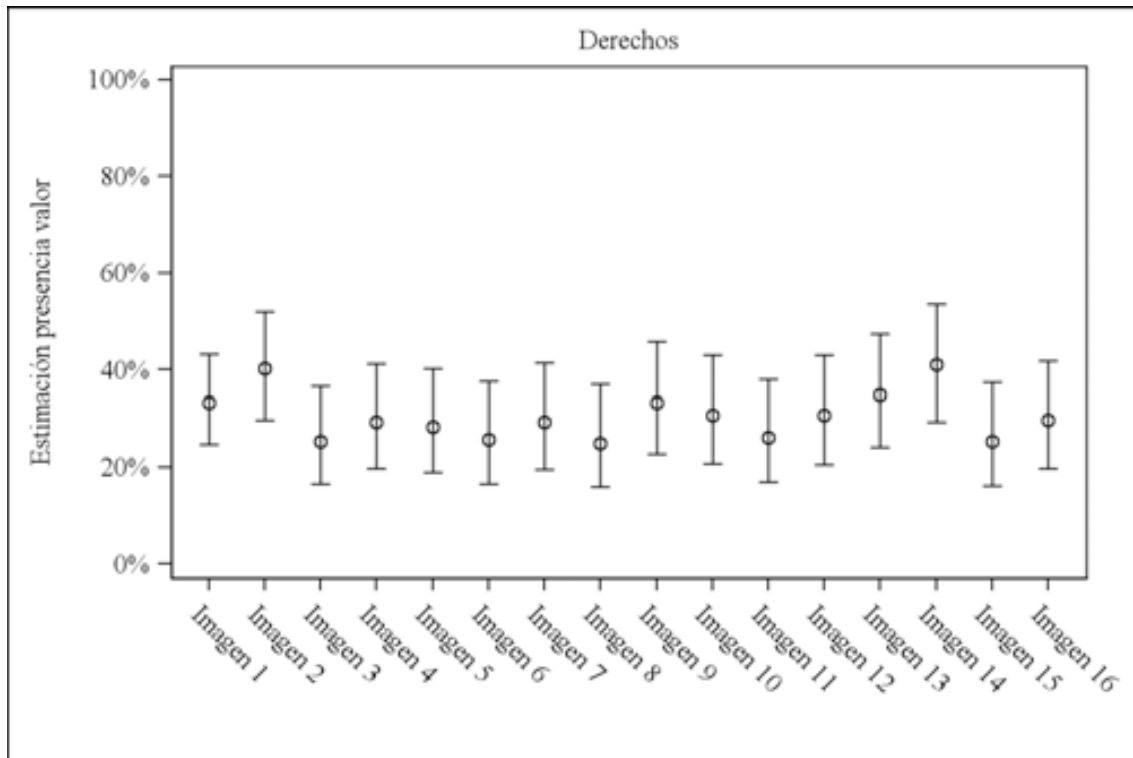
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 1, se estima que la probabilidad de detección del Valor Democracia es 23.23%, $IC_{95\%}=[15.95\%, 32.56\%]$.
- En la imagen 10, se estima que la probabilidad de detección del Valor Democracia es 23.08%, $IC_{95\%}=[14.41\%, 34.83\%]$.
- En las imágenes 2, 14 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Democracia es aproximadamente el 20-22%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Democracia está entre el 10% y el 20%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor			
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Democracia	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	-1.20	0.24	-5.02	1062	<.0001	23.23%	15.95%	32.56%
	Imagen 2	Activa; Seductora	-1.25	0.28	-4.42	1062	<.0001	22.22%	14.08%	33.26%
	Imagen 3	Pasiva; .	-1.81	0.34	-5.30	1062	<.0001	14.08%	7.74%	24.25%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-1.65	0.33	-5.00	1062	<.0001	16.18%	9.18%	26.91%
	Imagen 5	Activa; .	-1.74	0.34	-5.08	1062	<.0001	14.93%	8.22%	25.58%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-1.98	0.38	-5.25	1062	<.0001	12.12%	6.17%	22.43%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-1.96	0.38	-5.20	1062	<.0001	12.31%	6.27%	22.74%
	Imagen 8	Pasiva; .	-1.81	0.36	-5.03	1062	<.0001	14.06%	7.48%	24.89%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-1.67	0.34	-4.84	1062	<.0001	15.87%	8.75%	27.07%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-1.20	0.29	-4.09	1062	<.0001	23.08%	14.41%	34.83%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-2.11	0.40	-5.28	1062	<.0001	10.77%	5.22%	20.93%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-1.91	0.38	-5.04	1062	<.0001	12.90%	6.58%	23.75%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-1.79	0.36	-4.98	1062	<.0001	14.29%	7.60%	25.25%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-1.21	0.30	-3.98	1062	<.0001	22.95%	14.08%	35.12%
	Imagen 15	Activa; .	-1.79	0.36	-4.98	1062	<.0001	14.29%	7.60%	25.25%
	Imagen 16	Pasiva; .	-1.27	0.30	-4.21	1062	<.0001	21.88%	13.40%	33.63%

4.7 Derechos

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Derechos, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

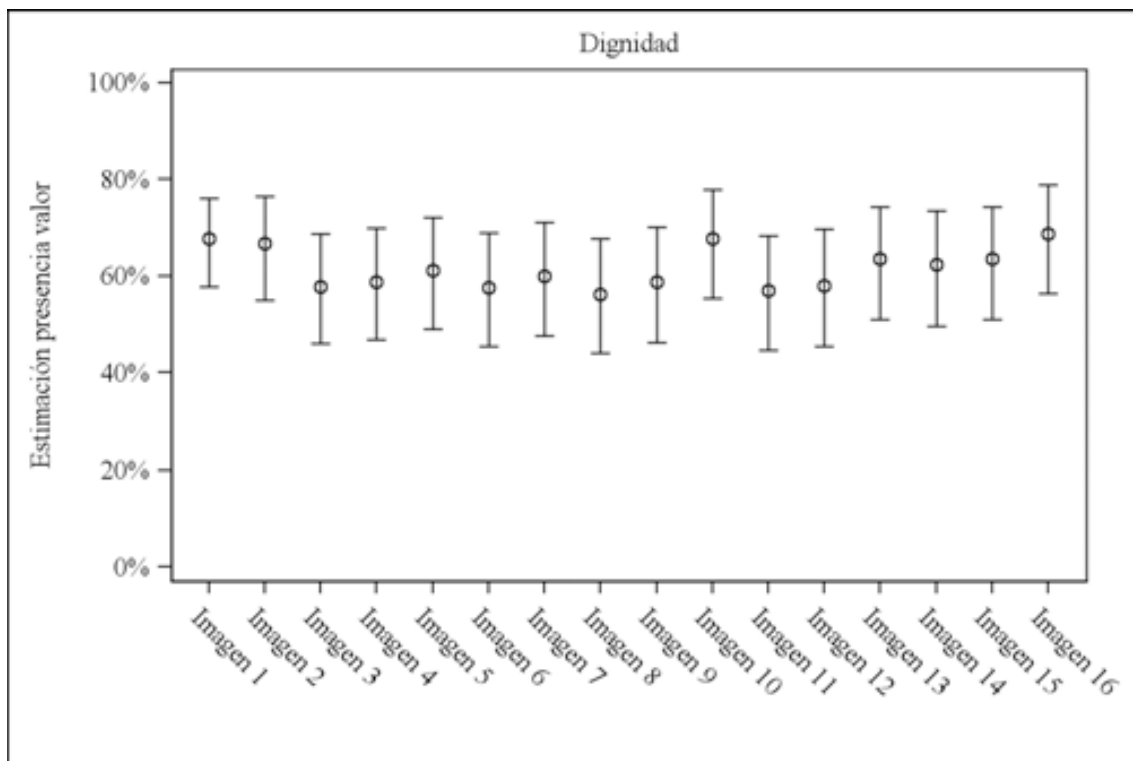
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Derechos es 40.98%, $IC_{95\%}=[29.41\%, 53.65\%]$.
- En la imagen 2, se estima que la probabilidad de detección del Valor Derechos es 40.28%, $IC_{95\%}=[29.62\%, 51.94\%]$.
- En las imágenes 1, 9, 10, 12 y 13, se estima que la probabilidad de detección del Valor Derechos está entre el 30-35%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Derechos está entre el 20% y el 30%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor			
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Derechos	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	-0.69	0.21	-3.25	1062	0.0012	33.33%	24.76%	43.17%
	Imagen 2	Activa; Seductora	-0.39	0.24	-1.64	1062	0.1014	40.28%	29.62%	51.94%
	Imagen 3	Pasiva; .	-1.08	0.27	-3.96	1062	<.0001	25.35%	16.59%	36.71%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-0.88	0.27	-3.29	1062	0.0010	29.41%	19.82%	41.26%
	Imagen 5	Activa; .	-0.93	0.27	-3.42	1062	0.0007	28.36%	18.87%	40.25%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-1.06	0.28	-3.76	1062	0.0002	25.76%	16.65%	37.61%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-0.88	0.27	-3.24	1062	0.0012	29.23%	19.48%	41.36%
	Imagen 8	Pasiva; .	-1.10	0.29	-3.81	1062	0.0001	25.00%	15.91%	37.00%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-0.69	0.27	-2.59	1062	0.0096	33.33%	22.84%	45.79%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-0.81	0.27	-3.02	1062	0.0026	30.77%	20.78%	42.96%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-1.04	0.28	-3.68	1062	0.0002	26.15%	16.91%	38.13%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-0.82	0.28	-2.96	1062	0.0031	30.65%	20.47%	43.14%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-0.62	0.26	-2.36	1062	0.0187	34.92%	24.21%	47.40%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-0.36	0.26	-1.40	1062	0.1616	40.98%	29.41%	53.65%
	Imagen 15	Activa; .	-1.08	0.29	-3.72	1062	0.0002	25.40%	16.17%	37.53%
	Imagen 16	Pasiva; .	-0.86	0.27	-3.15	1062	0.0017	29.69%	19.80%	41.94%

4.8 Dignidad

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Dignidad, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

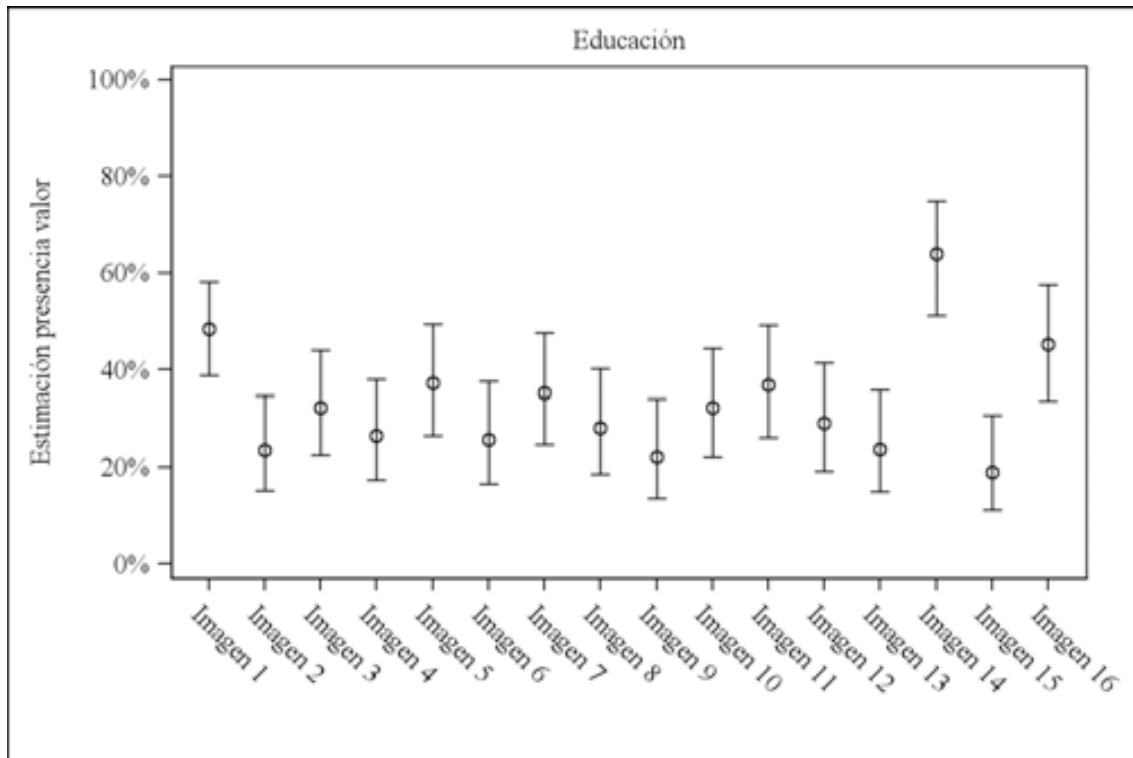
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Dignidad es 68.75%, $IC_{95\%}=[56.45\%, 78.88\%]$.
- En las imágenes 1, 2, 5, 7, 10, 13, 14 y 15, se estima que la probabilidad de detección del Valor Dignidad está entre el 60% y el 70%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Dignidad está entre el 50% y el 60%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor			
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Dignidad	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	0.74	0.21	3.44	1062	0.0006	67.68%	57.87%	76.14%
	Imagen 2	Activa; Seductora	0.69	0.25	2.77	1062	0.0057	66.67%	55.05%	76.56%
	Imagen 3	Pasiva; .	0.31	0.24	1.30	1062	0.1938	57.75%	46.03%	68.65%
	Imagen 4	Activa; Seductora	0.36	0.25	1.45	1062	0.1480	58.82%	46.83%	69.85%
	Imagen 5	Activa; .	0.46	0.25	1.82	1062	0.0695	61.19%	49.09%	72.06%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	0.31	0.25	1.23	1062	0.2204	57.58%	45.43%	68.87%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	0.41	0.25	1.60	1062	0.1096	60.00%	47.72%	71.14%
	Imagen 8	Pasiva; .	0.25	0.25	1.00	1062	0.3188	56.25%	43.95%	67.83%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	0.35	0.26	1.38	1062	0.1683	58.73%	46.27%	70.16%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	0.74	0.27	2.79	1062	0.0054	67.69%	55.46%	77.90%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	0.28	0.25	1.11	1062	0.2661	56.92%	44.70%	68.36%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	0.33	0.26	1.26	1062	0.2064	58.06%	45.52%	69.64%
	Imagen 13	Activa; Seductora	0.55	0.26	2.11	1062	0.0347	63.49%	51.00%	74.40%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	0.50	0.26	1.90	1062	0.0576	62.30%	49.59%	73.51%
	Imagen 15	Activa; .	0.55	0.26	2.11	1062	0.0347	63.49%	51.00%	74.40%
	Imagen 16	Pasiva; .	0.79	0.27	2.92	1062	0.0035	68.75%	56.45%	78.88%

4.9 Educación

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Educación, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

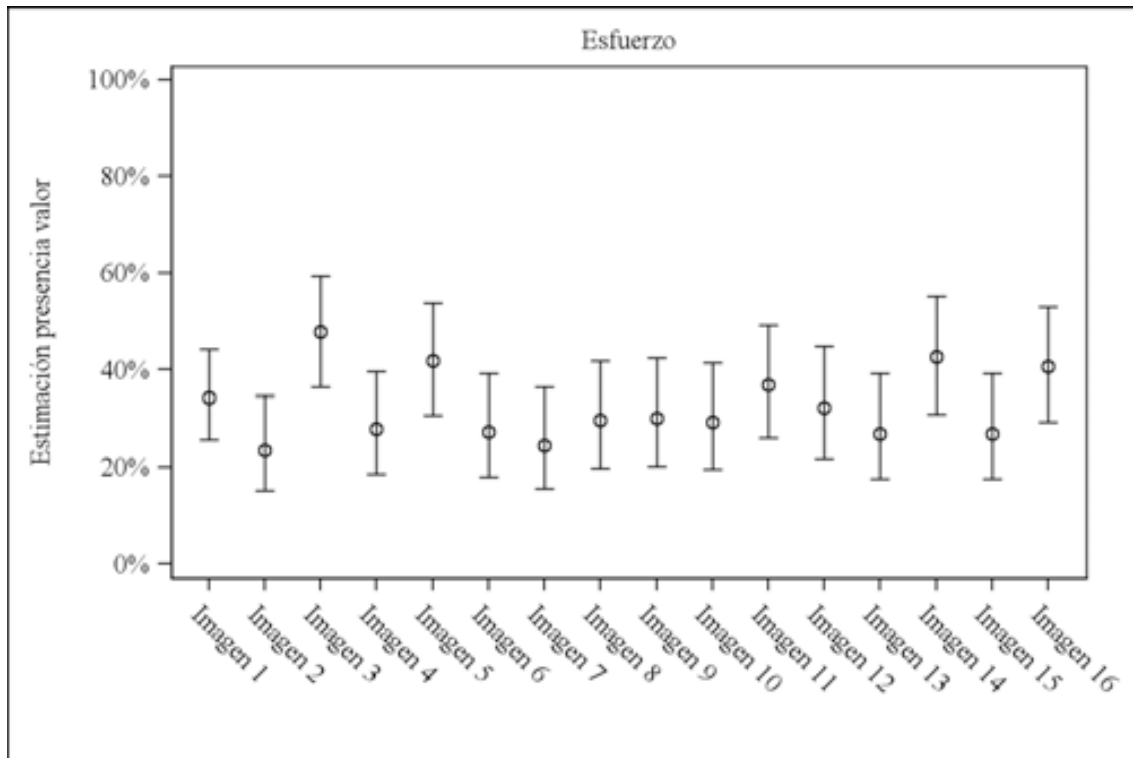
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Educación es 63.93%, $IC_{95\%}=[51.23\%, 74.95\%]$.
- En las imágenes 1 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Educación es aproximadamente un 45-48%.
- En las imágenes 3, 5, 7, 10 y 11, se estima que la probabilidad de detección del Valor Educación está entre el 30% y el 40%.
- En las imágenes 2, 4, 6, 8, 9, 12 y 13, se estima que la probabilidad de detección del Valor Educación está entre el 20% y el 30%.
- En la imagen 15, se estima que la probabilidad de detección del Valor Educación es 19.05%, $IC_{95\%}=[11.14\%, 30.63\%]$.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor		
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper
Educación	Imagen 1 Pasiva; Maniquí	-0.06	0.20	-0.30	1062	0.7631	48.48%	38.81%	58.27%
	Imagen 2 Activa; Seductora	-1.17	0.28	-4.23	1062	<.0001	23.61%	15.20%	34.76%
	Imagen 3 Pasiva; .	-0.74	0.25	-2.90	1062	0.0038	32.39%	22.56%	44.08%
	Imagen 4 Activa; Seductora	-1.02	0.27	-3.72	1062	0.0002	26.47%	17.35%	38.17%
	Imagen 5 Activa; .	-0.52	0.25	-2.05	1062	0.0402	37.31%	26.61%	49.42%
	Imagen 6 Pasiva; Maniquí	-1.06	0.28	-3.76	1062	0.0002	25.76%	16.65%	37.61%
	Imagen 7 Pasiva; Cara Bonita	-0.60	0.26	-2.32	1062	0.0205	35.38%	24.77%	47.67%
	Imagen 8 Pasiva; .	-0.94	0.28	-3.37	1062	0.0008	28.13%	18.49%	40.31%
	Imagen 9 Activa; Mujer Fatal	-1.25	0.30	-4.13	1062	<.0001	22.22%	13.62%	34.12%
	Imagen 10 Pasiva; Maniquí	-0.74	0.27	-2.79	1062	0.0054	32.31%	22.10%	44.54%
	Imagen 11 Pasiva; Cara Bonita	-0.54	0.26	-2.08	1062	0.0374	36.92%	26.12%	49.22%
	Imagen 12 Activa; Mujer Fatal	-0.89	0.28	-3.19	1062	0.0014	29.03%	19.11%	41.46%
	Imagen 13 Activa; Seductora	-1.16	0.30	-3.93	1062	<.0001	23.81%	14.89%	35.83%
	Imagen 14 Pasiva; Cara Bonita	0.57	0.27	2.15	1062	0.0320	63.93%	51.23%	74.95%
	Imagen 15 Activa; .	-1.45	0.32	-4.51	1062	<.0001	19.05%	11.14%	30.63%
	Imagen 16 Pasiva; .	-0.19	0.25	-0.75	1062	0.4541	45.31%	33.61%	57.56%

4.10 Esfuerzo

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Esfuerzo, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

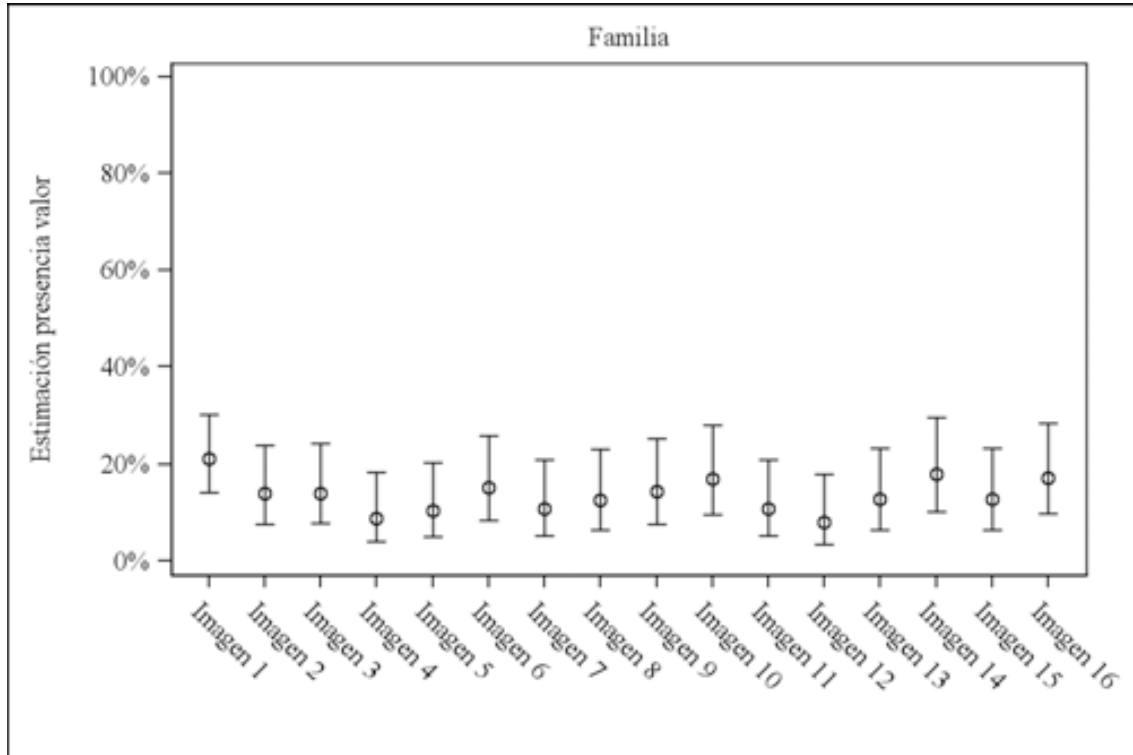
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 3, se estima que la probabilidad de detección del Valor Esfuerzo es 47.89%, $IC_{95\%}=[36.57\%, 59.43\%]$.
- En las imágenes 5, 14 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Esfuerzo está entre el 40-45%.
- En las imágenes 1, 9, 11 y 12, se estima que la probabilidad de detección del Valor Esfuerzo está entre el 30-40%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Esfuerzo está entre el 20% y el 30%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor			
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Esfuerzo	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	-0.65	0.21	-3.06	1062	0.0023	34.34%	25.67%	44.21%
	Imagen 2	Activa; Seductora	-1.17	0.28	-4.23	1062	<.0001	23.61%	15.20%	34.76%
	Imagen 3	Pasiva; .	-0.08	0.24	-0.36	1062	0.7220	47.89%	36.57%	59.43%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-0.95	0.27	-3.51	1062	0.0005	27.94%	18.58%	39.72%
	Imagen 5	Activa; .	-0.33	0.25	-1.34	1062	0.1813	41.79%	30.63%	53.86%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-0.98	0.28	-3.55	1062	0.0004	27.27%	17.90%	39.21%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-1.12	0.29	-3.89	1062	0.0001	24.62%	15.65%	36.49%
	Imagen 8	Pasiva; .	-0.86	0.27	-3.15	1062	0.0017	29.69%	19.80%	41.94%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-0.84	0.27	-3.06	1062	0.0023	30.16%	20.13%	42.53%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-0.88	0.27	-3.24	1062	0.0012	29.23%	19.48%	41.36%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-0.54	0.26	-2.08	1062	0.0374	36.92%	26.12%	49.22%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-0.74	0.27	-2.73	1062	0.0064	32.26%	21.84%	44.80%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-1.00	0.28	-3.51	1062	0.0005	26.98%	17.47%	39.21%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-0.30	0.26	-1.15	1062	0.2512	42.62%	30.89%	55.25%
	Imagen 15	Activa; .	-1.00	0.28	-3.51	1062	0.0005	26.98%	17.47%	39.21%
	Imagen 16	Pasiva; .	-0.38	0.25	-1.49	1062	0.1362	40.62%	29.34%	52.99%

4.11 Familia

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Familia, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

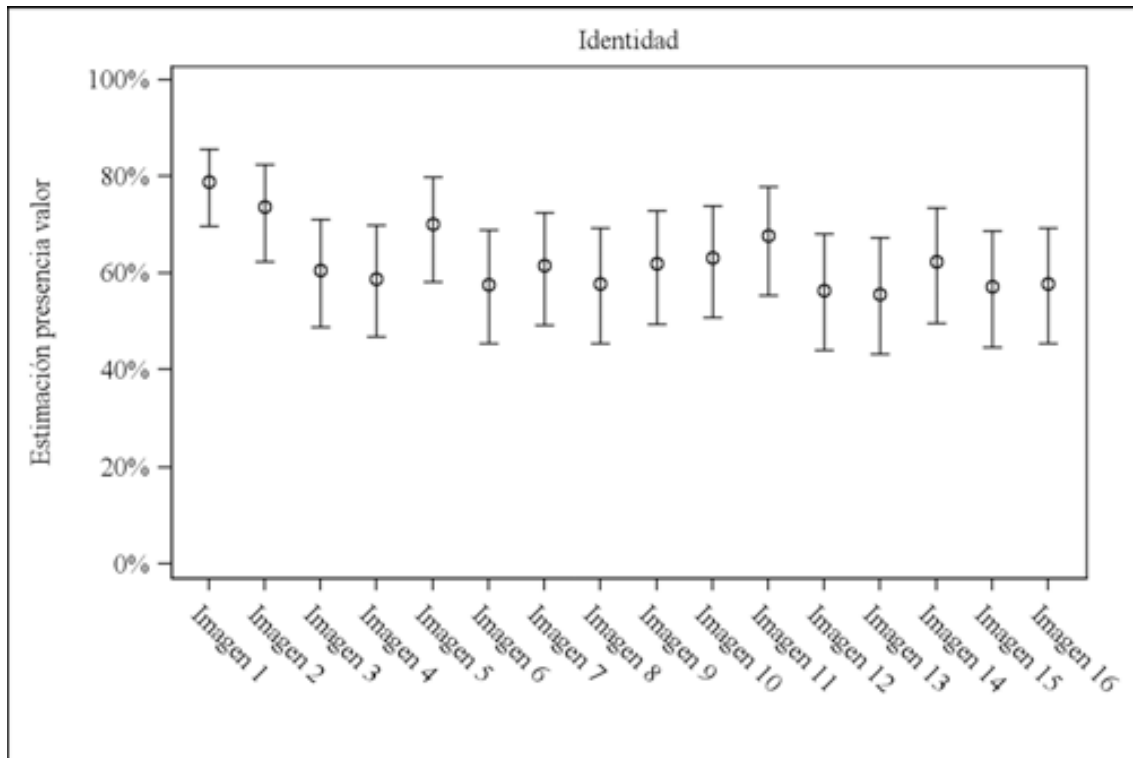
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Familia es 18.03%, $IC_{95\%}=[10.27\%, 29.72\%]$.
- En las imágenes 1, 6, 10 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Familia está entre el 15% y el 22%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Familia es menor que 15%.

Valor	Imagen	Contraste					Estimación proporción presencia valor			
		Estimate	Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Familia	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	-1.31	0.25	-5.34	1062	<.0001	21.21%	14.25%	30.37%
	Imagen 2	Activa; Seductora	-1.82	0.34	-5.35	1062	<.0001	13.89%	7.63%	23.94%
	Imagen 3	Pasiva; .	-1.81	0.34	-5.30	1062	<.0001	14.08%	7.74%	24.25%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-2.34	0.43	-5.46	1062	<.0001	8.82%	4.01%	18.30%
	Imagen 5	Activa; .	-2.15	0.40	-5.38	1062	<.0001	10.45%	5.06%	20.35%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-1.72	0.34	-5.02	1062	<.0001	15.15%	8.34%	25.94%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-2.11	0.40	-5.28	1062	<.0001	10.77%	5.22%	20.93%
	Imagen 8	Pasiva; .	-1.95	0.38	-5.15	1062	<.0001	12.50%	6.37%	23.07%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-1.79	0.36	-4.98	1062	<.0001	14.29%	7.60%	25.25%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-1.59	0.33	-4.81	1062	<.0001	16.92%	9.62%	28.05%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-2.11	0.40	-5.28	1062	<.0001	10.77%	5.22%	20.93%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-2.43	0.47	-5.22	1062	<.0001	8.06%	3.39%	17.97%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-1.93	0.38	-5.09	1062	<.0001	12.70%	6.47%	23.41%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-1.51	0.33	-4.55	1062	<.0001	18.03%	10.27%	29.72%
	Imagen 15	Activa; .	-1.93	0.38	-5.09	1062	<.0001	12.70%	6.47%	23.41%
	Imagen 16	Pasiva; .	-1.57	0.33	-4.75	1062	<.0001	17.19%	9.77%	28.45%

4.12 Identidad

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Identidad, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así como, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

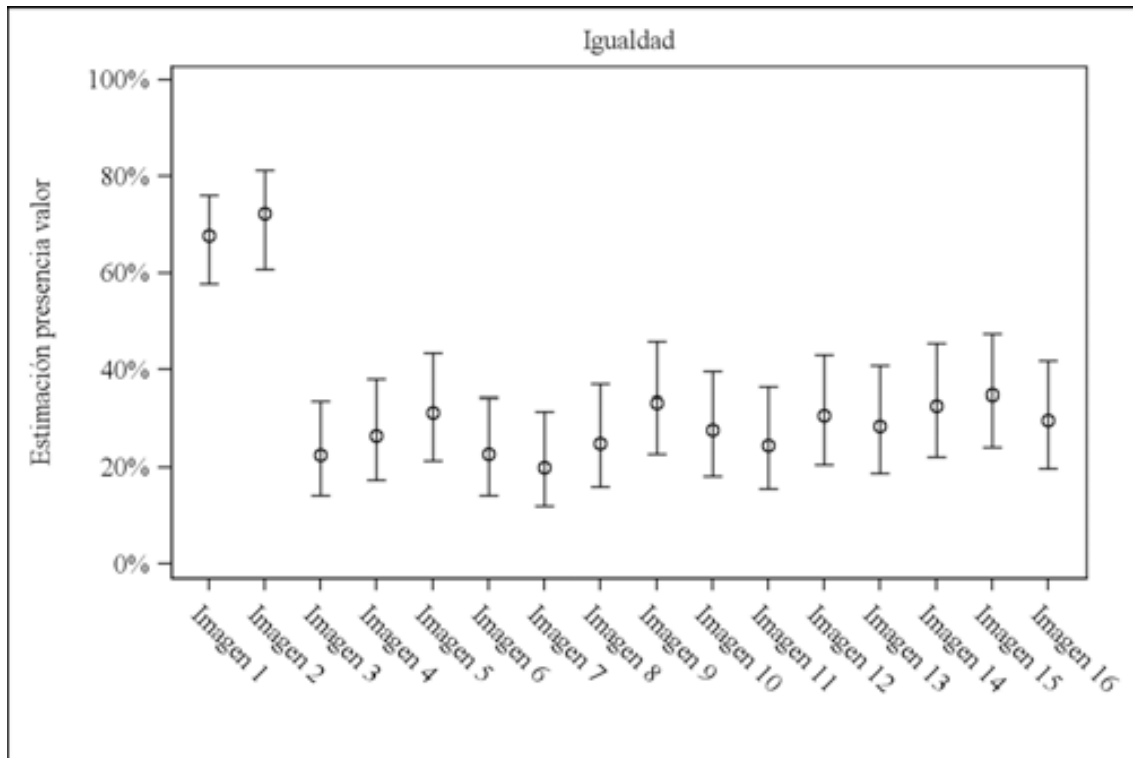
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 1, se estima que la probabilidad de detección del Valor Identidad es 78.79%, $IC_{95\%}=[69.63\%, 85.75\%]$.
- En las imágenes 2, y 5, se estima que la probabilidad de detección del Valor Identidad está entre el 70% y el 75%.
- En las imágenes 3, 7, 9, 10, 11 y 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Identidad está entre el 60% y el 70%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Identidad está entre el 50% y el 60%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor			
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Identidad	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	1.31	0.25	5.34	1062	<.0001	78.79%	69.63%	85.75%
	Imagen 2	Activa; Seductora	1.03	0.27	3.84	1062	0.0001	73.61%	62.27%	82.50%
	Imagen 3	Pasiva; .	0.43	0.24	1.77	1062	0.0776	60.56%	48.81%	71.21%
	Imagen 4	Activa; Seductora	0.36	0.25	1.45	1062	0.1480	58.82%	46.83%	69.85%
	Imagen 5	Activa; .	0.85	0.27	3.20	1062	0.0014	70.15%	58.19%	79.87%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	0.31	0.25	1.23	1062	0.2204	57.58%	45.43%	68.87%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	0.47	0.25	1.84	1062	0.0655	61.54%	49.24%	72.52%
	Imagen 8	Pasiva; .	0.32	0.25	1.24	1062	0.2135	57.81%	45.47%	69.25%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	0.49	0.26	1.87	1062	0.0616	61.90%	49.41%	73.00%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	0.54	0.26	2.08	1062	0.0374	63.08%	50.78%	73.88%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	0.74	0.27	2.79	1062	0.0054	67.69%	55.46%	77.90%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	0.26	0.26	1.01	1062	0.3112	56.45%	43.95%	68.18%
	Imagen 13	Activa; Seductora	0.22	0.25	0.88	1062	0.3790	55.56%	43.18%	67.28%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	0.50	0.26	1.90	1062	0.0576	62.30%	49.59%	73.51%
	Imagen 15	Activa; .	0.29	0.25	1.13	1062	0.2587	57.14%	44.72%	68.72%
	Imagen 16	Pasiva; .	0.32	0.25	1.24	1062	0.2135	57.81%	45.47%	69.25%

4.13 Igualdad

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Igualdad, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

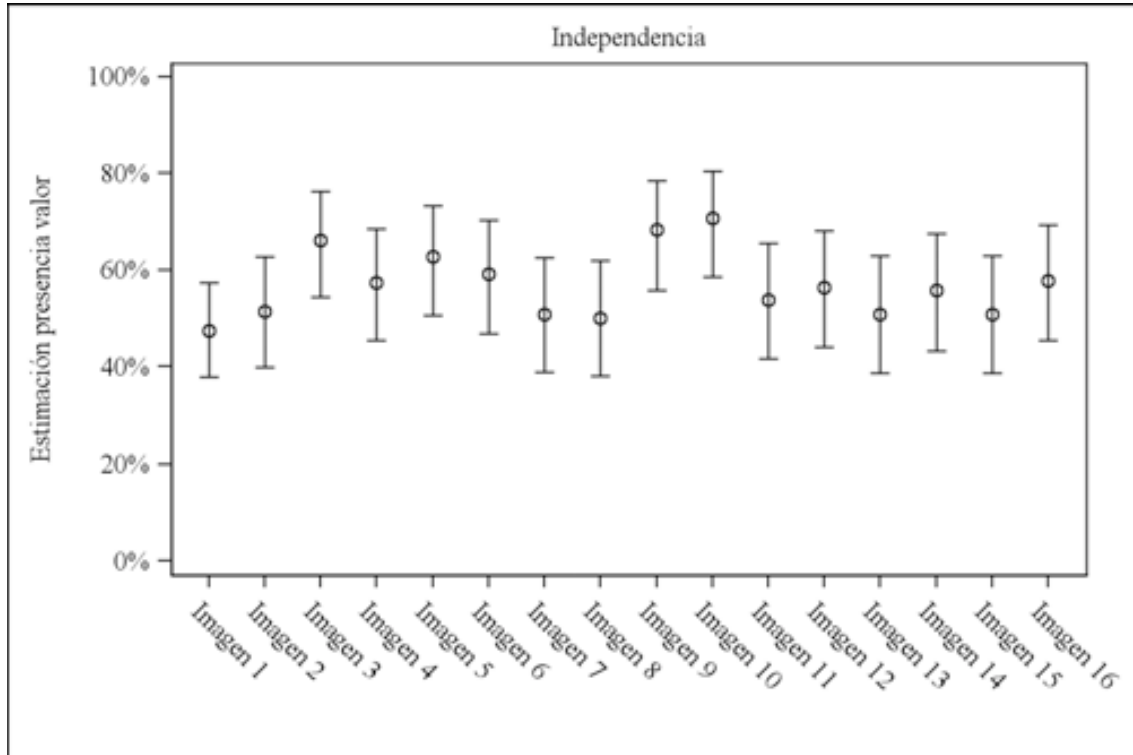
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 2, se estima que la probabilidad de detección del Valor Igualdad es 72.22%, $IC_{95\%}=[60.81\%, 81.33\%]$.
- En la imagen 1, se estima que la probabilidad de detección del Valor Igualdad es 67.68%, $IC_{95\%}=[57.87\%, 76.14\%]$.
- En las imágenes 5, 9, 12, 14 y 15, se estima que la probabilidad de detección del Valor Igualdad está entre el 30% y el 35%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Igualdad está entre el 20% y el 30%.

Valor	Imagen	Contraste					Estimación proporción presencia valor		
		Estimate	Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper
Igualdad	Imagen 1 Pasiva; Maniquí	0.74	0.21	3.44	1062	0.0006	67.68%	57.87%	76.14%
	Imagen 2 Activa; Seductora	0.96	0.26	3.63	1062	0.0003	72.22%	60.81%	81.33%
	Imagen 3 Pasiva; .	-1.23	0.28	-4.35	1062	<.0001	22.54%	14.28%	33.68%
	Imagen 4 Activa; Seductora	-1.02	0.27	-3.72	1062	0.0002	26.47%	17.35%	38.17%
	Imagen 5 Activa; .	-0.78	0.26	-2.98	1062	0.0030	31.34%	21.40%	43.36%
	Imagen 6 Pasiva; Maniquí	-1.22	0.29	-4.17	1062	<.0001	22.73%	14.18%	34.36%
	Imagen 7 Pasiva; Cara Bonita	-1.39	0.31	-4.47	1062	<.0001	20.00%	11.98%	31.48%
	Imagen 8 Pasiva; .	-1.10	0.29	-3.81	1062	0.0001	25.00%	15.91%	37.00%
	Imagen 9 Activa; Mujer Fatal	-0.69	0.27	-2.59	1062	0.0096	33.33%	22.84%	45.79%
	Imagen 10 Pasiva; Maniquí	-0.96	0.28	-3.46	1062	0.0006	27.69%	18.19%	39.75%
	Imagen 11 Pasiva; Cara Bonita	-1.12	0.29	-3.89	1062	0.0001	24.62%	15.65%	36.49%
	Imagen 12 Activa; Mujer Fatal	-0.82	0.28	-2.96	1062	0.0031	30.65%	20.47%	43.14%
	Imagen 13 Activa; Seductora	-0.92	0.28	-3.29	1062	0.0011	28.57%	18.79%	40.88%
	Imagen 14 Pasiva; Cara Bonita	-0.72	0.27	-2.63	1062	0.0086	32.79%	22.22%	45.45%
	Imagen 15 Activa; .	-0.62	0.26	-2.36	1062	0.0187	34.92%	24.21%	47.40%
	Imagen 16 Pasiva; .	-0.86	0.27	-3.15	1062	0.0017	29.69%	19.80%	41.94%

4.14 Independencia

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Independencia, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

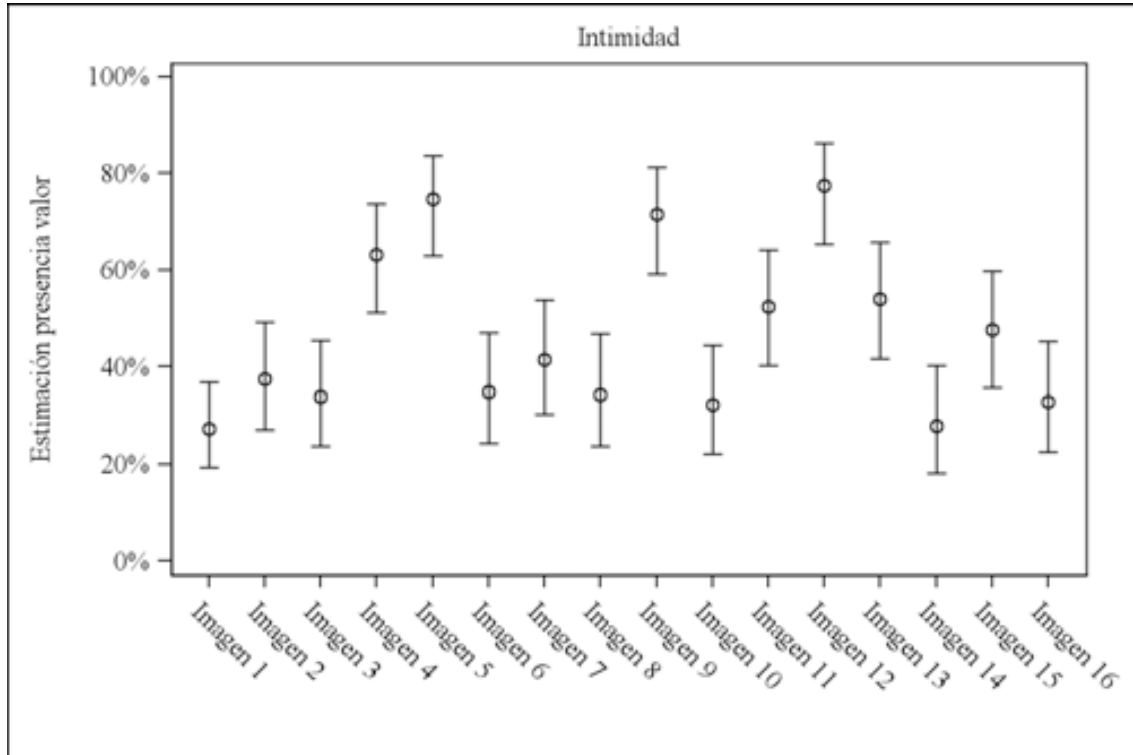
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 10, se estima que la probabilidad de detección del Valor Independencia es 70.77%, $IC_{95\%}=[58.64\%, 80.52\%]$.
- En las imágenes 3, 5 y 9, se estima que la probabilidad de detección del Valor Independencia está entre el 60% y el 70%.
- En las imágenes 2, 4, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Independencia está entre el 50% y el 60%.
- En la imagen 1, se estima que la probabilidad de detección del Valor Independencia es 47.47%, $IC_{95\%}=[37.85\%, 57.29\%]$.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor		
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper
Independencia	Imagen 1 Pasiva; Maniquí	-0.10	0.20	-0.50	1062	0.6156	47.47%	37.85%	57.29%
	Imagen 2 Activa; Seductora	0.06	0.24	0.24	1062	0.8137	51.39%	39.96%	62.67%
	Imagen 3 Pasiva; .	0.67	0.25	2.68	1062	0.0075	66.20%	54.48%	76.21%
	Imagen 4 Activa; Seductora	0.30	0.25	1.21	1062	0.2272	57.35%	45.39%	68.51%
	Imagen 5 Activa; .	0.52	0.25	2.05	1062	0.0402	62.69%	50.58%	73.39%
	Imagen 6 Pasiva; Maniquí	0.37	0.25	1.47	1062	0.1422	59.09%	46.92%	70.24%
	Imagen 7 Pasiva; Cara Bonita	0.03	0.25	0.12	1062	0.9013	50.77%	38.79%	62.66%
	Imagen 8 Pasiva; .	-0.00	0.25	-0.00	1062	1.0000	50.00%	37.98%	62.02%
	Imagen 9 Activa; Mujer Fatal	0.77	0.27	2.83	1062	0.0048	68.25%	55.83%	78.53%
	Imagen 10 Pasiva; Maniquí	0.88	0.27	3.24	1062	0.0012	70.77%	58.64%	80.52%
	Imagen 11 Pasiva; Cara Bonita	0.15	0.25	0.62	1062	0.5357	53.85%	41.73%	65.53%
	Imagen 12 Activa; Mujer Fatal	0.26	0.26	1.01	1062	0.3112	56.45%	43.95%	68.18%
	Imagen 13 Activa; Seductora	0.03	0.25	0.13	1062	0.8998	50.79%	38.63%	62.86%
	Imagen 14 Pasiva; Cara Bonita	0.23	0.26	0.89	1062	0.3714	55.74%	43.16%	67.62%
	Imagen 15 Activa; .	0.03	0.25	0.13	1062	0.8998	50.79%	38.63%	62.86%
	Imagen 16 Pasiva; .	0.32	0.25	1.24	1062	0.2135	57.81%	45.47%	69.25%

4.15 Intimidad

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Intimidad, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

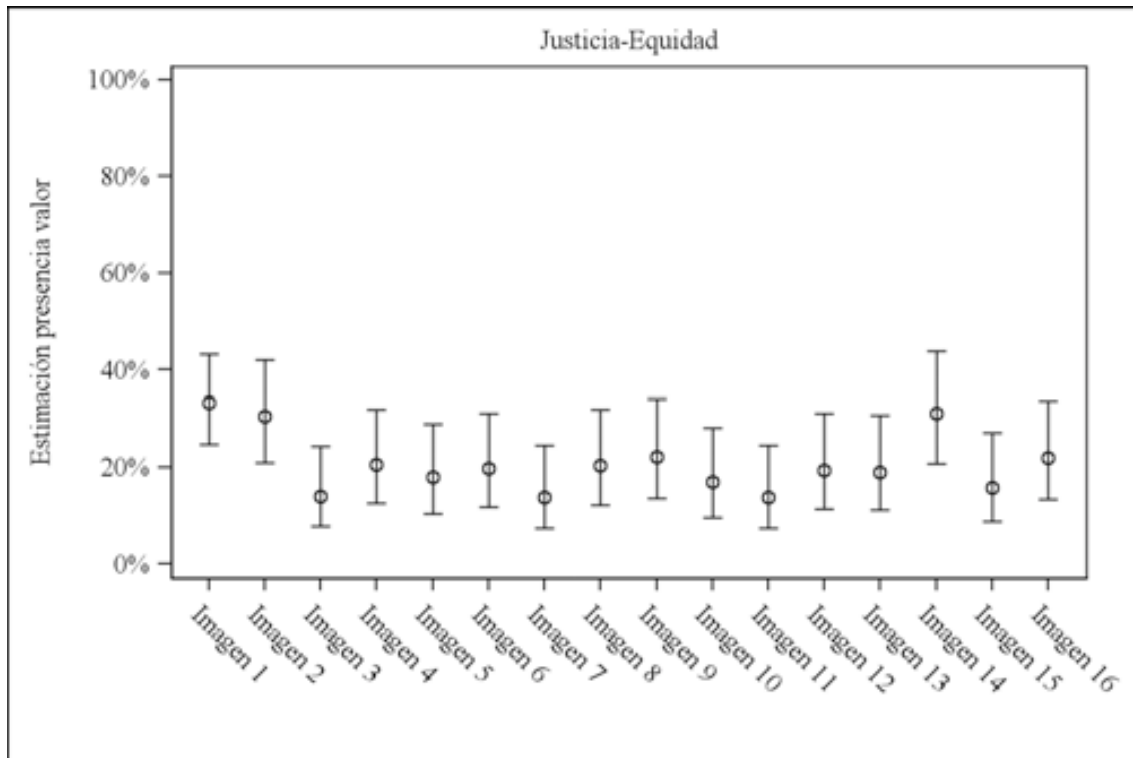
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 12, se estima que la probabilidad de detección del Valor Intimidad es 77.42%, $IC_{95\%}=[65.39\%, 86.15\%]$.
- En las imágenes 5 y 9, se estima que la probabilidad de detección del Valor Intimidad es superior al 70%.
- En la imagen 4, se estima que la probabilidad de detección del Valor Intimidad es 63.24%, $IC_{95\%}=[51.22\%, 73.8\%]$.
- En las imágenes 11, 13 y 15, se estima que la probabilidad de detección del Valor Intimidad está entre el 47% y el 54%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Intimidad está entre el 27% y el 42%.

Valor	Imagen	Contraste					Estimación proporción presencia valor		
		Estimate	Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper
Intimidad	Imagen 1 Pasiva; Maniquí	-0.98	0.23	-4.35	1062	<.0001	27.27%	19.41%	36.86%
	Imagen 2 Activa; Seductora	-0.51	0.24	-2.10	1062	0.0361	37.50%	27.12%	49.17%
	Imagen 3 Pasiva; .	-0.67	0.25	-2.68	1062	0.0075	33.80%	23.79%	45.52%
	Imagen 4 Activa; Seductora	0.54	0.25	2.16	1062	0.0313	63.24%	51.22%	73.80%
	Imagen 5 Activa; .	1.08	0.28	3.84	1062	0.0001	74.63%	62.90%	83.61%
	Imagen 6 Pasiva; Maniquí	-0.63	0.26	-2.42	1062	0.0156	34.85%	24.37%	47.03%
	Imagen 7 Pasiva; Cara Bonita	-0.34	0.25	-1.36	1062	0.1748	41.54%	30.25%	53.80%
	Imagen 8 Pasiva; .	-0.65	0.26	-2.46	1062	0.0142	34.38%	23.81%	46.75%
	Imagen 9 Activa; Mujer Fatal	0.92	0.28	3.29	1062	0.0011	71.43%	59.12%	81.21%
	Imagen 10 Pasiva; Maniquí	-0.74	0.27	-2.79	1062	0.0054	32.31%	22.10%	44.54%
	Imagen 11 Pasiva; Cara Bonita	0.09	0.25	0.37	1062	0.7100	52.31%	40.25%	64.10%
	Imagen 12 Activa; Mujer Fatal	1.23	0.30	4.06	1062	<.0001	77.42%	65.39%	86.15%
	Imagen 13 Activa; Seductora	0.16	0.25	0.63	1062	0.5293	53.97%	41.66%	65.81%
	Imagen 14 Pasiva; Cara Bonita	-0.95	0.29	-3.33	1062	0.0009	27.87%	18.07%	40.36%
	Imagen 15 Activa; .	-0.10	0.25	-0.38	1062	0.7056	47.62%	35.66%	59.86%
	Imagen 16 Pasiva; .	-0.72	0.27	-2.69	1062	0.0072	32.81%	22.46%	45.16%

4.16 Justicia-Equidad

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Justicia-Equidad, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

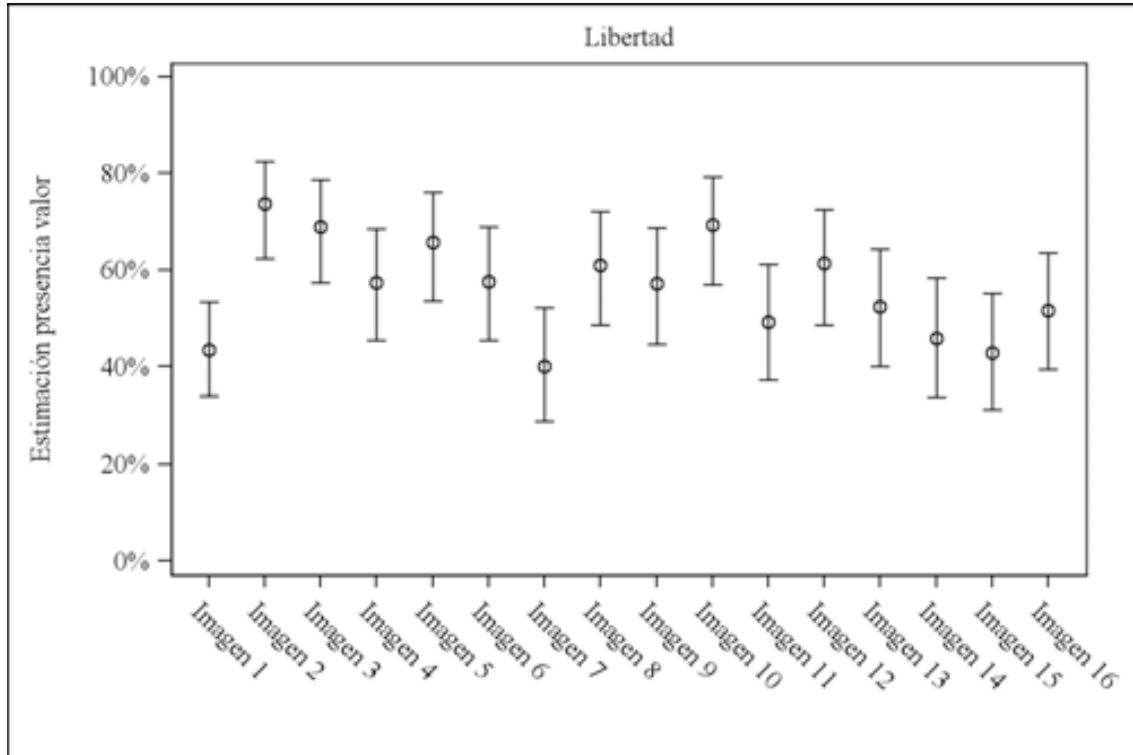
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 1, se estima que la probabilidad de detección del Valor Justicia-Equidad es 33.33%, $IC_{95\%}=[24.76\%, 43.17\%]$.
- En las imágenes 2 y 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Justicia-Equidad es aproximadamente del 31%.
- En las imágenes 4, 8, 9 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Justicia-Equidad está entre el 20% y el 30%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Justicia-Equidad está entre el 10% y el 20%.

Valor	Imagen	Contraste					Estimación proporción presencia valor			
		Estimate	Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Justicia-Equidad	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	-0.69	0.21	-3.25	1062	0.0012	33.33%	24.76%	43.17%
	Imagen 2	Activa; Seductora	-0.82	0.26	-3.21	1062	0.0014	30.56%	21.03%	42.09%
	Imagen 3	Pasiva; .	-1.81	0.34	-5.30	1062	<.0001	14.08%	7.74%	24.25%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-1.35	0.30	-4.50	1062	<.0001	20.59%	12.58%	31.83%
	Imagen 5	Activa; .	-1.52	0.32	-4.78	1062	<.0001	17.91%	10.46%	28.96%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-1.41	0.31	-4.54	1062	<.0001	19.70%	11.79%	31.04%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-1.83	0.36	-5.09	1062	<.0001	13.85%	7.36%	24.54%
	Imagen 8	Pasiva; .	-1.37	0.31	-4.40	1062	<.0001	20.31%	12.17%	31.92%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-1.25	0.30	-4.13	1062	<.0001	22.22%	13.62%	34.12%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-1.59	0.33	-4.81	1062	<.0001	16.92%	9.62%	28.05%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-1.83	0.36	-5.09	1062	<.0001	13.85%	7.36%	24.54%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-1.43	0.32	-4.44	1062	<.0001	19.35%	11.33%	31.08%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-1.45	0.32	-4.51	1062	<.0001	19.05%	11.14%	30.63%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-0.79	0.28	-2.87	1062	0.0042	31.15%	20.82%	43.76%
	Imagen 15	Activa; .	-1.67	0.34	-4.84	1062	<.0001	15.87%	8.75%	27.07%
	Imagen 16	Pasiva; .	-1.27	0.30	-4.21	1062	<.0001	21.88%	13.40%	33.63%

4.17 Libertad

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Libertad, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

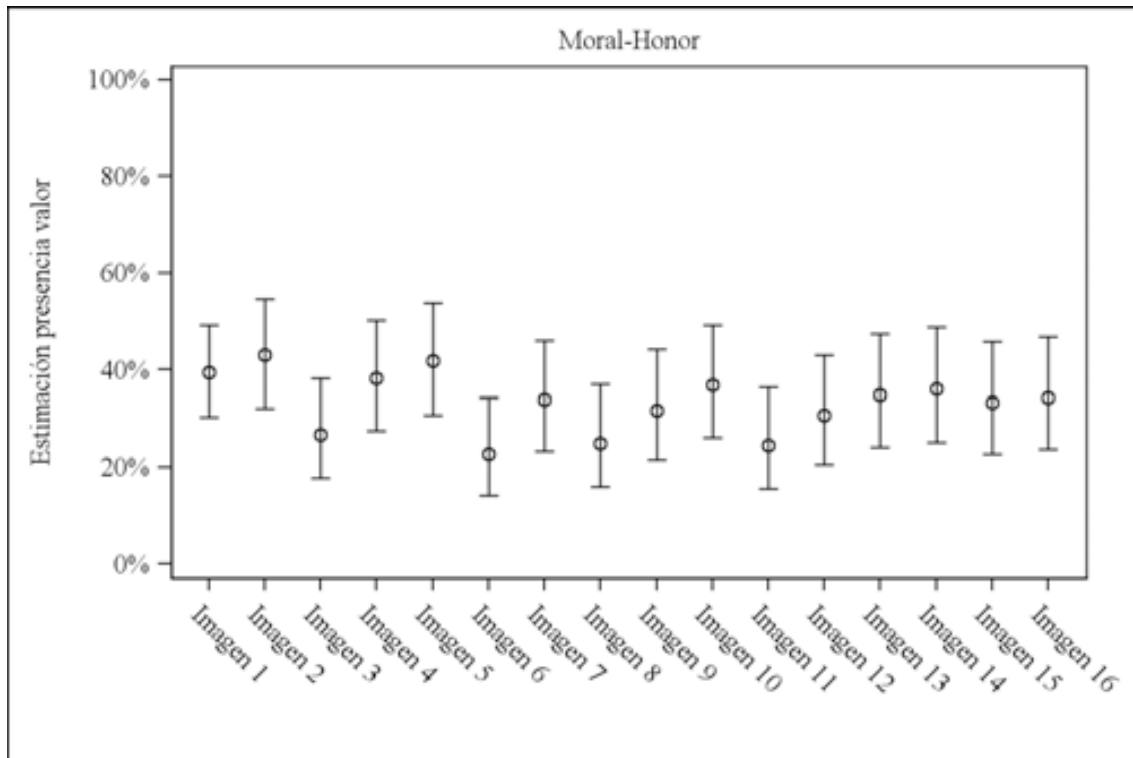
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 2, se estima que la probabilidad de detección del Valor Libertad es 73.61%, $IC_{95\%}=[62.27\%, 82.5\%]$.
- En las imágenes 3, 5, 8, 10 y 12, se estima que la probabilidad de detección del Valor Libertad está entre el 60% y el 70%.
- En las imágenes 4, 6, 9, 13 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Libertad está entre el 50% y el 60%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Libertad está entre el 20% y el 30%.

Valor	Imagen	Contraste					Estimación proporción presencia valor			
		Estimate	Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Libertad	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	-0.26	0.20	-1.30	1062	0.1929	43.43%	34.03%	53.34%
	Imagen 2	Activa; Seductora	1.03	0.27	3.84	1062	0.0001	73.61%	62.27%	82.50%
	Imagen 3	Pasiva; .	0.80	0.26	3.12	1062	0.0019	69.01%	57.38%	78.66%
	Imagen 4	Activa; Seductora	0.30	0.25	1.21	1062	0.2272	57.35%	45.39%	68.51%
	Imagen 5	Activa; .	0.65	0.26	2.52	1062	0.0118	65.67%	53.59%	76.02%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	0.31	0.25	1.23	1062	0.2204	57.58%	45.43%	68.87%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-0.41	0.25	-1.60	1062	0.1096	40.00%	28.86%	52.28%
	Imagen 8	Pasiva; .	0.44	0.26	1.74	1062	0.0829	60.94%	48.55%	72.06%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	0.29	0.25	1.13	1062	0.2587	57.14%	44.72%	68.72%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	0.81	0.27	3.02	1062	0.0026	69.23%	57.04%	79.22%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-0.03	0.25	-0.12	1062	0.9013	49.23%	37.34%	61.21%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	0.46	0.26	1.76	1062	0.0783	61.29%	48.70%	72.53%
	Imagen 13	Activa; Seductora	0.10	0.25	0.38	1062	0.7056	52.38%	40.14%	64.34%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-0.16	0.26	-0.64	1062	0.5227	45.90%	33.88%	58.42%
	Imagen 15	Activa; .	-0.29	0.25	-1.13	1062	0.2587	42.86%	31.28%	55.28%
	Imagen 16	Pasiva; .	0.06	0.25	0.25	1062	0.8027	51.56%	39.45%	63.49%

4.18 Moral-Honor

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Moral-Honor, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

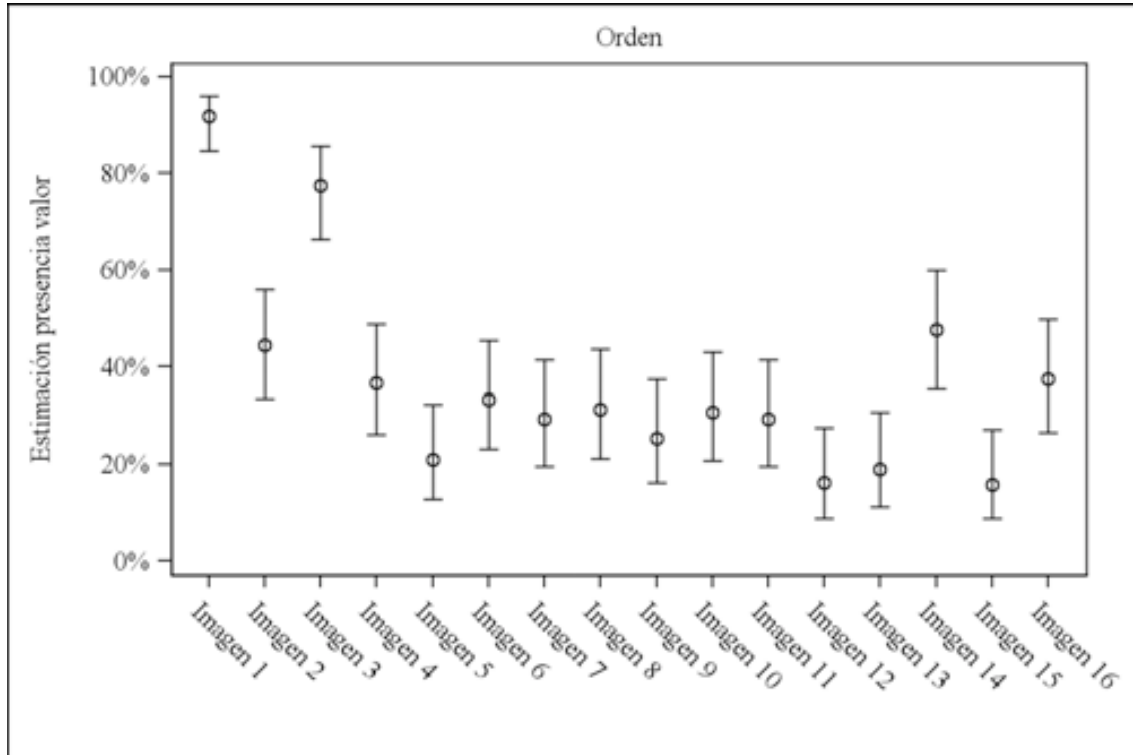
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 2, se estima que la probabilidad de detección del Valor Moral-Honor es 43.06%, $IC_{95\%} = [32.16\%, 54.67\%]$.
- En las imágenes 1, 4, 5, 10 y 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Moral-Honor está entre el 35% y el 42%.
- En las imágenes 7, 9, 12, 13, 15 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Moral-Honor está entre el 30% y el 35%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Moral-Honor está entre el 20% y el 30%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor			
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Moral-Honor	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	-0.43	0.21	-2.09	1062	0.0365	39.39%	30.27%	49.32%
	Imagen 2	Activa; Seductora	-0.28	0.24	-1.17	1062	0.2404	43.06%	32.16%	54.67%
	Imagen 3	Pasiva; .	-1.01	0.27	-3.76	1062	0.0002	26.76%	17.76%	38.21%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-0.48	0.25	-1.92	1062	0.0549	38.24%	27.50%	50.25%
	Imagen 5	Activa; .	-0.33	0.25	-1.34	1062	0.1813	41.79%	30.63%	53.86%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-1.22	0.29	-4.17	1062	<.0001	22.73%	14.18%	34.36%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-0.67	0.26	-2.56	1062	0.0107	33.85%	23.42%	46.11%
	Imagen 8	Pasiva; .	-1.10	0.29	-3.81	1062	0.0001	25.00%	15.91%	37.00%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-0.77	0.27	-2.83	1062	0.0048	31.75%	21.47%	44.17%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-0.54	0.26	-2.08	1062	0.0374	36.92%	26.12%	49.22%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-1.12	0.29	-3.89	1062	0.0001	24.62%	15.65%	36.49%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-0.82	0.28	-2.96	1062	0.0031	30.65%	20.47%	43.14%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-0.62	0.26	-2.36	1062	0.0187	34.92%	24.21%	47.40%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-0.57	0.27	-2.15	1062	0.0320	36.07%	25.05%	48.77%
	Imagen 15	Activa; .	-0.69	0.27	-2.59	1062	0.0096	33.33%	22.84%	45.79%
	Imagen 16	Pasiva; .	-0.65	0.26	-2.46	1062	0.0142	34.38%	23.81%	46.75%

4.19 Orden

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Orden, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

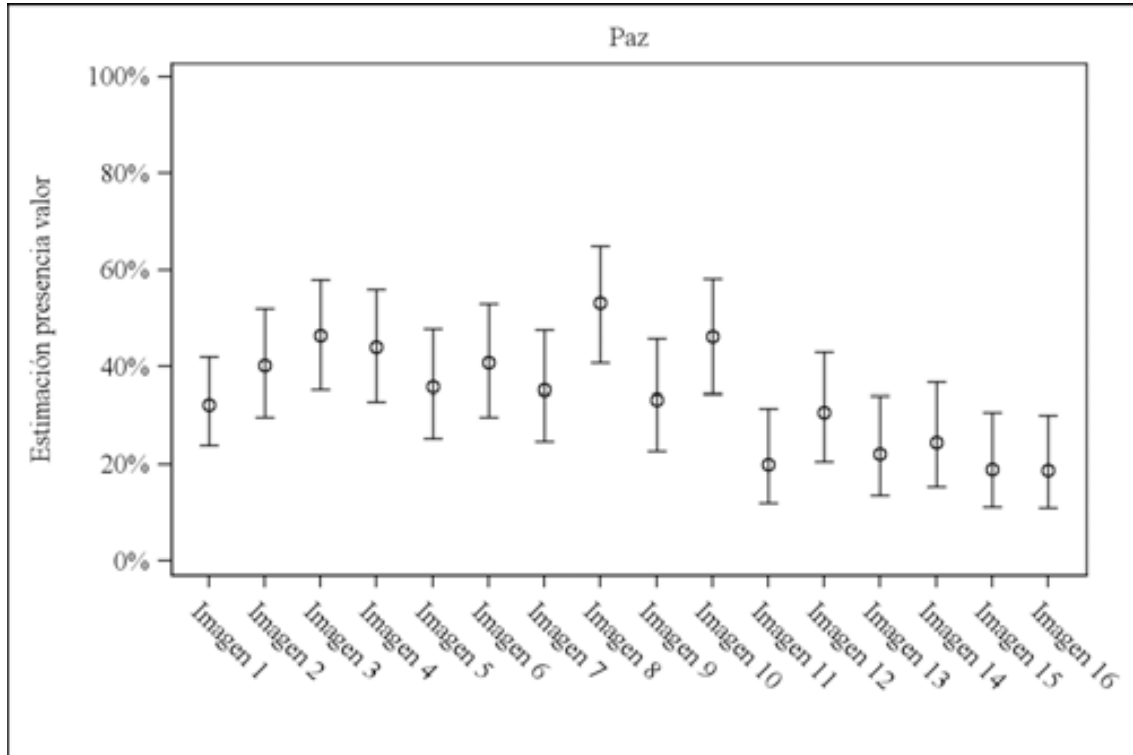
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 1, se estima que la probabilidad de detección del Valor Orden es 91.92%, $IC_{95\%}=[84.66\%, 95.91\%]$.
- En la imagen 3, se estima que la probabilidad de detección del Valor Orden es 77.46%, $IC_{95\%}=[66.32\%, 85.72\%]$.
- En las imágenes 2 y 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Orden está entre el 44% y el 48%.
- En las imágenes 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Orden está entre el 25-40%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Orden está entre el 15% y el 21%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor			
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Orden	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	2.43	0.37	6.59	1062	<.0001	91.92%	84.66%	95.91%
	Imagen 2	Activa; Seductora	-0.22	0.24	-0.94	1062	0.3470	44.44%	33.44%	56.03%
	Imagen 3	Pasiva; .	1.23	0.28	4.35	1062	<.0001	77.46%	66.32%	85.72%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-0.54	0.25	-2.16	1062	0.0313	36.76%	26.20%	48.78%
	Imagen 5	Activa; .	-1.33	0.30	-4.43	1062	<.0001	20.90%	12.78%	32.27%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-0.69	0.26	-2.65	1062	0.0081	33.33%	23.05%	45.49%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-0.88	0.27	-3.24	1062	0.0012	29.23%	19.48%	41.36%
	Imagen 8	Pasiva; .	-0.79	0.27	-2.92	1062	0.0035	31.25%	21.12%	43.55%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-1.08	0.29	-3.72	1062	0.0002	25.40%	16.17%	37.53%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-0.81	0.27	-3.02	1062	0.0026	30.77%	20.78%	42.96%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-0.88	0.27	-3.24	1062	0.0012	29.23%	19.48%	41.36%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-1.65	0.35	-4.77	1062	<.0001	16.13%	8.90%	27.47%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-1.45	0.32	-4.51	1062	<.0001	19.05%	11.14%	30.63%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-0.10	0.26	-0.38	1062	0.7011	47.54%	35.40%	59.98%
	Imagen 15	Activa; .	-1.67	0.34	-4.84	1062	<.0001	15.87%	8.75%	27.07%
	Imagen 16	Pasiva; .	-0.51	0.26	-1.98	1062	0.0481	37.50%	26.55%	49.90%

4.20 Paz

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Paz, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

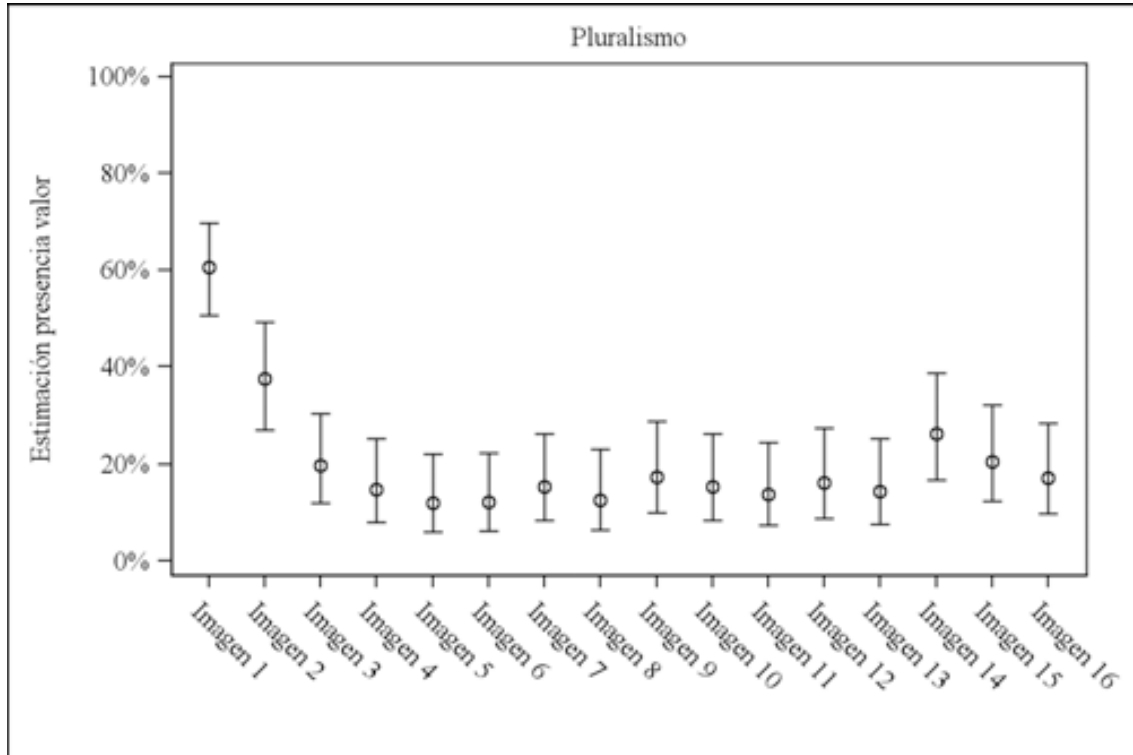
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 8, se estima que la probabilidad de detección del Valor Paz es 53.13%, $IC_{95\%}=[40.94\%, 64.95\%]$.
- En las imágenes 2, 3, 4, 6 y 10, se estima que la probabilidad de detección del Valor Paz está entre el 40% y el 50%.
- En las imágenes 1, 5, 7, 9 y 12, se estima que la probabilidad de detección del Valor Paz está entre el 30% y el 40%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Paz es menor del 25%.

Valor	Imagen	Contraste					Estimación proporción presencia valor			
		Estimate	Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Paz	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	-0.74	0.21	-3.44	1062	0.0006	32.32%	23.86%	42.13%
	Imagen 2	Activa; Seductora	-0.39	0.24	-1.64	1062	0.1014	40.28%	29.62%	51.94%
	Imagen 3	Pasiva; .	-0.14	0.24	-0.59	1062	0.5534	46.48%	35.25%	58.07%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-0.24	0.24	-0.97	1062	0.3333	44.12%	32.84%	56.04%
	Imagen 5	Activa; .	-0.58	0.25	-2.29	1062	0.0223	35.82%	25.29%	47.92%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-0.37	0.25	-1.47	1062	0.1422	40.91%	29.76%	53.08%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-0.60	0.26	-2.32	1062	0.0205	35.38%	24.77%	47.67%
	Imagen 8	Pasiva; .	0.13	0.25	0.50	1062	0.6174	53.13%	40.94%	64.95%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-0.69	0.27	-2.59	1062	0.0096	33.33%	22.84%	45.79%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-0.15	0.25	-0.62	1062	0.5357	46.15%	34.47%	58.27%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-1.39	0.31	-4.47	1062	<.0001	20.00%	11.98%	31.48%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-0.82	0.28	-2.96	1062	0.0031	30.65%	20.47%	43.14%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-1.25	0.30	-4.13	1062	<.0001	22.22%	13.62%	34.12%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-1.12	0.30	-3.77	1062	0.0002	24.59%	15.39%	36.88%
	Imagen 15	Activa; .	-1.45	0.32	-4.51	1062	<.0001	19.05%	11.14%	30.63%
	Imagen 16	Pasiva; .	-1.47	0.32	-4.58	1062	<.0001	18.75%	10.96%	30.20%

4.21 Pluralismo

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Pluralismo, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

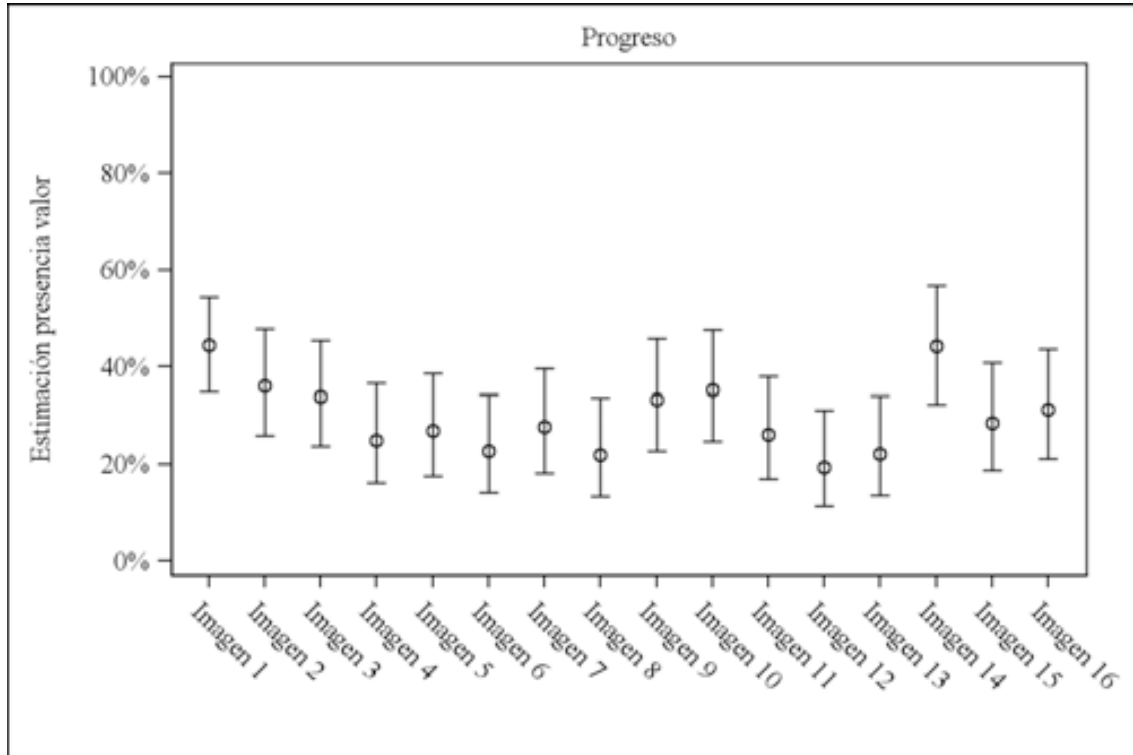
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 1, se estima que la probabilidad de detección del Valor Pluralismo es 60.61%, $IC_{95\%}=[50.68\%, 69.73\%]$.
- En la imagen 2, se estima que la probabilidad de detección del Valor Pluralismo es 37.5%, $IC_{95\%}=[27.12\%, 49.17\%]$.
- En la imagen 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Pluralismo es 26.23%, $IC_{95\%}=[16.73\%, 38.63\%]$.
- En la imagen 15, se estima que la probabilidad de detección del Valor Pluralismo es 20.63%, $IC_{95\%}=[12.37\%, 32.38\%]$.
- En las imágenes 3, 7, 9, 10, 12 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Pluralismo está entre el 15% y el 20%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Pluralismo es menor del 15%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor		
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper
Pluralismo	Imagen 1 Pasiva; Maniquí	0.43	0.21	2.09	1062	0.0365	60.61%	50.68%	69.73%
	Imagen 2 Activa; Seductora	-0.51	0.24	-2.10	1062	0.0361	37.50%	27.12%	49.17%
	Imagen 3 Pasiva; .	-1.40	0.30	-4.71	1062	<.0001	19.72%	12.03%	30.60%
	Imagen 4 Activa; Seductora	-1.76	0.34	-5.13	1062	<.0001	14.71%	8.09%	25.24%
	Imagen 5 Activa; .	-2.00	0.38	-5.30	1062	<.0001	11.94%	6.08%	22.12%
	Imagen 6 Pasiva; Maniquí	-1.98	0.38	-5.25	1062	<.0001	12.12%	6.17%	22.43%
	Imagen 7 Pasiva; Cara Bonita	-1.70	0.34	-4.96	1062	<.0001	15.38%	8.48%	26.30%
	Imagen 8 Pasiva; .	-1.95	0.38	-5.15	1062	<.0001	12.50%	6.37%	23.07%
	Imagen 9 Activa; Mujer Fatal	-1.55	0.33	-4.68	1062	<.0001	17.46%	9.93%	28.86%
	Imagen 10 Pasiva; Maniquí	-1.70	0.34	-4.96	1062	<.0001	15.38%	8.48%	26.30%
	Imagen 11 Pasiva; Cara Bonita	-1.83	0.36	-5.09	1062	<.0001	13.85%	7.36%	24.54%
	Imagen 12 Activa; Mujer Fatal	-1.65	0.35	-4.77	1062	<.0001	16.13%	8.90%	27.47%
	Imagen 13 Activa; Seductora	-1.79	0.36	-4.98	1062	<.0001	14.29%	7.60%	25.25%
	Imagen 14 Pasiva; Cara Bonita	-1.03	0.29	-3.55	1062	0.0004	26.23%	16.73%	38.63%
	Imagen 15 Activa; .	-1.35	0.31	-4.33	1062	<.0001	20.63%	12.37%	32.38%
	Imagen 16 Pasiva; .	-1.57	0.33	-4.75	1062	<.0001	17.19%	9.77%	28.45%

4.22 Progreso

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Progreso, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

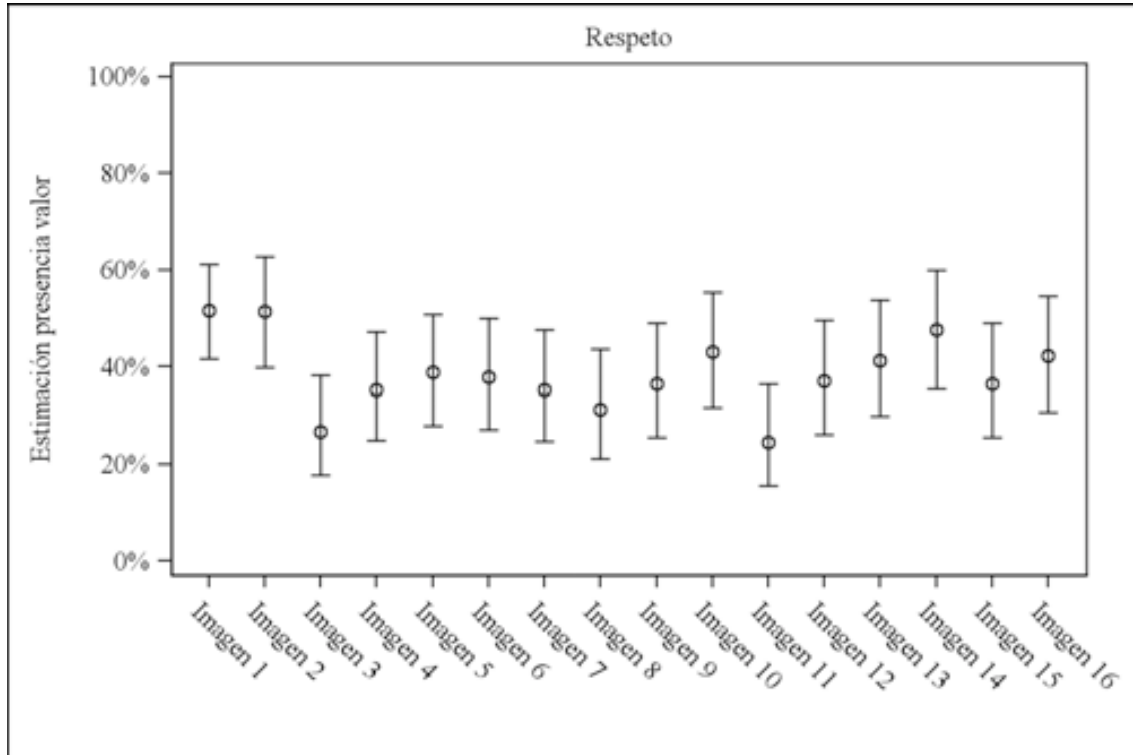
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 1, se estima que la probabilidad de detección del Valor Progreso es 44.44%, $IC_{95\%}=[34.98\%, 54.33\%]$.
- En la imagen 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Progreso es 44.26%, $IC_{95\%}=[32.38\%, 56.84\%]$.
- En las imágenes 2, 3, 9, 10 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Progreso está entre el 30% y el 40%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Progreso está entre el 19% y el 30%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor		
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper
Progreso	Imagen 1 Pasiva; Maniquí	-0.22	0.20	-1.10	1062	0.2702	44.44%	34.98%	54.33%
	Imagen 2 Activa; Seductora	-0.57	0.25	-2.33	1062	0.0202	36.11%	25.88%	47.77%
	Imagen 3 Pasiva; .	-0.67	0.25	-2.68	1062	0.0075	33.80%	23.79%	45.52%
	Imagen 4 Activa; Seductora	-1.10	0.28	-3.92	1062	<.0001	25.00%	16.14%	36.61%
	Imagen 5 Activa; .	-1.00	0.28	-3.63	1062	0.0003	26.87%	17.62%	38.68%
	Imagen 6 Pasiva; Maniquí	-1.22	0.29	-4.17	1062	<.0001	22.73%	14.18%	34.36%
	Imagen 7 Pasiva; Cara Bonita	-0.96	0.28	-3.46	1062	0.0006	27.69%	18.19%	39.75%
	Imagen 8 Pasiva; .	-1.27	0.30	-4.21	1062	<.0001	21.88%	13.40%	33.63%
	Imagen 9 Activa; Mujer Fatal	-0.69	0.27	-2.59	1062	0.0096	33.33%	22.84%	45.79%
	Imagen 10 Pasiva; Maniquí	-0.60	0.26	-2.32	1062	0.0205	35.38%	24.77%	47.67%
	Imagen 11 Pasiva; Cara Bonita	-1.04	0.28	-3.68	1062	0.0002	26.15%	16.91%	38.13%
	Imagen 12 Activa; Mujer Fatal	-1.43	0.32	-4.44	1062	<.0001	19.35%	11.33%	31.08%
	Imagen 13 Activa; Seductora	-1.25	0.30	-4.13	1062	<.0001	22.22%	13.62%	34.12%
	Imagen 14 Pasiva; Cara Bonita	-0.23	0.26	-0.89	1062	0.3714	44.26%	32.38%	56.84%
	Imagen 15 Activa; .	-0.92	0.28	-3.29	1062	0.0011	28.57%	18.79%	40.88%
	Imagen 16 Pasiva; .	-0.79	0.27	-2.92	1062	0.0035	31.25%	21.12%	43.55%

4.23 Respeto

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Respeto, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

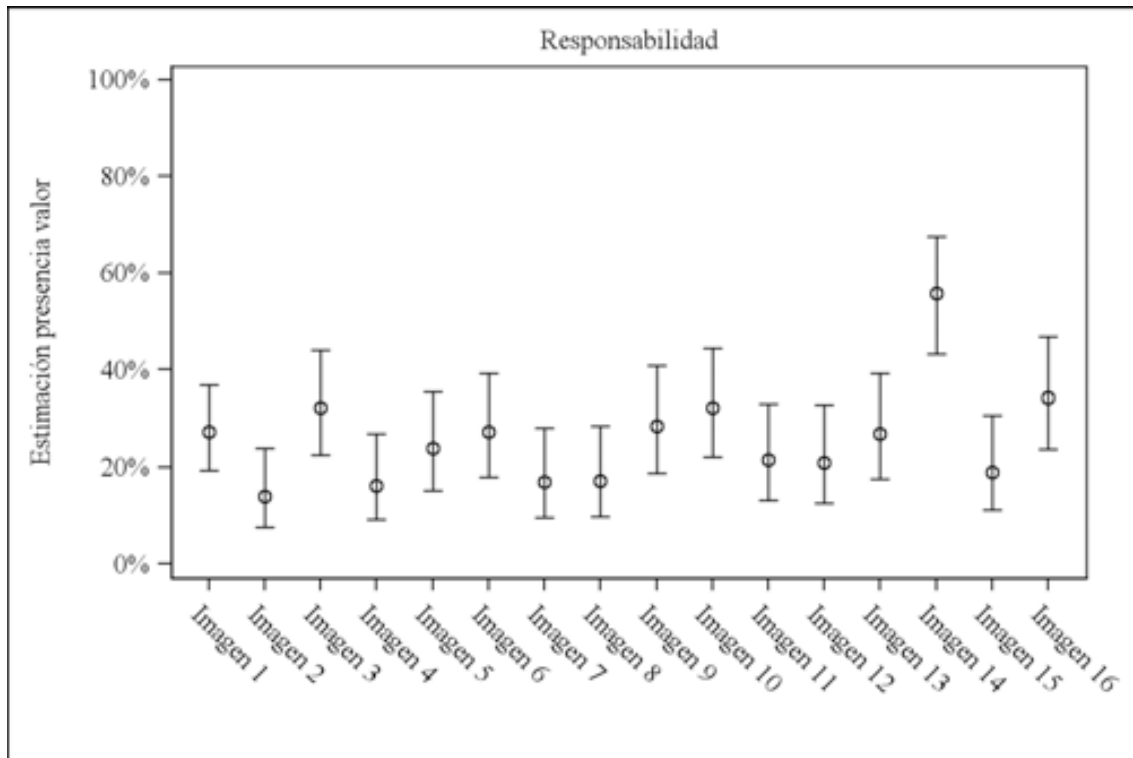
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 1, se estima que la probabilidad de detección del Valor Respeto es 51.52%, $IC_{95\%}=[41.73\%, 61.19\%]$.
- En la imagen 2, se estima que la probabilidad de detección del Valor Respeto es 51.39%, $IC_{95\%}=[39.96\%, 62.67\%]$.
- En las imágenes 10, 13, 14 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Respeto está entre el 40% y el 50%.
- En las imágenes 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12 y 15, se estima que la probabilidad de detección del Valor Respeto está entre el 30% y el 40%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Respeto está aproximadamente al 25%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor			
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Respeto	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	0.06	0.20	0.30	1062	0.7631	51.52%	41.73%	61.19%
	Imagen 2	Activa; Seductora	0.06	0.24	0.24	1062	0.8137	51.39%	39.96%	62.67%
	Imagen 3	Pasiva; .	-1.01	0.27	-3.76	1062	0.0002	26.76%	17.76%	38.21%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-0.61	0.25	-2.39	1062	0.0171	35.29%	24.90%	47.30%
	Imagen 5	Activa; .	-0.46	0.25	-1.82	1062	0.0695	38.81%	27.94%	50.91%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-0.49	0.25	-1.95	1062	0.0515	37.88%	27.04%	50.08%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	-0.60	0.26	-2.32	1062	0.0205	35.38%	24.77%	47.67%
	Imagen 8	Pasiva; .	-0.79	0.27	-2.92	1062	0.0035	31.25%	21.12%	43.55%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-0.55	0.26	-2.11	1062	0.0347	36.51%	25.60%	49.00%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-0.28	0.25	-1.11	1062	0.2661	43.08%	31.64%	55.30%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-1.12	0.29	-3.89	1062	0.0001	24.62%	15.65%	36.49%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-0.53	0.26	-2.01	1062	0.0448	37.10%	26.04%	49.70%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-0.35	0.26	-1.38	1062	0.1683	41.27%	29.84%	53.73%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-0.10	0.26	-0.38	1062	0.7011	47.54%	35.40%	59.98%
	Imagen 15	Activa; .	-0.55	0.26	-2.11	1062	0.0347	36.51%	25.60%	49.00%
	Imagen 16	Pasiva; .	-0.32	0.25	-1.24	1062	0.2135	42.19%	30.75%	54.53%

4.24 Responsabilidad

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Responsabilidad, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

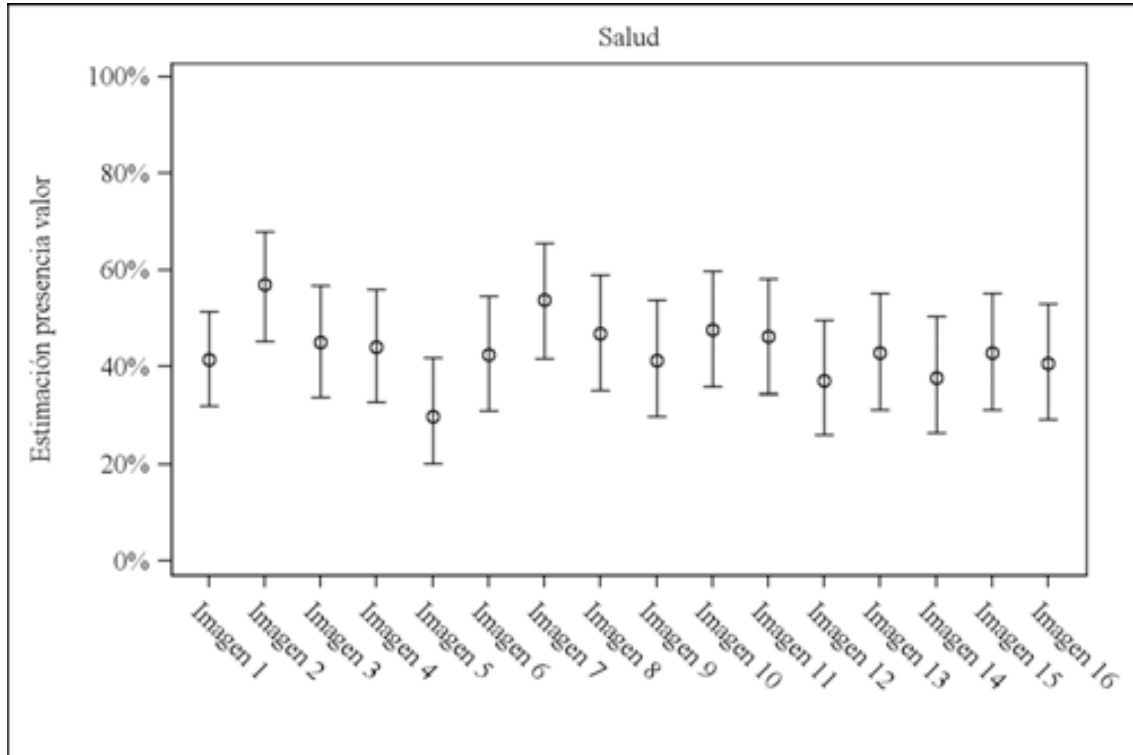
Las estimaciones son las siguientes:

- En la imagen 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Responsabilidad es 55.74%, $IC_{95\%} = [43.16\%, 67.62\%]$.
- En las imágenes 1, 3, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Responsabilidad está entre el 20% y el 35%.
- En el resto de imágenes, se estima que la probabilidad de detección del Valor Responsabilidad está entre el 10% y el 20%.

Valor	Imagen	Estimate	Contraste				Estimación proporción presencia valor		
			Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper
Responsabilidad	Imagen 1 Pasiva; Maniquí	-0.98	0.23	-4.35	1062	<.0001	27.27%	19.41%	36.86%
	Imagen 2 Activa; Seductora	-1.82	0.34	-5.35	1062	<.0001	13.89%	7.63%	23.94%
	Imagen 3 Pasiva; .	-0.74	0.25	-2.90	1062	0.0038	32.39%	22.56%	44.08%
	Imagen 4 Activa; Seductora	-1.65	0.33	-5.00	1062	<.0001	16.18%	9.18%	26.91%
	Imagen 5 Activa; .	-1.16	0.29	-4.05	1062	<.0001	23.88%	15.17%	35.50%
	Imagen 6 Pasiva; Maniquí	-0.98	0.28	-3.55	1062	0.0004	27.27%	17.90%	39.21%
	Imagen 7 Pasiva; Cara Bonita	-1.59	0.33	-4.81	1062	<.0001	16.92%	9.62%	28.05%
	Imagen 8 Pasiva; .	-1.57	0.33	-4.75	1062	<.0001	17.19%	9.77%	28.45%
	Imagen 9 Activa; Mujer Fatal	-0.92	0.28	-3.29	1062	0.0011	28.57%	18.79%	40.88%
	Imagen 10 Pasiva; Maniquí	-0.74	0.27	-2.79	1062	0.0054	32.31%	22.10%	44.54%
	Imagen 11 Pasiva; Cara Bonita	-1.29	0.30	-4.28	1062	<.0001	21.54%	13.18%	33.17%
	Imagen 12 Activa; Mujer Fatal	-1.33	0.31	-4.25	1062	<.0001	20.97%	12.58%	32.86%
	Imagen 13 Activa; Seductora	-1.00	0.28	-3.51	1062	0.0005	26.98%	17.47%	39.21%
	Imagen 14 Pasiva; Cara Bonita	0.23	0.26	0.89	1062	0.3714	55.74%	43.16%	67.62%
	Imagen 15 Activa; .	-1.45	0.32	-4.51	1062	<.0001	19.05%	11.14%	30.63%
	Imagen 16 Pasiva; .	-0.65	0.26	-2.46	1062	0.0142	34.38%	23.81%	46.75%

4.25 Salud

Se presenta la estimación del porcentaje de personas que han detectado el Valor Salud, cómo valor presente en la imagen, para cada imagen:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se ha incluido también el tipo de Mujer Objeto de Deseo y Estereotipo definido por cada imagen (a partir del informe anterior).

Las estimaciones son las siguientes:

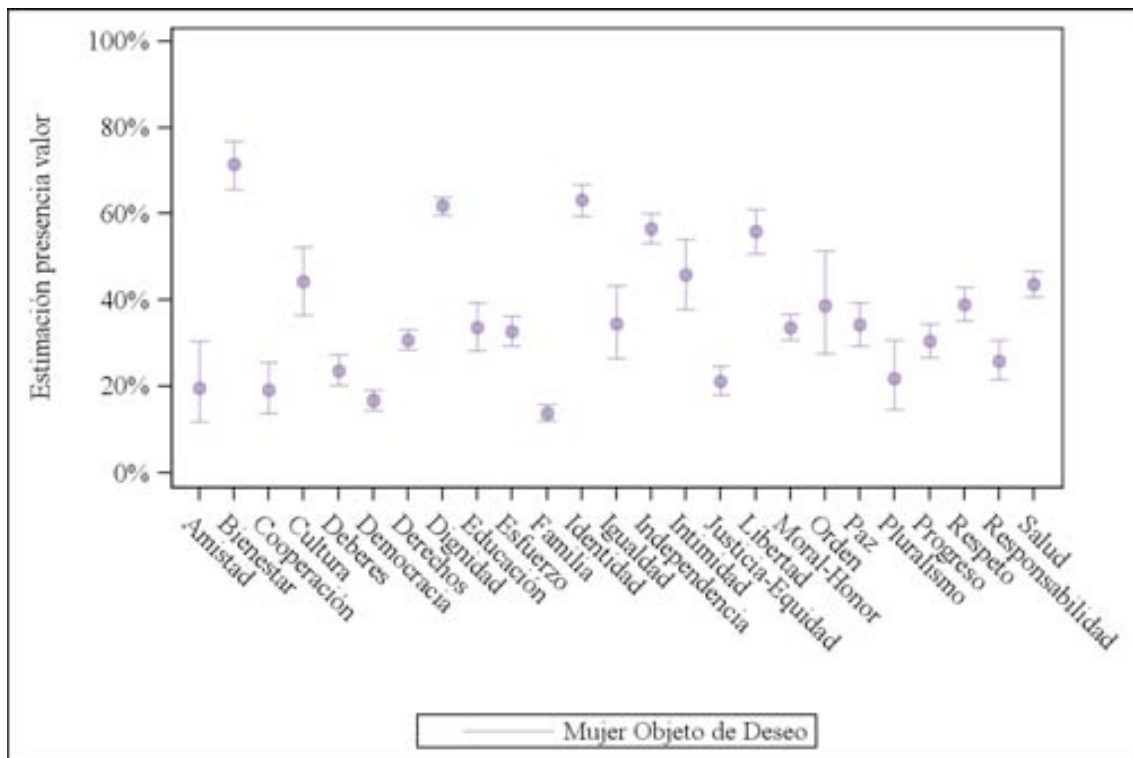
- En la imagen 2, se estima que la probabilidad de detección del Valor Salud es 56.94%, $IC_{95\%}=[45.33\%, 67.84\%]$.
- En la imagen 7, se estima que la probabilidad de detección del Valor Salud es 53.85%, $IC_{95\%}=[41.73\%, 65.53\%]$.
- En las imágenes 1, 3, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 13, 15 y 16, se estima que la probabilidad de detección del Valor Salud está entre el 40% y el 50%.
- En las imágenes 12 y 14, se estima que la probabilidad de detección del Valor Salud es aproximadamente del 37%.
- En la imagen 5, se estima que la probabilidad de detección del Valor Salud es 29.85%, $IC_{95\%}=[20.13\%, 41.81\%]$.

Valor	Imagen	Contraste					Estimación proporción presencia valor			
		Estimate	Standard Error	t Value	DF	p value	Estimación	IC Lower	IC Upper	
Salud	Imagen 1	Pasiva; Maniquí	-0.35	0.20	-1.70	1062	0.0894	41.41%	32.14%	51.34%
	Imagen 2	Activa; Seductora	0.28	0.24	1.17	1062	0.2404	56.94%	45.33%	67.84%
	Imagen 3	Pasiva; .	-0.20	0.24	-0.83	1062	0.4071	45.07%	33.94%	56.71%
	Imagen 4	Activa; Seductora	-0.24	0.24	-0.97	1062	0.3333	44.12%	32.84%	56.04%
	Imagen 5	Activa; .	-0.85	0.27	-3.20	1062	0.0014	29.85%	20.13%	41.81%
	Imagen 6	Pasiva; Maniquí	-0.31	0.25	-1.23	1062	0.2204	42.42%	31.13%	54.57%
	Imagen 7	Pasiva; Cara Bonita	0.15	0.25	0.62	1062	0.5357	53.85%	41.73%	65.53%
	Imagen 8	Pasiva; .	-0.13	0.25	-0.50	1062	0.6174	46.87%	35.05%	59.06%
	Imagen 9	Activa; Mujer Fatal	-0.35	0.26	-1.38	1062	0.1683	41.27%	29.84%	53.73%
	Imagen 10	Pasiva; Maniquí	-0.09	0.25	-0.37	1062	0.7100	47.69%	35.90%	59.75%
	Imagen 11	Pasiva; Cara Bonita	-0.15	0.25	-0.62	1062	0.5357	46.15%	34.47%	58.27%
	Imagen 12	Activa; Mujer Fatal	-0.53	0.26	-2.01	1062	0.0448	37.10%	26.04%	49.70%
	Imagen 13	Activa; Seductora	-0.29	0.25	-1.13	1062	0.2587	42.86%	31.28%	55.28%
	Imagen 14	Pasiva; Cara Bonita	-0.50	0.26	-1.90	1062	0.0576	37.70%	26.49%	50.41%
	Imagen 15	Activa; .	-0.29	0.25	-1.13	1062	0.2587	42.86%	31.28%	55.28%
	Imagen 16	Pasiva; .	-0.38	0.25	-1.49	1062	0.1362	40.63%	29.34%	52.99%

5 Análisis de la presencia de cada valor en todas las imágenes Mujer Objeto de Deseo

En este apartado se presenta la modelización de la presencia de cada Valor, de todas las imágenes Mujer Objeto de Deseo. Se ha realizado una regresión Logística según cada valor. Se ha estructurado el efecto del modelo considerando todas las respuestas que procedían de una misma imagen y individuo, es decir, las observaciones NO son independientes entre sí.

Se presenta la estimación del porcentaje de imágenes en el que se ha detectado cada valor:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo, es decir, que la proporción sea distinta del 50%). Se debe tener en cuenta que estas estimaciones están a la escala de la modelización, en la página siguiente se presentan las estimaciones en unidades del porcentaje de imágenes con presencia de cada Valor.

	Estimate	z Value	Pr > z
Amistad	-1.41	-4.75	<.0001
Bienestar	0.92	6.50	<.0001
Cooperación	-1.44	-7.56	<.0001
Cultura	-0.23	-1.42	0.1557
Deberes	-1.18	-11.75	<.0001
Democracia	-1.60	-19.66	<.0001
Derechos	-0.82	-14.52	<.0001
Dignidad	0.48	10.46	<.0001
Educación	-0.69	-5.41	<.0001
Esfuerzo	-0.72	-9.04	<.0001
Familia	-1.83	-22.54	<.0001
Identidad	0.54	6.51	<.0001
Igualdad	-0.64	-3.34	0.0008
Independencia	0.26	3.68	0.0002
Intimidad	-0.17	-1.02	0.3093
Justicia-Equidad	-1.32	-13.08	<.0001
Libertad	0.24	2.26	0.0238
Moral-Honor	-0.68	-9.95	<.0001
Orden	-0.46	-1.75	0.0809
Paz	-0.66	-5.84	<.0001
Pluralismo	-1.28	-5.43	<.0001
Progreso	-0.83	-8.79	<.0001
Respeto	-0.45	-5.25	<.0001
Responsabilidad	-1.06	-8.71	<.0001
Salud	-0.26	-4.10	<.0001

Se presentan las estimaciones del porcentaje de imágenes con presencia de cada Valor.

Estimación proporción presencia valor	Estimación	IC
Amistad	19.57%	[11.96%, 30.37%]
Bienestar	71.52%	[65.54%, 76.83%]
Cooperación	19.11%	[13.98%, 25.57%]
Cultura	44.16%	[36.38%, 52.23%]
Deberes	23.56%	[20.21%, 27.28%]
Democracia	16.79%	[14.68%, 19.14%]
Derechos	30.61%	[28.32%, 33.01%]
Dignidad	61.78%	[59.64%, 63.88%]
Educación	33.49%	[28.20%, 39.23%]
Esfuerzo	32.75%	[29.41%, 36.27%]
Familia	13.82%	[12.03%, 15.83%]
Identidad	63.17%	[59.32%, 66.87%]
Igualdad	34.42%	[26.45%, 43.37%]
Independencia	56.59%	[53.09%, 60.01%]
Intimidad	45.73%	[37.73%, 53.96%]
Justicia-Equidad	21.06%	[17.95%, 24.54%]
Libertad	55.94%	[50.79%, 60.96%]
Moral-Honor	33.58%	[30.65%, 36.64%]
Orden	38.78%	[27.50%, 51.40%]
Paz	34.14%	[29.37%, 39.25%]
Pluralismo	21.71%	[14.86%, 30.58%]
Progreso	30.43%	[26.67%, 34.47%]
Respeto	38.96%	[35.06%, 43.01%]
Responsabilidad	25.79%	[21.50%, 30.59%]
Salud	43.60%	[40.60%, 46.65%]

- En el conjunto de todas las imágenes se estima que el Valor Amistad está presente en 19.57%, $IC_{95\%}=[11.96\%, 30.37\%]$.
- El valor Bienestar es el valor que está más presente en todas las imágenes se estima que está presente en 71.52%, $IC_{95\%}=[65.54\%, 76.83\%]$.

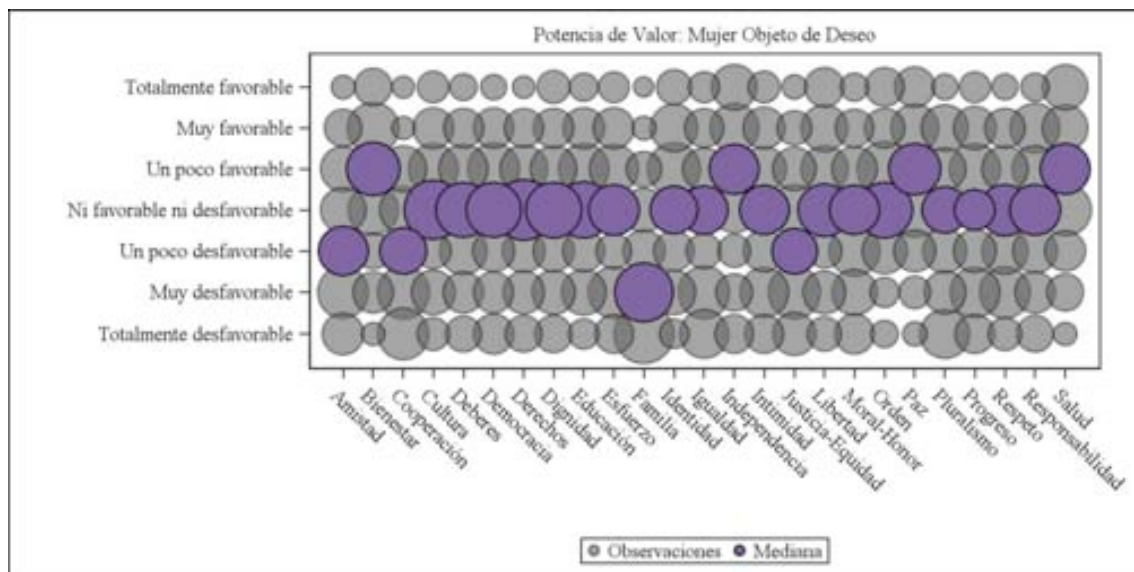
5.1 Análisis descriptivo Potencia Valor en el conjunto de todas las imágenes (Mujer Objeto de Deseo)

Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en qué está presente el valor.

En el primer apartado se ha presentado el recuento y porcentaje del tipo de presencia de cada Valor en cada imagen. En este apartado, se considera el porcentaje de personas por imagen que han seleccionado cada tipo de presencia del valor y se realiza la media de las 16 imágenes. Es decir, para cada Valor y tipo de presencia (Totalmente favorable, Muy favorable, ...) se presenta una media del porcentaje de valoraciones respecto al total de personas que han marcado el Valor como Valor presente.

A continuación se presenta un gráfico de las respuestas a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada tipo de presencia de la imagen.

Los círculos lilas representan la mediana de la potencia de Valor de las imágenes (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana de la Potencia de Valor de las imágenes está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).



Observamos que en el Valor Amistad, se han valorado 16 imágenes Mujer Objeto de Deseo. De las 16 imágenes una media de 13.19 personas han considerado que el Valor Amistad es un valor presente en la imagen.

- El 13.52% cree que su influencia es totalmente desfavorable.
- El 20.11% valora que su influencia es muy desfavorable.
- El 19.17% valora que su influencia es un poco desfavorable.
- El 16.13% valora que ni es favorable ni desfavorable.
- El 16.15% valora que es un poco favorable.
- El 10.69% cree que es muy favorable.
- El 4.23% cree que es totalmente favorable.

El valor central de los datos (mediana) en el Valor Amistad es **Un poco desfavorable**.

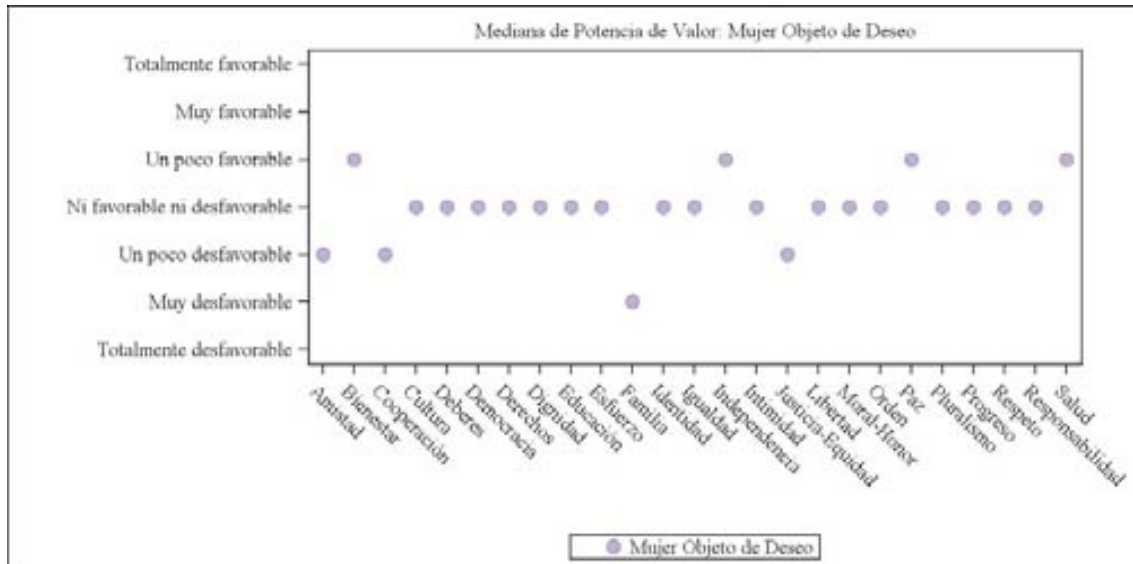
Con esto, se reportan los porcentajes de respuestas de Potencia y se calcula la mediana de los datos, es decir, el valor central de los datos.

- En el Valor Familia, la mediana de los datos es **Muy desfavorable**, aunque en esta ocasión observamos que tan sólo una media de 9.31 personas han seleccionado éste Valor cómo presente en las imágenes. Con lo que podemos decir, que más de la mitad de personas han seleccionado el Valor cómo Totalmente Desfavorable o Muy desfavorable.
- En los Valores Amistad, Cooperación y Justicia-Equidad se ha obtenido una mediana de **Un poco desfavorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable o Un poco desfavorable.
- En los Valores Bienestar, Independencia, Paz y Salud se ha obtenido una mediana de **Un poco favorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable, Un poco desfavorable, Ni favorable ni desfavorable o Un poco favorable. O equivalentemente, Más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente favorable, Muy favorable o Un poco favorable.
- El resto de Valores tienen una mediana **Ni favorable ni desfavorable**.

Valor	N imágenes	Media nº personas	% respuestas							Mediana
			Totalm. desfav	Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav	Totalm. fav	
Amistad	16	13.19	13.52%	20.11%	19.17%	16.13%	16.15%	10.69%	4.23%	Un poco desfavorable
Bienestar	16	48.19	3.95%	12.34%	10.25%	19.90%	22.05%	20.59%	10.93%	Un poco favorable
Cooperación	16	12.88	20.58%	20.96%	16.97%	17.49%	16.55%	3.86%	3.59%	Un poco desfavorable
Cultura	16	29.75	8.19%	14.92%	9.68%	27.04%	19.66%	12.86%	7.66%	Ni favorable ni desfavorable
Deberes	16	15.88	9.95%	12.61%	17.60%	23.72%	18.50%	12.10%	5.52%	Ni favorable ni desfavorable
Democracia	16	11.31	12.72%	12.25%	13.25%	23.33%	21.03%	12.47%	4.95%	Ni favorable ni desfavorable
Derechos	16	20.63	10.47%	13.36%	14.39%	28.64%	17.64%	11.74%	3.76%	Ni favorable ni desfavorable
Dignidad	16	41.63	10.89%	14.52%	13.21%	24.12%	16.49%	12.42%	8.34%	Ni favorable ni desfavorable
Educación	16	22.56	7.21%	15.05%	13.12%	24.88%	20.37%	13.27%	6.10%	Ni favorable ni desfavorable
Esfuerzo	16	22.06	11.54%	20.13%	9.55%	19.70%	18.71%	13.21%	7.16%	Ni favorable ni desfavorable
Familia	16	9.31	27.94%	26.36%	13.63%	15.11%	9.71%	4.30%	2.95%	Muy desfavorable
Identidad	16	42.56	6.67%	14.81%	12.49%	17.28%	21.80%	17.44%	9.52%	Ni favorable ni desfavorable
Igualdad	16	23.19	18.34%	20.47%	9.66%	18.11%	14.21%	11.82%	7.39%	Ni favorable ni desfavorable
Independencia	16	38.13	11.39%	10.36%	8.17%	16.02%	19.22%	18.61%	16.23%	Un poco favorable
Intimidación	16	30.81	11.71%	18.30%	13.83%	19.06%	15.62%	13.70%	7.77%	Ni favorable ni desfavorable
Justicia-Equidad	16	14.19	14.33%	21.05%	16.04%	20.31%	14.57%	9.21%	4.49%	Un poco desfavorable
Libertad	16	37.69	8.87%	14.00%	9.23%	21.49%	17.33%	17.05%	12.03%	Ni favorable ni desfavorable
Moral-Honor	16	22.63	12.46%	15.80%	20.00%	18.90%	15.63%	11.17%	6.04%	Ni favorable ni desfavorable
Orden	16	26.13	5.62%	6.51%	15.98%	23.90%	23.79%	12.41%	11.79%	Ni favorable ni desfavorable
Paz	16	23.00	4.42%	7.54%	13.94%	22.98%	20.64%	17.90%	12.59%	Un poco favorable
Pluralismo	16	14.63	19.13%	13.62%	15.15%	16.21%	13.48%	17.34%	5.06%	Ni favorable ni desfavorable
Progreso	16	20.50	12.00%	19.25%	14.30%	12.59%	20.42%	14.35%	7.08%	Ni favorable ni desfavorable
Respeto	16	26.25	8.71%	20.15%	16.70%	20.36%	16.59%	12.42%	5.07%	Ni favorable ni desfavorable
Responsabilidad	16	17.38	10.41%	12.32%	15.38%	19.94%	16.62%	19.26%	6.07%	Ni favorable ni desfavorable
Salud	16	29.38	4.11%	10.19%	12.66%	21.15%	19.70%	16.41%	15.77%	Un poco favorable

5.1.1 Gráfico resumen

Se presenta un gráfico con la representación de las medianas de las valoraciones de la potencia de cada valor según el Tipo de Mujer Objeto de Deseo:



- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Familia en imágenes Mujer Objeto de Deseo es **Muy desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia de los Valores Amistad, Cooperación y Justicia-Equidad en imágenes Mujer Objeto de Deseo es **Un poco desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia de los Valores Bienestar, Independencia, Paz y Salud en imágenes Mujer Objeto de Deseo es **Un poco favorable**.

En la siguiente tabla se presentan todas las medianas de la Potencia de Valor de todas las 16 imágenes:

	Mujer Objeto de Deseo	
	N imágenes	Mediana
Amistad	16	Un poco desfavorable
Bienestar	16	Un poco favorable
Cooperación	16	Un poco desfavorable
Cultura	16	Ni favorable ni desfavorable
Deberes	16	Ni favorable ni desfavorable
Democracia	16	Ni favorable ni desfavorable
Derechos	16	Ni favorable ni desfavorable
Dignidad	16	Ni favorable ni desfavorable
Educación	16	Ni favorable ni desfavorable
Esfuerzo	16	Ni favorable ni desfavorable
Familia	16	Muy desfavorable
Identidad	16	Ni favorable ni desfavorable
Igualdad	16	Ni favorable ni desfavorable
Independencia	16	Un poco favorable
Intimidad	16	Ni favorable ni desfavorable
Justicia-Equidad	16	Un poco desfavorable
Libertad	16	Ni favorable ni desfavorable
Moral-Honor	16	Ni favorable ni desfavorable
Orden	16	Ni favorable ni desfavorable
Paz	16	Un poco favorable
Pluralismo	16	Ni favorable ni desfavorable
Progreso	16	Ni favorable ni desfavorable
Respeto	16	Ni favorable ni desfavorable
Responsabilidad	16	Ni favorable ni desfavorable
Salud	16	Un poco favorable

6 Análisis de la presencia de cada valor según tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva, Activa)

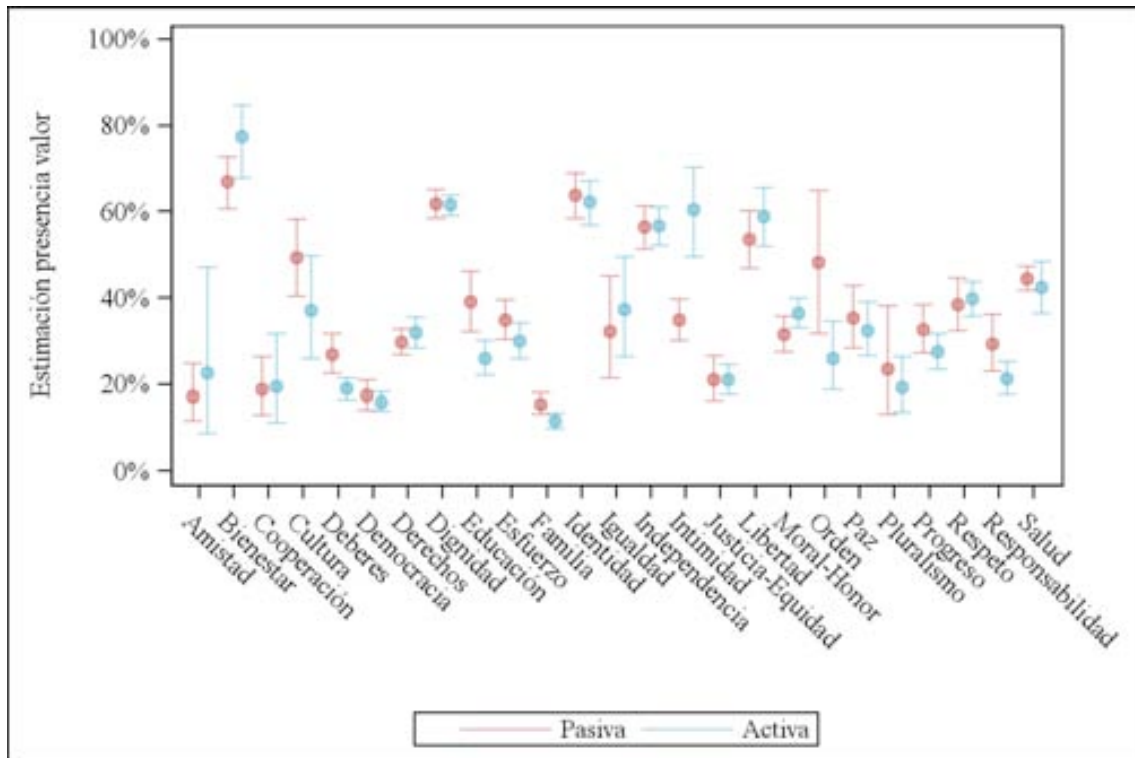
En este apartado se presenta la modelización de la presencia de cada Valor, de todas las imágenes según el tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva, Activa). Se ha realizado una regresión Logística para cada valor según el tipo de Mujer Objeto de Deseo. Se ha estructurado el efecto del modelo considerando todas las respuestas que procedían de una misma imagen y individuo, es decir, las observaciones NO son independientes entre sí.

Se presenta los Type III Test, para contrastar la significación estadística del hecho de incluir tipo de Mujer Objeto de Deseo al modelo.

Type III Tests of Fixed Effects				
Valor	Effect	DF	Chi-Square	Pr > ChiSq
Amistad	Pas_Act_Definido	1	0.26	0.6068
Bienestar	Pas_Act_Definido	1	2.97	0.0846
Cooperación	Pas_Act_Definido	1	0.01	0.9282
Cultura	Pas_Act_Definido	1	2.13	0.1448
Deberes	Pas_Act_Definido	1	5.28	0.0216
Democracia	Pas_Act_Definido	1	0.49	0.4862
Derechos	Pas_Act_Definido	1	0.82	0.3650
Dignidad	Pas_Act_Definido	1	0.03	0.8585
Educación	Pas_Act_Definido	1	5.74	0.0166
Esfuerzo	Pas_Act_Definido	1	2.04	0.1529
Familia	Pas_Act_Definido	1	4.39	0.0362
Identidad	Pas_Act_Definido	1	0.19	0.6641
Igualdad	Pas_Act_Definido	1	0.35	0.5563
Independencia	Pas_Act_Definido	1	0.01	0.9267
Intimidad	Pas_Act_Definido	1	8.29	0.0040
Justicia-Equidad	Pas_Act_Definido	1	0.00	0.9574
Libertad	Pas_Act_Definido	1	1.03	0.3108
Moral-Honor	Pas_Act_Definido	1	2.77	0.0959
Orden	Pas_Act_Definido	1	3.70	0.0545
Paz	Pas_Act_Definido	1	0.32	0.5696
Pluralismo	Pas_Act_Definido	1	0.35	0.5546
Progreso	Pas_Act_Definido	1	1.77	0.1829
Respeto	Pas_Act_Definido	1	0.13	0.7231

Type III Tests of Fixed Effects				
Valor	Effect	DF	Chi-Square	Pr > ChiSq
Responsabilidad	Pas_Act_Definido	1	3.29	0.0696
Salud	Pas_Act_Definido	1	0.41	0.5240

Se presenta la estimación del porcentaje de imágenes en el que se ha detectado cada valor según el Tipo de Mujer Objeto de Deseo:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se debe tener en cuenta que estas estimaciones están a la escala de la modelización, en la página siguiente se presentan las estimaciones en unidades del porcentaje de imágenes con presencia de cada Valor.

	Pasiva			Activa		
	Estimate	z Value	Pr > z	Estimate	z Value	Pr > z
Amistad	-1.57	-6.60	<.0001	-1.22	-2.17	0.0302
Bienestar	0.71	5.07	<.0001	1.24	4.95	<.0001
Cooperación	-1.46	-6.59	<.0001	-1.42	-4.26	<.0001
Cultura	-0.03	-0.14	0.8886	-0.53	-1.99	0.0467
Deberes	-1.00	-8.37	<.0001	-1.45	-17.75	<.0001
Democracia	-1.56	-12.76	<.0001	-1.66	-19.76	<.0001
Derechos	-0.86	-11.66	<.0001	-0.76	-9.25	<.0001
Dignidad	0.49	6.85	<.0001	0.47	9.68	<.0001
Educación	-0.45	-2.92	0.0035	-1.05	-9.68	<.0001
Esfuerzo	-0.63	-5.98	<.0001	-0.85	-8.40	<.0001
Familia	-1.70	-17.76	<.0001	-2.03	-24.21	<.0001
Identidad	0.57	4.87	<.0001	0.50	4.52	<.0001
Igualdad	-0.74	-2.65	0.0080	-0.52	-2.02	0.0439
Independencia	0.26	2.50	0.0125	0.27	2.90	0.0038
Intimidad	-0.63	-5.85	<.0001	0.43	1.89	0.0588
Justicia-Equidad	-1.32	-8.41	<.0001	-1.33	-12.46	<.0001
Libertad	0.15	1.06	0.2873	0.36	2.51	0.0122
Moral-Honor	-0.78	-8.00	<.0001	-0.56	-7.40	<.0001
Orden	-0.07	-0.20	0.8409	-1.05	-5.01	<.0001
Paz	-0.60	-3.76	0.0002	-0.73	-5.01	<.0001
Pluralismo	-1.18	-3.31	0.0009	-1.44	-6.86	<.0001
Progreso	-0.73	-5.62	<.0001	-0.97	-9.22	<.0001
Respeto	-0.47	-3.52	0.0004	-0.42	-4.77	<.0001
Responsabilidad	-0.89	-5.44	<.0001	-1.31	-11.28	<.0001
Salud	-0.22	-3.78	0.0002	-0.31	-2.48	0.0132

Se presentan las estimaciones del porcentaje de imágenes con presencia de cada Valor según el tipo de Mujer Objeto de Deseo sea Pasiva / Activa.

Estimación proporción presencia valor	Pasiva		Activa	
	Estimación	IC	Estimación	IC
Amistad	17.26%	[11.58%, 24.94%]	22.71%	[8.85%, 47.07%]
Bienestar	67.10%	[60.76%, 72.87%]	77.51%	[67.85%, 84.91%]
Cooperación	18.87%	[13.10%, 26.41%]	19.43%	[11.14%, 31.69%]
Cultura	49.35%	[40.45%, 58.30%]	37.12%	[25.99%, 49.81%]
Deberes	26.94%	[22.59%, 31.77%]	19.00%	[16.65%, 21.58%]
Democracia	17.42%	[14.24%, 21.13%]	15.94%	[13.85%, 18.27%]
Derechos	29.68%	[26.74%, 32.79%]	31.88%	[28.49%, 35.47%]
Dignidad	61.94%	[58.60%, 65.16%]	61.57%	[59.29%, 63.81%]
Educación	39.03%	[32.18%, 46.35%]	25.98%	[22.12%, 30.26%]
Esfuerzo	34.84%	[30.33%, 39.63%]	29.91%	[25.92%, 34.23%]
Familia	15.48%	[13.19%, 18.10%]	11.57%	[9.99%, 13.37%]
Identidad	63.87%	[58.43%, 68.98%]	62.23%	[57.02%, 67.17%]
Igualdad	32.26%	[21.58%, 45.18%]	37.34%	[26.48%, 49.64%]
Independencia	56.45%	[51.39%, 61.38%]	56.77%	[52.20%, 61.22%]
Intimidad	34.84%	[30.24%, 39.74%]	60.48%	[49.61%, 70.41%]
Justicia-Equidad	21.13%	[16.46%, 26.70%]	20.96%	[17.71%, 24.63%]
Libertad	53.71%	[46.88%, 60.41%]	58.95%	[51.97%, 65.59%]
Moral-Honor	31.45%	[27.49%, 35.70%]	36.46%	[33.13%, 39.93%]
Orden	48.23%	[31.77%, 65.07%]	25.98%	[18.90%, 34.59%]
Paz	35.32%	[28.49%, 42.81%]	32.53%	[26.61%, 39.07%]
Pluralismo	23.55%	[13.30%, 38.21%]	19.21%	[13.63%, 26.39%]
Progreso	32.58%	[27.27%, 38.37%]	27.51%	[23.60%, 31.80%]
Respeto	38.39%	[32.38%, 44.78%]	39.74%	[35.72%, 43.90%]
Responsabilidad	29.19%	[23.06%, 36.19%]	21.18%	[17.62%, 25.24%]
Salud	44.52%	[41.72%, 47.35%]	42.36%	[36.55%, 48.39%]

- En imágenes Pasivas, el valor Amistad está presente en el 17% de las imágenes. En imágenes Activas, el valor Amistad está presente en el 23% de las imágenes.
- El Valor Orden está más presente en imágenes Pasivas que en Activas, 48% y 26%, respectivamente.

En la siguiente tabla se presentan para cada Valor, las diferencias estadísticamente significativas de la presencia del Valor entre los dos tipos de Mujeres Objetos de Deseo.

Valor	Contraste Diferencias Pasiva Activa				Estimación de la diferencia	
	Tipo1	Tipo2	z Value	p valor	Odds Ratio	Intervalo de confianza
Deberes	Activa	Pasiva	-3.13	0.0017	0.64	[0.48, 0.84]
Educación	Activa	Pasiva	-3.21	0.0013	0.55	[0.38, 0.79]
Familia	Activa	Pasiva	-2.64	0.0082	0.71	[0.56, 0.92]
Intimidad	Activa	Pasiva	4.22	<.0001	2.86	[1.76, 4.67]
Orden	Activa	Pasiva	-2.38	0.0175	0.38	[0.17, 0.84]
Responsabilidad	Activa	Pasiva	-2.14	0.0324	0.65	[0.44, 0.96]

- En el valor Deberes, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes Activas y Pasivas (z Value=-3.13; $p_{\text{valor}}=0.0017$). El Odds Ratio de la presencia del Valor Deberes entre Activa y Pasiva es 0.64, $IC_{95\%}=[0.48, 0.84]$. Esto significa que el valor Deberes, en imágenes Activa se estima 0.64 veces el odds que en imágenes Pasivas. Equivalentemente, en imágenes Pasivas se estima $1/0.64 \approx 1.56$ veces el odds que en imágenes Activas. La estimación de presencia en imágenes Pasivas (27%) es superior a la obtenida en Activas (19%).
- En el valor Educación, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes Activas y Pasivas (z Value=-3.21; $p_{\text{valor}}=0.0013$). El Odds Ratio de la presencia del Valor Educación entre Activa y Pasiva es 0.55, $IC_{95\%}=[0.38, 0.79]$. Equivalentemente, en imágenes Pasivas se estima $1/0.55 \approx 1.81$ veces el odds que en imágenes Activas.
- En el valor Familia, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes Activas y Pasivas (z Value=-2.64; $p_{\text{valor}}=0.0082$). El Odds Ratio de la presencia del Valor Familia entre Activa y Pasiva es 0.71, $IC_{95\%}=[0.56, 0.92]$. En imágenes Pasivas se estima $1/0.71 \approx 1.41$ veces el odds que en imágenes Activas.
- En el valor Intimidad, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes Activas y Pasivas (z Value=4.22; $p_{\text{valor}}<0.0001$). El Odds Ratio de la presencia del Valor Intimidad entre Activa y Pasiva es 2.86, $IC_{95\%}=[1.76, 4.67]$. Esto significa que el valor Intimidad, en imágenes Activa se estima 2.86 veces el odds que en imágenes Pasivas.
- En el valor Orden, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes Activas y Pasivas (z Value=-2.38; $p_{\text{valor}}=0.0175$). El Odds Ratio de la presencia del Valor Orden entre Activa y Pasiva es 0.38, $IC_{95\%}=[0.17, 0.84]$. Equivalentemente, en imágenes Pasivas se estima $1/0.38 \approx 2.63$ veces el odds que en imágenes Activas.
- En el valor Responsabilidad, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes Activas y Pasivas (z Value=-2.14; $p_{\text{valor}}=0.0324$). El Odds Ratio de la presencia del Valor Responsabilidad entre Activa y Pasiva es 0.65, $IC_{95\%}=[0.44, 0.96]$. Equivalentemente, en imágenes Pasivas se estima $1/0.65 \approx 1.54$ veces el odds que en imágenes Activas.

6.1 Análisis descriptivo Potencia Valor según tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva, Activa)

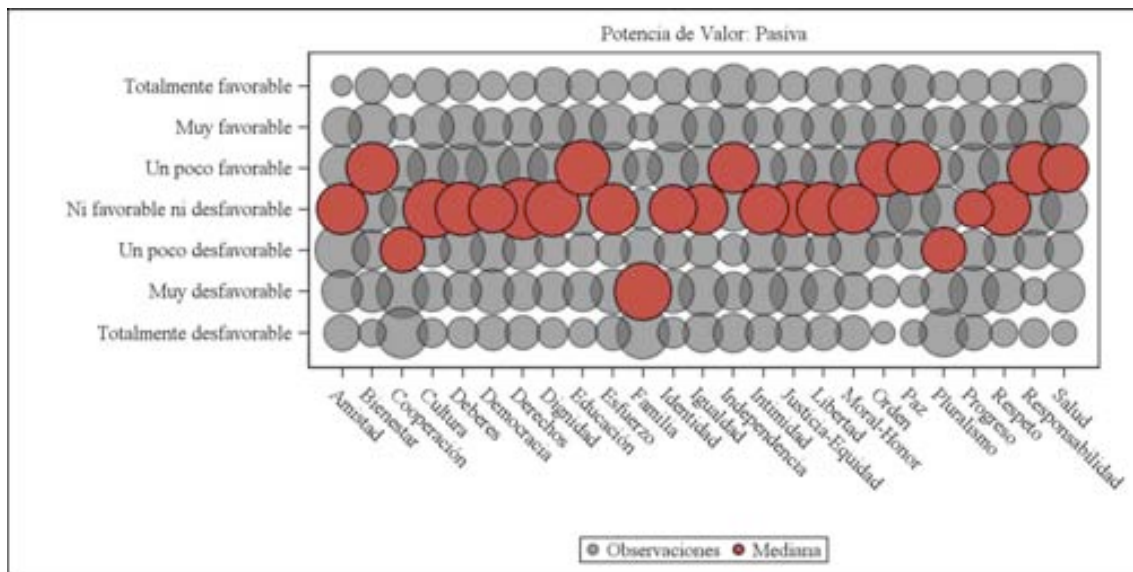
Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en qué está presente el valor.

En el primer apartado se ha presentado el recuento y porcentaje del tipo de presencia de cada Valor en cada imagen. En este apartado, se considera el porcentaje de personas por imagen que han seleccionado cada tipo de presencia del valor y se realiza la media de las imágenes Pasivas y Activas, por separado. Es decir, para cada tipo de Mujer Objeto de Deseo (Activa, Pasiva), Valor y tipo de presencia (Totalmente favorable, Muy favorable, ...) se presenta una media del porcentaje de valoraciones respecto al total de personas que han marcado el Valor cómo Valor presente.

A continuación se presenta, para cada tipo de Mujer Objeto de Deseo (Pasiva, Activa), un gráfico y una tabla con las respuestas a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada tipo de presencia de la imagen.

Los círculos azules representan la mediana de la potencia de Valor de las imágenes (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana de la Potencia de Valor de las imágenes está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).

6.1.1 Pasiva



Observamos que en el Valor Bienestar, se han valorado 9 imágenes Pasivas. De las 9 imágenes una media de 46.22 personas han considerado que el Valor Bienestar es un valor presente en la imagen.

- El 5.16% cree que su influencia es totalmente desfavorable.
- El 13.38% valora que su influencia es muy desfavorable.
- El 12.23% valora que su influencia es un poco desfavorable.
- El 18.74% valora que ni es favorable ni desfavorable.
- El 22.03% valora que es un poco favorable.
- El 18.92% cree que es muy favorable.
- El 9.53% cree que es totalmente favorable.

El valor central de los datos (mediana) del Valor Bienestar en imágenes Pasivas es **Un poco favorable**.

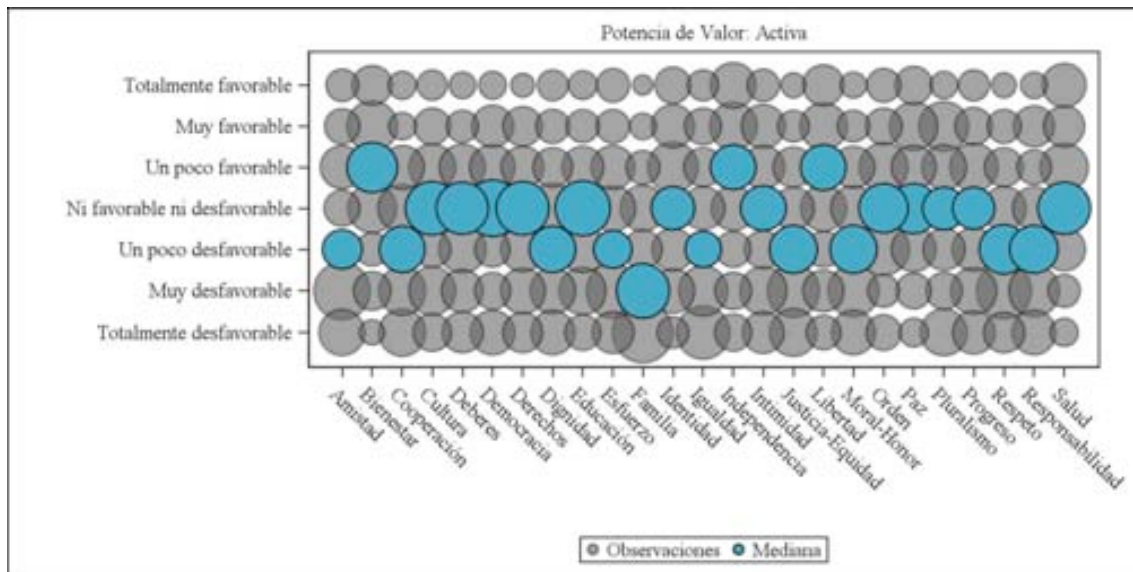
Con esto, se reportan los porcentajes de respuestas de Potencia y se calcula la mediana de los datos, es decir, el valor central de los datos.

- En imágenes Pasivas, el Valor Familia, tiene una mediana de **Muy desfavorable**, aunque en esta ocasión observamos que tan sólo una media de 10.67 personas han seleccionado éste Valor cómo presente en las imágenes Pasivas. Con lo que podemos decir, que más de la mitad de personas han seleccionado el Valor cómo Totalmente Desfavorable o Muy desfavorable.
- En imágenes Pasivas, los Valores Cooperación y Pluralismo han obtenido una mediana de **Un poco desfavorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable o Un poco desfavorable.
- En imágenes Pasivas, los Valores Bienestar, Educación, Independencia, Orden, Paz, Responsabilidad y Salud han obtenido una mediana de **Un poco favorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable, Un poco desfavorable, Ni favorable ni desfavorable o Un poco favorable. O equivalentemente, Más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente favorable, Muy favorable o Un poco favorable.

- En imágenes Pasivas, el resto de Valores tienen una mediana **Ni favorable ni desfavorable**.

Valor	N imágenes	Media n° personas	Totalm. desfav	% respuestas						Mediana	
				Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav	Totalm. fav		
Amistad	9	11.89	10.14%	13.18%	24.60%	21.39%	16.39%	12.14%	2.17%	Ni favorable ni desfavorable	
Bienestar	9	46.22	5.16%	13.38%	12.23%	18.74%	22.03%	18.92%	9.53%	Un poco favorable	
Cooperación	9	13.00	21.57%	22.43%	16.35%	15.48%	16.86%	4.04%	3.26%	Un poco desfavorable	
Cultura	9	34.00	6.04%	11.71%	9.50%	28.10%	20.15%	15.02%	9.48%	Ni favorable ni desfavorable	
Deberes	9	18.56	7.07%	11.18%	16.22%	23.35%	18.58%	16.35%	7.25%	Ni favorable ni desfavorable	
Democracia	9	12.00	9.55%	14.71%	16.50%	18.74%	23.71%	10.94%	5.85%	Ni favorable ni desfavorable	
Derechos	9	20.44	8.79%	10.63%	12.85%	30.95%	20.00%	11.41%	5.38%	Ni favorable ni desfavorable	
Dignidad	9	42.67	6.61%	12.44%	9.34%	25.49%	19.90%	15.77%	10.45%	Ni favorable ni desfavorable	
Educación	9	26.89	5.82%	12.05%	8.72%	22.85%	25.17%	17.98%	7.42%	Un poco favorable	
Esfuerzo	9	24.00	9.33%	15.55%	8.46%	21.36%	20.91%	17.47%	6.92%	Ni favorable ni desfavorable	
Familia	9	10.67	22.91%	27.23%	15.17%	12.84%	11.31%	5.30%	5.25%	Muy desfavorable	
Identidad	9	44.00	7.03%	14.13%	10.66%	18.82%	20.95%	18.96%	9.45%	Ni favorable ni desfavorable	
Pasiva	Igualdad	9	22.22	12.50%	19.77%	9.52%	20.29%	16.11%	13.30%	8.51%	Ni favorable ni desfavorable
	Independencia	9	38.89	12.34%	10.75%	7.35%	15.71%	20.95%	17.81%	15.09%	Un poco favorable
	Intimidad	9	24.00	9.83%	17.69%	15.90%	20.52%	15.70%	11.84%	8.53%	Ni favorable ni desfavorable
	Justicia-Equidad	9	14.56	10.18%	18.29%	13.12%	24.88%	15.84%	11.51%	6.18%	Ni favorable ni desfavorable
	Libertad	9	37.00	9.22%	14.42%	9.11%	23.90%	17.29%	15.29%	10.77%	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	9	21.67	9.31%	10.28%	20.48%	19.83%	16.71%	14.91%	8.48%	Ni favorable ni desfavorable
	Orden	9	33.22	2.97%	6.47%	9.73%	25.93%	25.88%	14.20%	14.81%	Un poco favorable
	Paz	9	24.33	4.33%	6.54%	11.59%	23.81%	23.88%	15.96%	13.89%	Un poco favorable
	Pluralismo	9	16.22	19.23%	16.83%	15.82%	17.17%	10.96%	13.80%	6.19%	Un poco desfavorable
	Progreso	9	22.44	9.69%	20.18%	13.30%	11.30%	20.47%	17.27%	7.79%	Ni favorable ni desfavorable
	Respeto	9	26.44	5.03%	14.26%	13.39%	23.58%	20.33%	16.07%	7.34%	Ni favorable ni desfavorable
	Responsabilidad	9	20.11	5.80%	4.26%	11.59%	23.51%	22.86%	23.61%	8.37%	Un poco favorable
	Salud	9	30.67	4.10%	13.09%	10.84%	18.36%	19.32%	18.54%	15.75%	Un poco favorable

6.1.2 Activa



Observamos que en el Valor Cooperación, se han valorado 7 imágenes Activas. De las 7 imágenes una media de 12.71 personas han considerado que el Valor Cooperación es un valor presente en la imagen.

- El 19.3% cree que su influencia es totalmente desfavorable.
- El 19.06% valora que su influencia es muy desfavorable.
- El 17.78% valora que su influencia es un poco desfavorable.
- El 20.07% valora que ni es favorable ni desfavorable.
- El 16.16% valora que es un poco favorable.
- El 3.63% cree que es muy favorable.
- El 4.01% cree que es totalmente favorable.

El valor central de los datos (mediana) del Valor Cooperación en imágenes Activas es **Un poco desfavorable**.

Con esto, se reportan los porcentajes de respuestas de Potencia y se calcula la mediana de los datos, es decir, el valor central de los datos.

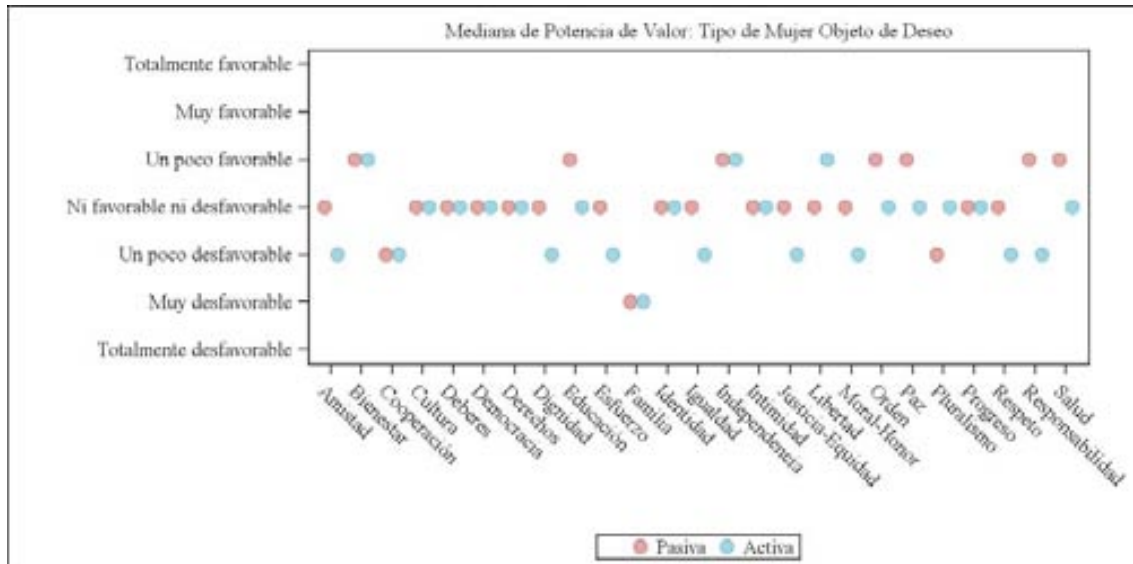
- En imágenes Activas, el Valor Familia tiene una mediana de **Muy desfavorable**, aunque en esta ocasión observamos que tan sólo una media de 7.57 personas han seleccionado éste Valor cómo presente en las imágenes Activas. Con lo que podemos decir, que más de la mitad de personas han seleccionado el Valor cómo Totalmente Desfavorable o Muy desfavorable.
- En imágenes Activas, los Valores Amistad, Cooperación, Dignidad, Esfuerzo, Igualdad, Justicia-Equidad, Moral-Honor, Respeto y Responsabilidad han obtenido una mediana de **Un poco desfavorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable o Un poco desfavorable.
- En imágenes Activas, los Valores Bienestar, Independencia y Libertad han obtenido una mediana de **Un poco favorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable, Un poco desfavorable, Ni favorable ni desfavorable o Un poco favorable. O equivalentemente, Más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente favorable, Muy favorable o Un poco favorable.

- En imágenes Activas, el resto de Valores tienen una mediana **Ni favorable ni desfavorable**.

Valor	N imágenes	Media nº personas	Totalm. desfav	% respuestas						Mediana
				Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav	Totalm. fav	
Amistad	7	14.86	17.87%	29.03%	12.20%	9.37%	15.85%	8.81%	6.87%	Un poco desfavorable
Bienestar	7	50.71	2.39%	11.00%	7.70%	21.38%	22.07%	22.73%	12.73%	Un poco favorable
Cooperación	7	12.71	19.30%	19.06%	17.78%	20.07%	16.16%	3.63%	4.01%	Un poco desfavorable
Cultura	7	24.29	10.96%	19.05%	9.91%	25.67%	19.03%	10.07%	5.31%	Ni favorable ni desfavorable
Deberes	7	12.43	13.66%	14.44%	19.39%	24.20%	18.39%	6.64%	3.29%	Ni favorable ni desfavorable
Democracia	7	10.43	16.80%	9.10%	9.07%	29.22%	17.58%	14.44%	3.78%	Ni favorable ni desfavorable
Derechos	7	20.86	12.64%	16.87%	16.38%	25.68%	14.61%	12.16%	1.67%	Ni favorable ni desfavorable
Dignidad	7	40.29	16.39%	17.20%	18.19%	22.37%	12.11%	8.11%	5.63%	Un poco desfavorable
Educación	7	17.00	8.99%	18.90%	18.78%	27.49%	14.21%	7.21%	4.42%	Ni favorable ni desfavorable
Esfuerzo	7	19.57	14.39%	26.02%	10.94%	17.57%	15.87%	7.74%	7.47%	Un poco desfavorable
Familia	7	7.57	34.40%	25.25%	11.64%	18.03%	7.66%	3.02%	0.00%	Muy desfavorable
Identidad	7	40.71	6.20%	15.68%	14.85%	15.29%	22.88%	15.48%	9.62%	Ni favorable ni desfavorable
Igualdad	7	24.43	25.85%	21.37%	9.83%	15.30%	11.78%	9.92%	5.96%	Un poco desfavorable
Independencia	7	37.14	10.16%	9.85%	9.22%	16.43%	17.00%	19.65%	17.69%	Un poco favorable
Intimidad	7	39.57	14.13%	19.09%	11.17%	17.17%	15.53%	16.10%	6.80%	Ni favorable ni desfavorable
Justicia-Equidad	7	13.71	19.67%	24.61%	19.78%	14.43%	12.93%	6.26%	2.32%	Un poco desfavorable
Libertad	7	38.57	8.43%	13.46%	9.38%	18.39%	17.37%	19.32%	13.64%	Un poco favorable
Moral-Honor	7	23.86	16.51%	22.91%	19.38%	17.70%	14.24%	6.37%	2.89%	Un poco desfavorable
Orden	7	17.00	9.01%	6.57%	24.02%	21.29%	21.11%	10.09%	7.91%	Ni favorable ni desfavorable
Paz	7	21.29	4.53%	8.83%	16.95%	21.91%	16.47%	20.39%	10.92%	Ni favorable ni desfavorable
Pluralismo	7	12.57	19.00%	9.49%	14.29%	14.99%	16.73%	21.89%	3.61%	Ni favorable ni desfavorable
Progreso	7	18.00	14.97%	18.06%	15.60%	14.25%	20.35%	10.60%	6.17%	Ni favorable ni desfavorable
Respeto	7	26.00	13.44%	27.72%	20.96%	16.22%	11.78%	7.72%	2.15%	Un poco desfavorable
Responsabilidad	7	13.86	16.34%	22.69%	20.24%	15.35%	8.60%	13.67%	3.12%	Un poco desfavorable
Salud	7	27.71	4.12%	6.47%	15.01%	24.74%	20.18%	13.67%	15.80%	Ni favorable ni desfavorable

6.1.3 Gráfico resumen

Se presenta un gráfico con la representación de las medianas de las valoraciones de la potencia de cada valor según el Tipo de Mujer Objeto de Deseo:



- La mediana de la valoración de la Potencia de los Valores Amistad, Dignidad, Esfuerzo, Igualdad, Justicia-Equidad, Moral-Honor, Respeto en imágenes Pasivas es **Ni favorable ni desfavorable**, en cambio, en imágenes Activas es **Un poco desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia de los Valores Pluralismo en imágenes Pasivas es **Un poco desfavorable**, en cambio, en imágenes Activas es **Ni favorable ni desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia de los Valores Educación, Orden, Paz y Salud en imágenes Pasivas es **Un poco favorable**, en cambio, en imágenes Activas es **Ni favorable ni desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia de los Valores Libertad en imágenes Pasivas es **Ni favorable ni desfavorable**, en cambio, en imágenes Activas es **Un poco favorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Responsabilidad en imágenes Pasivas es **Un poco favorable**, en cambio, en imágenes Activas es **Un poco desfavorable**.
- En el resto de Valores hay igualdad en las medianas de la Potencia de cada Valor.

En la siguiente tabla se presentan todas las medianas de la Potencia de Valor según el tipo de Mujer Objeto de Deseo:

	Pasiva		Activa	
	N imágenes	Mediana	N imágenes	Mediana
Amistad	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Un poco desfavorable
Bienestar	9	Un poco favorable	7	Un poco favorable
Cooperación	9	Un poco desfavorable	7	Un poco desfavorable
Cultura	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Ni favorable ni desfavorable
Deberes	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Ni favorable ni desfavorable
Democracia	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Ni favorable ni desfavorable
Derechos	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Ni favorable ni desfavorable
Dignidad	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Un poco desfavorable
Educación	9	Un poco favorable	7	Ni favorable ni desfavorable
Esfuerzo	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Un poco desfavorable
Familia	9	Muy desfavorable	7	Muy desfavorable
Identidad	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Ni favorable ni desfavorable
Igualdad	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Un poco desfavorable
Independencia	9	Un poco favorable	7	Un poco favorable
Intimidad	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Ni favorable ni desfavorable
Justicia-Equidad	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Un poco desfavorable
Libertad	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Un poco favorable
Moral-Honor	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Un poco desfavorable
Orden	9	Un poco favorable	7	Ni favorable ni desfavorable
Paz	9	Un poco favorable	7	Ni favorable ni desfavorable
Pluralismo	9	Un poco desfavorable	7	Ni favorable ni desfavorable
Progreso	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Ni favorable ni desfavorable
Respeto	9	Ni favorable ni desfavorable	7	Un poco desfavorable
Responsabilidad	9	Un poco favorable	7	Un poco desfavorable
Salud	9	Un poco favorable	7	Ni favorable ni desfavorable

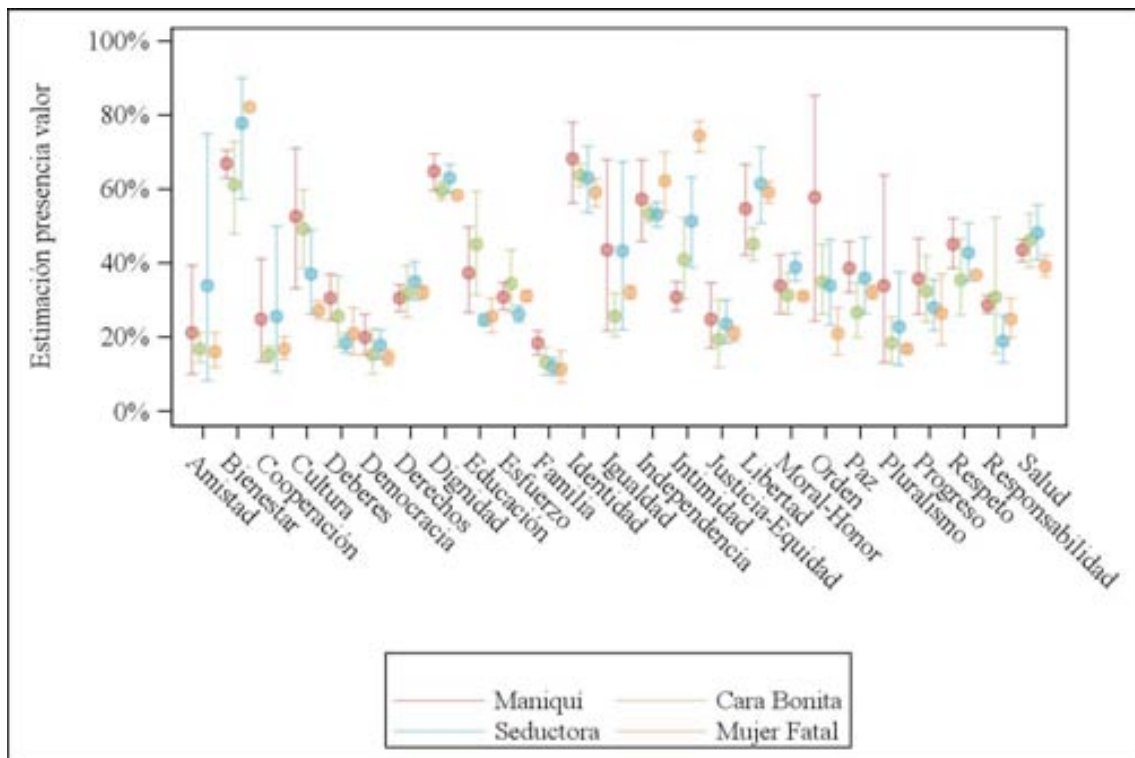
7 Análisis de la presencia de cada valor según Estereotipo

En este apartado se presenta la modelización de la presencia de cada Valor, de todas las imágenes según el Estereotipo. Se ha realizado una regresión Logística para cada valor según el Estereotipo. Se ha estructurado el efecto del modelo considerando todas las respuestas que procedían de una misma imagen y individuo, es decir, las observaciones NO son independientes entre sí.

Se presenta los Type III Test, para contrastar la significación estadística del hecho de incluir tipo de Mujer Objeto de Deseo al modelo.

Type III Tests of Fixed Effects				
Valor	Effect	DF	Chi-Square	Pr > ChiSq
Amistad	Estereotipo_Definido	3	0.96	0.8102
Bienestar	Estereotipo_Definido	3	4.88	0.1810
Cooperación	Estereotipo_Definido	3	1.85	0.6051
Cultura	Estereotipo_Definido	3	4.18	0.2424
Deberes	Estereotipo_Definido	3	4.09	0.2523
Democracia	Estereotipo_Definido	3	2.45	0.4837
Derechos	Estereotipo_Definido	3	1.54	0.6724
Dignidad	Estereotipo_Definido	3	3.98	0.2631
Educación	Estereotipo_Definido	3	5.08	0.1660
Esfuerzo	Estereotipo_Definido	3	3.52	0.3188
Familia	Estereotipo_Definido	3	3.47	0.3242
Identidad	Estereotipo_Definido	3	1.73	0.6306
Igualdad	Estereotipo_Definido	3	2.16	0.5399
Independencia	Estereotipo_Definido	3	2.44	0.4867
Intimidad	Estereotipo_Definido	3	5.50	0.1385
Justicia-Equidad	Estereotipo_Definido	3	1.29	0.7314
Libertad	Estereotipo_Definido	3	4.78	0.1883
Moral-Honor	Estereotipo_Definido	3	3.95	0.2668
Orden	Estereotipo_Definido	3	2.08	0.5557
Paz	Estereotipo_Definido	3	3.85	0.2777
Pluralismo	Estereotipo_Definido	3	1.36	0.7157
Progreso	Estereotipo_Definido	3	1.68	0.6406
Respeto	Estereotipo_Definido	3	3.42	0.3314
Responsabilidad	Estereotipo_Definido	3	3.89	0.2738
Salud	Estereotipo_Definido	3	2.64	0.4499

Se presenta la estimación del porcentaje de imágenes en el qué se ha detectado cada valor según el Tipo de Mujer Objeto de Deseo:



Se presentan las estimaciones del modelo, así cómo, el contraste de qué cada parámetro sea distinto de 0 (distinto de no incluirlo). Se debe tener en cuenta que estas estimaciones están a la escala de la modelización, en la página siguiente se presentan las estimaciones en unidades del porcentaje de imágenes con presencia de cada Valor.

	Maniquí			Cara Bonita			Seductora			Mujer Fatal		
	Estimate	z Value	Pr > z	Estimate	z Value	Pr > z	Estimate	z Value	Pr > z	Estimate	z Value	Pr > z
Amistad	-1.31	-2.91	0.0036	-1.60	-10.65	<.0001	-0.66	-0.74	0.4621	-1.66	-9.47	<.0001
Bienestar	0.71	8.34	<.0001	0.46	1.66	0.0965	1.26	2.55	0.0107	1.54	224.86	<.0001
Cooperación	-1.11	-2.88	0.0039	-1.72	-19.88	<.0001	-1.07	-1.95	0.0507	-1.60	-13.96	<.0001
Cultura	0.10	0.26	0.7981	-0.03	-0.14	0.8881	-0.53	-2.09	0.0363	-0.98	-15.17	<.0001
Deberes	-0.83	-5.46	<.0001	-1.06	-4.11	<.0001	-1.50	-16.95	<.0001	-1.34	-6.72	<.0001
Democracia	-1.39	-7.94	<.0001	-1.72	-7.24	<.0001	-1.53	-11.26	<.0001	-1.78	-20.93	<.0001
Derechos	-0.83	-9.54	<.0001	-0.76	-4.55	<.0001	-0.62	-5.33	<.0001	-0.75	-17.26	<.0001
Dignidad	0.61	5.45	<.0001	0.39	7.49	<.0001	0.53	6.50	<.0001	0.34	35.02	<.0001
Educación	-0.52	-2.01	0.0443	-0.20	-0.67	0.5046	-1.12	-27.37	<.0001	-1.07	-8.44	<.0001
Esfuerzo	-0.81	-9.18	<.0001	-0.64	-3.34	0.0008	-1.04	-18.06	<.0001	-0.79	-22.87	<.0001
Familia	-1.50	-14.00	<.0001	-1.89	-11.14	<.0001	-2.01	-16.46	<.0001	-2.07	-9.36	<.0001
Identidad	0.77	2.93	0.0034	0.57	8.20	<.0001	0.53	2.69	0.0072	0.37	4.66	<.0001
Igualdad	-0.26	-0.50	0.6145	-1.06	-6.76	<.0001	-0.27	-0.52	0.6010	-0.75	-17.26	<.0001
Independencia	0.30	1.27	0.2031	0.14	2.89	0.0039	0.13	1.87	0.0610	0.51	2.85	0.0044
Intimidad	-0.81	-8.75	<.0001	-0.37	-1.57	0.1159	0.05	0.19	0.8468	1.07	9.59	<.0001
Justicia-Equidad	-1.11	-4.56	<.0001	-1.43	-4.84	<.0001	-1.17	-7.02	<.0001	-1.34	-21.73	<.0001
Libertad	0.19	0.74	0.4588	-0.20	-2.20	0.0279	0.47	2.10	0.0362	0.37	6.13	<.0001
Moral-Honor	-0.67	-3.67	0.0002	-0.78	-5.86	<.0001	-0.45	-5.54	<.0001	-0.79	-43.62	<.0001
Orden	0.32	0.43	0.6685	-0.62	-2.88	0.0040	-0.66	-2.48	0.0132	-1.34	-6.72	<.0001
Paz	-0.46	-3.10	0.0019	-1.01	-5.21	<.0001	-0.58	-2.51	0.0120	-0.75	-17.26	<.0001
Pluralismo	-0.67	-1.06	0.2886	-1.49	-7.18	<.0001	-1.23	-3.34	0.0008	-1.60	-47.51	<.0001
Progreso	-0.59	-2.56	0.0106	-0.73	-3.47	0.0005	-0.94	-5.38	<.0001	-1.03	-4.03	<.0001
Respeto	-0.19	-1.36	0.1726	-0.59	-2.54	0.0110	-0.29	-1.77	0.0765	-0.54	-60.42	<.0001
Responsabilidad	-0.91	-14.80	<.0001	-0.81	-1.76	0.0789	-1.47	-6.98	<.0001	-1.11	-7.70	<.0001
Salud	-0.26	-4.25	<.0001	-0.16	-1.04	0.2984	-0.07	-0.46	0.6478	-0.44	-7.09	<.0001

Se presentan las estimaciones del porcentaje de imágenes con presencia de cada Valor según el Estereotipo.

Estimación proporción presencia valor	Maniquí		Cara Bonita		Seductora		Mujer Fatal	
	Estimació n	IC	Estimació n	IC	Estimació n	IC	Estimació n	IC
Amistad	21.30%	[10.10 %, 39.47%]	16.75%	[13.03 %, 21.28%]	33.99%	[8.07%, 75.12%]	16.00%	[11.91 %, 21.16%]
Bienestar	66.96%	[63.19 %, 70.52%]	61.26%	[47.95 %, 73.07%]	77.83%	[57.23 %, 90.21%]	82.40%	[82.20 %, 82.59%]
Cooperación	24.78%	[13.41 %, 41.21%]	15.18%	[13.13 %, 17.50%]	25.62%	[10.57 %, 50.09%]	16.80%	[13.89 %, 20.18%]
Cultura	52.61%	[33.28 %, 71.19%]	49.21%	[38.49 %, 60.02%]	36.95%	[26.21 %, 49.15%]	27.20%	[24.76 %, 29.79%]
Deberes	30.43%	[24.54 %, 37.05%]	25.65%	[17.20 %, 36.44%]	18.23%	[15.78 %, 20.96%]	20.80%	[15.10 %, 27.94%]
Democracia	20.00%	[15.08 %, 26.04%]	15.18%	[10.10 %, 22.19%]	17.73%	[14.17 %, 21.97%]	14.40%	[12.46 %, 16.58%]
Derechos	30.43%	[26.96 %, 34.15%]	31.94%	[25.30 %, 39.40%]	34.98%	[29.98 %, 40.33%]	32.00%	[30.17 %, 33.89%]
Dignidad	64.78%	[59.64 %, 69.61%]	59.69%	[57.19 %, 62.13%]	63.05%	[59.23 %, 66.72%]	58.40%	[57.94 %, 58.86%]
Educación	37.39%	[26.54 %, 49.67%]	45.03%	[31.30 %, 59.55%]	24.63%	[23.17 %, 26.15%]	25.60%	[21.17 %, 30.60%]
Esfuerzo	30.87%	[27.32 %, 34.66%]	34.55%	[26.62 %, 43.45%]	26.11%	[23.99 %, 28.34%]	31.20%	[29.76 %, 32.67%]

Estimación proporción presencia valor	Maniquí		Cara Bonita		Seductora		Mujer Fatal	
	Estimació n	IC	Estimació n	IC	Estimació n	IC	Estimació n	IC
Familia	18.26%	[15.33 %, 21.60%]	13.09%	[9.74%, 17.37%]	11.82%	[9.55%, 14.55%]	11.20%	[7.56%, 16.29%]
Identidad	68.26%	[56.30 %, 78.21%]	63.87%	[60.67 %, 66.96%]	63.05%	[53.62 %, 71.59%]	59.20%	[55.37 %, 62.92%]
Igualdad	43.48%	[21.70 %, 68.10%]	25.65%	[20.22 %, 31.96%]	43.35%	[21.92 %, 67.59%]	32.00%	[30.17 %, 33.89%]
Independencia	57.39%	[45.99 %, 68.06%]	53.40%	[51.09 %, 55.70%]	53.20%	[49.85 %, 56.52%]	62.40%	[53.94 %, 70.16%]
Intimidad	30.87%	[27.15 %, 34.85%]	40.84%	[30.31 %, 52.28%]	51.23%	[38.92 %, 63.39%]	74.40%	[70.03 %, 78.33%]
Justicia- Equidad	24.78%	[16.97 %, 34.69%]	19.37%	[11.88 %, 29.98%]	23.65%	[18.25 %, 30.05%]	20.80%	[18.88 %, 22.86%]
Libertad	54.78%	[42.17 %, 66.81%]	45.03%	[40.67 %, 49.46%]	61.58%	[50.76 %, 71.36%]	59.20%	[56.30 %, 62.04%]
Moral-Honor	33.91%	[26.44 %, 42.29%]	31.41%	[26.08 %, 37.29%]	38.92%	[35.20 %, 42.77%]	31.20%	[30.44 %, 31.97%]
Orden	57.83%	[24.43 %, 85.33%]	35.08%	[26.21 %, 45.11%]	33.99%	[23.35 %, 46.54%]	20.80%	[15.10 %, 27.94%]
Paz	38.70%	[32.07 %, 45.77%]	26.70%	[19.95 %, 34.75%]	35.96%	[26.36 %, 46.83%]	32.00%	[30.17 %, 33.89%]
Pluralismo	33.91%	[13.02 %, 63.76%]	18.32%	[12.98 %, 25.22%]	22.66%	[12.47 %, 37.60%]	16.80%	[15.90 %, 17.74%]

Estimación proporción presencia valor	Maniquí		Cara Bonita		Seductora		Mujer Fatal	
	Estimació n	IC	Estimació n	IC	Estimació n	IC	Estimació n	IC
Progreso	35.65%	[26.05 %, 46.56%]	32.46%	[24.11 %, 42.10%]	28.08%	[21.70 %, 35.49%]	26.40%	[17.89 %, 37.13%]
Respeto	45.22%	[38.52 %, 52.10%]	35.60%	[25.94 %, 46.60%]	42.86%	[35.30 %, 50.77%]	36.80%	[36.39 %, 37.21%]
Responsabilidad	28.70%	[26.29 %, 31.22%]	30.89%	[15.40 %, 52.32%]	18.72%	[13.23 %, 25.80%]	24.80%	[19.91 %, 30.43%]
Salud	43.48%	[40.53 %, 46.47%]	46.07%	[38.84 %, 53.48%]	48.28%	[40.98 %, 55.65%]	39.20%	[36.35 %, 42.13%]

- En el valor Amistad, se estima una presencia del 34% en imágenes con Estereotipo Seductora, 21.3% en Maniquí, y 16-17% en Cara Bonita y Mujer Fatal.
- En el valor Orden, se estima una presencia del 59% en imágenes con Estereotipo Maniquí, 34-35% en Cara Bonita y Seductora, y 21% en Mujer Fatal.

En la siguientes tablas se presentan para cada Valor, las diferencias estadísticamente significativas de la presencia del Valor entre los dos Estereotipos. Los p valores han sido ajustados por multiplicidad de contrastes con la corrección de Tukey.

Valor	Contraste Diferencias Estereotipos				Estimación de la diferencia	
	Estereotipo1	Estereotipo2	z Value	p valor	Odds Ratio	Intervalo de confianza
Bienestar	Cara Bonita	Mujer Fatal	-3.94	0.0005	0.34	[0.17, 0.69]
	Maniquí	Mujer Fatal	-9.86	<.0001	0.43	[0.35, 0.54]

- En el valor Bienestar, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Cara Bonita y Mujer Fatal (z Value=-3.94; p _valor=0.0005). El Odds Ratio de la presencia del Valor Bienestar entre Cara Bonita y Mujer Fatal es 0.34, $IC_{95\%}=[0.17, 0.69]$. Esto significa que el valor Bienestar, en imágenes Cara Bonita se estima 0.34 veces el odds que en imágenes Mujer Fatal. Equivalentemente, en imágenes Mujer Fatal se estima $1/0.34 \approx 2.94$ veces el odds que en imágenes Cara Bonita.
- En el valor Bienestar, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Maniquí y Mujer Fatal (z Value=-9.86; p _valor<0.0001). El Odds Ratio de la presencia del Valor Bienestar entre Maniquí y Mujer Fatal es 0.43, $IC_{95\%}=[0.35, 0.54]$. Esto significa que el valor Bienestar, en imágenes Maniquí se estima 0.43 veces el odds que en imágenes Mujer Fatal. Equivalentemente, en imágenes Mujer Fatal se estima $1/0.43 \approx 2.33$ veces el odds que en imágenes Maniquí.

Valor	Contraste Diferencias Estereotipos				Estimación de la diferencia	
	Estereotipo1	Estereotipo2	z Value	p valor	Odds Ratio	Intervalo de confianza
Cultura	Maniquí	Mujer Fatal	2.63	0.0419	2.97	[1.03, 8.59]
	Cara Bonita	Mujer Fatal	4.10	0.0002	2.59	[1.43, 4.71]

- En el valor Cultura, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Maniquí y Mujer Fatal (z Value=2.63; p _valor=0.0419). El Odds Ratio de la presencia del Valor Cultura entre Maniquí y Mujer Fatal es 2.97, $IC_{95\%}=[1.03, 8.59]$. Esto significa que el valor Cultura, en imágenes Maniquí se estima 2.97 veces el odds que en imágenes Mujer Fatal.
- En el valor Cultura, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Cara Bonita y Mujer Fatal (z Value=4.1; p _valor=0.0002). El Odds Ratio de la presencia del Valor Cultura entre Cara Bonita y Mujer Fatal es 2.59, $IC_{95\%}=[1.43, 4.71]$. Esto significa que el valor Cultura, en imágenes Cara Bonita se estima 2.59 veces el odds que en imágenes Mujer Fatal.

Valor	Contraste Diferencias Estereotipos			Estimación de la diferencia		
	Estereotipo1	Estereotipo2	z Value	p valor	Odds Ratio	Intervalo de confianza
Deberes	Maniquí	Seductora	3.85	0.0007	1.96	[1.25, 3.08]

- En el valor Deberes, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Maniquí y Seductora (z Value=3.85; p _valor=0.0007). El Odds Ratio de la presencia del Valor Deberes entre Maniquí y Seductora es 1.96, $IC_{95\%}=[1.25, 3.08]$. Esto significa que el valor Deberes, en imágenes Maniquí se estima 1.96 veces el odds que en imágenes Seductora.

Valor	Contraste Diferencias Estereotipos			Estimación de la diferencia		
	Estereotipo1	Estereotipo2	z Value	p valor	Odds Ratio	Intervalo de confianza
Educación	Cara Bonita	Mujer Fatal	2.67	0.0380	2.38	[1.03, 5.48]
	Cara Bonita	Seductora	3.04	0.0125	2.51	[1.15, 5.44]

- En el valor Educación, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Cara Bonita y Mujer Fatal (z Value=2.67; p _valor=0.038). El Odds Ratio de la presencia del Valor Educación entre Cara Bonita y Mujer Fatal es 2.38, $IC_{95\%}=[1.03, 5.48]$. Esto significa que el valor Educación, en imágenes Cara Bonita se estima 2.38 veces el odds que en imágenes Mujer Fatal.
- En el valor Educación, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Cara Bonita y Seductora (z Value=3.04; p _valor=0.0125). El Odds Ratio de la presencia del Valor Educación entre Cara Bonita y Seductora es 2.51, $IC_{95\%}=[1.15, 5.44]$. Esto significa que el valor Educación, en imágenes Cara Bonita se estima 2.38 veces el odds que en imágenes Seductora.

Valor	Contraste Diferencias Estereotipos			Estimación de la diferencia		
	Estereotipo1	Estereotipo2	z Value	p valor	Odds Ratio	Intervalo de confianza
Esfuerzo	Mujer Fatal	Seductora	3.71	0.0012	1.28	[1.08, 1.53]

- En el valor Esfuerzo, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Mujer Fatal y Seductora (z Value=3.71; p _valor=0.0012). El Odds Ratio de la presencia del Valor Esfuerzo entre Mujer Fatal y Seductora es 1.28, $IC_{95\%}=[1.08, 1.53]$. Esto significa que el valor Esfuerzo, en imágenes Mujer Fatal se estima 2.97 veces el odds que en imágenes Seductora.

Valor	Contraste Diferencias Estereotipos				Estimación de la diferencia	
	Estereotipo1	Estereotipo2	z Value	p valor	Odds Ratio	Intervalo de confianza
Familia	Maniquí	Seductora	3.14	0.0090	1.67	[1.10, 2.53]

- En el valor Familia, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Maniquí y Seductora (z Value=3.14; p _valor=0.009). El Odds Ratio de la presencia del Valor Familia entre Maniquí y Seductora es 1.67, $IC_{95\%}=[1.1, 2.53]$. Esto significa que el valor Familia, en imágenes Maniquí se estima 1.67 veces el odds que en imágenes Seductora.

Valor	Contraste Diferencias Estereotipos				Estimación de la diferencia	
	Estereotipo1	Estereotipo2	z Value	p valor	Odds Ratio	Intervalo de confianza
Intimidad	Maniquí	Mujer Fatal	-12.97	<.0001	0.15	[0.11, 0.22]
	Maniquí	Seductora	-3.15	0.0087	0.43	[0.21, 0.85]
	Cara Bonita	Mujer Fatal	-5.51	<.0001	0.24	[0.12, 0.46]
	Mujer Fatal	Seductora	3.66	0.0015	2.77	[1.35, 5.65]

- En el valor Intimidad, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Maniquí y Mujer Fatal (z Value=-12.97; p _valor<0.0001). El Odds Ratio de la presencia del Valor Intimidad entre Maniquí y Mujer Fatal es 0.15, $IC_{95\%}=[0.11, 0.22]$. Esto significa que el valor Intimidad, en imágenes Maniquí se estima 0.15 veces el odds que en imágenes Mujer Fatal. Equivalentemente, en imágenes Mujer Fatal se estima $1/0.15 \approx 6.67$ veces el odds que en imágenes Maniquí.
- En el valor Intimidad, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Maniquí y Seductora (z Value=-3.15; p _valor=0.0087). El Odds Ratio de la presencia del Valor Intimidad entre Maniquí y Seductora es 0.43, $IC_{95\%}=[0.21, 0.85]$. Esto significa que el valor Intimidad, en imágenes Maniquí se estima 0.43 veces el odds que en imágenes Seductora. Equivalentemente, en imágenes Seductora se estima $1/0.43 \approx 2.33$ veces el odds que en imágenes Maniquí.
- En el valor Intimidad, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Cara Bonita y Mujer Fatal (z Value=-5.51; p _valor<0.0001). El Odds Ratio de la presencia del Valor Intimidad entre Cara Bonita y Mujer Fatal es 0.24, $IC_{95\%}=[0.12, 0.46]$. Esto significa que el valor Intimidad, en imágenes Cara Bonita se estima 0.24 veces el odds que en imágenes Mujer Fatal. Equivalentemente, en imágenes Mujer Fatal se estima $1/0.24 \approx 4.16$ veces el odds que en imágenes Cara Bonita.
- En el valor Intimidad, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Mujer Fatal y Seductora (z Value=3.66; p _valor=0.00015). El Odds Ratio de la presencia del Valor Intimidad entre Mujer Fatal y Seductora es 2.77, $IC_{95\%}=[1.35, 5.65]$. Esto significa que el valor

Intimidad, en imágenes Maniquí se estima 2.77 veces el odds que en imágenes Seductora.

Valor	Contraste Diferencias Estereotipos				Estimación de la diferencia	
	Estereotipo1	Estereotipo2	z Value	p valor	Odds Ratio	Intervalo de confianza
Libertad	Cara Bonita	Seductora	-2.77	0.0291	0.51	[0.27, 0.95]
	Cara Bonita	Mujer Fatal	-5.24	<.0001	0.56	[0.43, 0.75]

- En el valor Libertad, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Cara Bonita y Seductora (z Value=-2.77; p _valor=0.0291). El Odds Ratio de la presencia del Valor Libertad entre Cara Bonita y Seductora es 0.51, $IC_{95\%}=[0.27, 0.69]$. Esto significa que el valor Libertad, en imágenes Cara Bonita se estima 0.51 veces el odds que en imágenes Seductora. Equivalentemente, en imágenes Seductora se estima $1/0.51 \approx 1.96$ veces el odds que en imágenes Cara Bonita.
- En el valor Libertad, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Cara Bonita y Mujer Fatal (z Value=-5.24; p _valor<0.0001). El Odds Ratio de la presencia del Valor Libertad entre Cara Bonita y Mujer Fatal es 0.56, $IC_{95\%}=[0.43, 0.75]$. Esto significa que el valor Libertad, en imágenes Cara Bonita se estima 0.51 veces el odds que en imágenes Seductora. Equivalentemente, en imágenes Seductora se estima $1/0.56 \approx 1.79$ veces el odds que en imágenes Cara Bonita.

Valor	Contraste Diferencias Estereotipos				Estimación de la diferencia	
	Estereotipo1	Estereotipo2	z Value	p valor	Odds Ratio	Intervalo de confianza
Moral-Honor	Mujer Fatal	Seductora	-4.08	0.0003	0.71	[0.57, 0.88]

- En el valor Moral-Honor, se observan diferencias estadísticamente significativas entre imágenes con Estereotipo Mujer Fatal y Seductora (z Value=-4.08; p _valor=0.0003). El Odds Ratio de la presencia del Valor Bienestar entre Mujer Fatal y Seductora es 0.71, $IC_{95\%}=[0.57, 0.88]$. Esto significa que el valor Moral-Honor, en imágenes Mujer Fatal se estima 0.71 veces el odds que en imágenes Seductora. Equivalentemente, en imágenes Seductora se estima $1/0.71 \approx 1.41$ veces el odds que en imágenes Mujer Fatal.

7.1 Análisis descriptivo Potencia Valor según Estereotipo

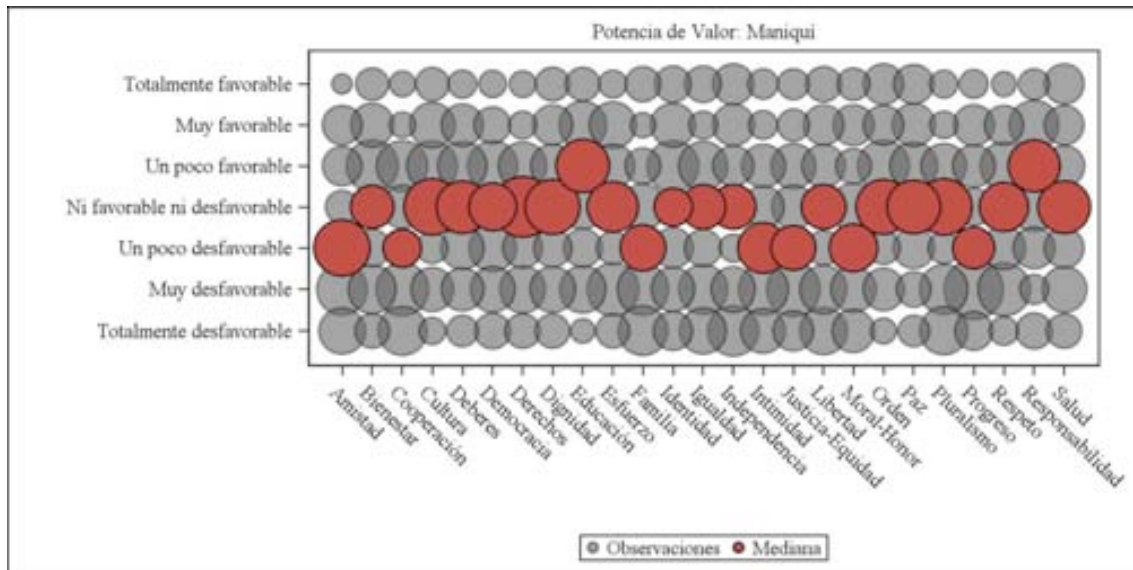
Las personas que han detectado que cada valor está presente en la imagen, realizan una valoración de la manera en qué está presente el valor.

En el primer apartado se ha presentado el recuento y porcentaje del tipo de presencia de cada Valor en cada imagen. En este apartado, se considera el porcentaje de personas por imagen que han seleccionado cada tipo de presencia del valor y se realiza la media de las imágenes en cada Estereotipo, por separado. Es decir, para cada Estereotipo, Valor y tipo de presencia (Totalmente favorable, Muy favorable, ...) se presenta una media del porcentaje de valoraciones respecto al total de personas que han marcado el Valor cómo Valor presente.

A continuación se presenta, para cada Estereotipo, un gráfico y una tabla con las respuestas a cada valor. El tamaño de cada círculo representa el número de respuestas de cada tipo de presencia de la imagen.

Los círculos azules representan la mediana de la potencia de Valor de las imágenes (es decir, el punto intermedio de los datos). Si hay 2 círculos azules por un mismo valor, representa que la mediana de la Potencia de Valor de las imágenes está entre los dos (la mediana corresponde a la media de los dos).

7.1.1 Maniquí



Observamos que en el Valor Cultura, se han valorado 3 imágenes Maniquí. De las 3 imágenes una media de 40.33 personas han considerado que el Valor Cultura es un valor presente en la imagen.

- El 4.17% cree que su influencia es totalmente desfavorable.
- El 15.01% valora que su influencia es muy desfavorable.
- El 6.55% valora que su influencia es un poco desfavorable.
- El 27.66% valora que ni es favorable ni desfavorable.
- El 21.58% valora que es un poco favorable.
- El 17.04% cree que es muy favorable.
- El 7.99% cree que es totalmente favorable.

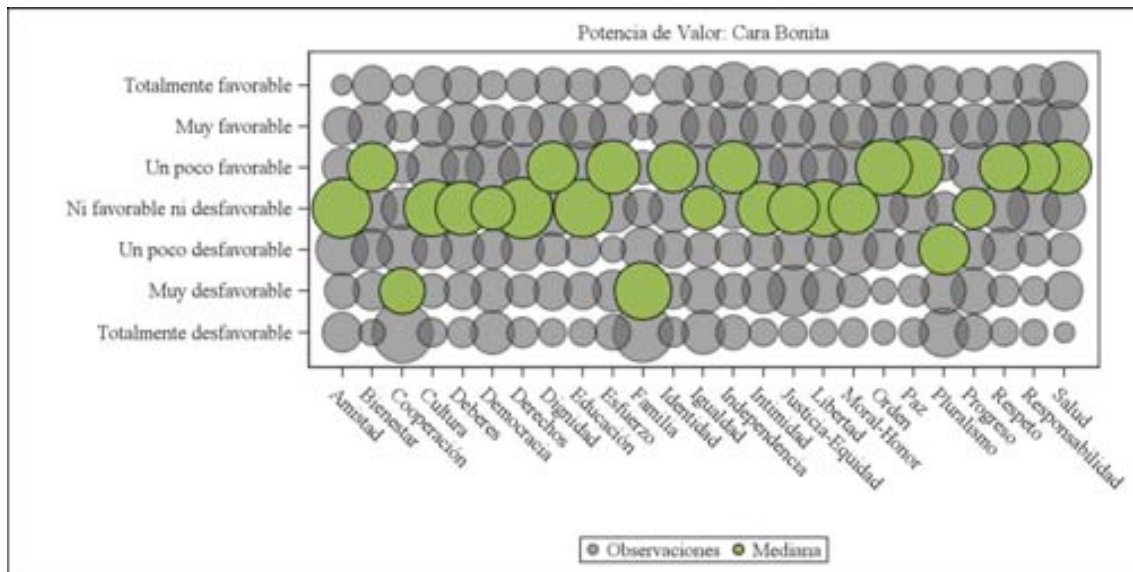
El valor central de los datos (mediana) del Valor Cultura en imágenes Maniquí es **Ni favorable ni desfavorable**.

Con esto, se reportan los porcentajes de respuestas de Potencia y se calcula la mediana de los datos, es decir, el valor central de los datos.

- En imágenes con Estereotipo Maniquí, los Valores Amistad, Cooperación, Familia, Intimidad, Justicia-Equidad, Moral-Honor, Progreso han obtenido una mediana de **Un poco desfavorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable o Un poco desfavorable.
- En imágenes con Estereotipo Maniquí, los Valores Educación y Responsabilidad han obtenido una mediana de **Un poco favorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable, Un poco desfavorable, Ni favorable ni desfavorable o Un poco favorable. O equivalentemente, Más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente favorable, Muy favorable o Un poco favorable.
- En imágenes con Estereotipo Maniquí, el resto de Valores tienen una mediana **Ni favorable ni desfavorable**.

Valor	N imágenes	Media nº personas	Totalm. desfav	% respuestas						Mediana
				Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav	Totalm. fav	
Amistad	3	16.33	18.10%	21.48%	27.41%	7.62%	12.17%	12.28%	0.95%	Un poco desfavorable
Bienestar	3	51.33	8.55%	19.17%	10.43%	14.99%	23.71%	15.68%	7.47%	Ni favorable ni desfavorable
Cooperación	3	19.00	20.41%	23.92%	11.25%	14.93%	22.48%	3.51%	3.51%	Un poco desfavorable
Cultura	3	40.33	4.17%	15.01%	6.55%	27.66%	21.58%	17.04%	7.99%	Ni favorable ni desfavorable
Deberes	3	23.33	6.71%	14.58%	15.28%	23.84%	20.37%	14.35%	4.86%	Ni favorable ni desfavorable
Democracia	3	15.33	9.47%	16.35%	19.35%	18.85%	21.57%	10.06%	4.35%	Ni favorable ni desfavorable
Derechos	3	23.33	8.97%	17.53%	12.67%	32.59%	19.62%	4.64%	3.98%	Ni favorable ni desfavorable
Dignidad	3	49.67	8.51%	16.75%	11.13%	26.48%	15.92%	12.67%	8.53%	Ni favorable ni desfavorable
Educación	3	28.67	2.78%	17.84%	11.46%	15.95%	24.31%	19.37%	8.29%	Un poco favorable
Esfuerzo	3	23.67	8.40%	22.92%	7.43%	22.27%	15.93%	18.47%	4.59%	Ni favorable ni desfavorable
Familia	3	14.00	21.13%	22.12%	17.19%	17.47%	9.54%	3.17%	9.38%	Un poco desfavorable
Identidad	3	52.33	11.95%	15.35%	12.77%	11.31%	22.78%	16.06%	9.77%	Ni favorable ni desfavorable
Maniquí	3	33.33	18.20%	19.92%	10.27%	16.46%	20.28%	4.84%	10.04%	Ni favorable ni desfavorable
Independencia	3	44.00	22.08%	15.97%	4.72%	16.81%	13.02%	14.05%	13.34%	Ni favorable ni desfavorable
Intimidad	3	23.67	16.58%	21.22%	21.51%	14.19%	15.42%	5.15%	5.94%	Un poco desfavorable
Justicia-Equidad	3	19.00	12.67%	24.94%	16.24%	15.70%	16.78%	7.07%	6.60%	Un poco desfavorable
Libertad	3	42.00	18.94%	18.47%	8.70%	16.72%	14.96%	12.71%	9.50%	Ni favorable ni desfavorable
Moral-Honor	3	26.00	14.89%	16.54%	19.57%	18.76%	9.27%	13.42%	7.54%	Un poco desfavorable
Orden	3	44.33	3.50%	13.62%	7.83%	26.47%	22.86%	12.60%	13.12%	Ni favorable ni desfavorable
Paz	3	29.67	6.58%	8.27%	13.48%	25.09%	19.16%	14.98%	12.44%	Ni favorable ni desfavorable
Pluralismo	3	26.00	19.72%	20.00%	6.67%	27.50%	17.22%	4.44%	4.44%	Ni favorable ni desfavorable
Progreso	3	27.33	11.36%	31.02%	14.03%	10.34%	14.79%	13.34%	5.12%	Un poco desfavorable
Respeto	3	34.67	5.14%	23.93%	15.32%	20.86%	19.58%	12.15%	3.03%	Ni favorable ni desfavorable
Responsabilidad	3	22.00	9.96%	4.94%	14.20%	20.19%	23.28%	21.16%	6.26%	Un poco favorable
Salud	3	33.33	8.86%	16.44%	12.60%	23.76%	13.51%	12.08%	12.75%	Ni favorable ni desfavorable

7.1.2 Cara Bonita



Observamos que en el Valor Deberes, se han valorado 3 imágenes Cara Bonita. De las 3 imágenes una media de 16.33 personas han considerado que el Valor Deberes es un valor presente en la imagen.

- El 5.25% cree que su influencia es totalmente desfavorable.
- El 9.7% valora que su influencia es muy desfavorable.
- El 14.85% valora que su influencia es un poco desfavorable.
- El 25.83% valora que ni es favorable ni desfavorable.
- El 14.08% valora que es un poco favorable.
- El 19.88% cree que es muy favorable.
- El 10.41% cree que es totalmente favorable.

El valor central de los datos (mediana) del Valor Deberes en imágenes Cara Bonita es **Ni favorable ni desfavorable**.

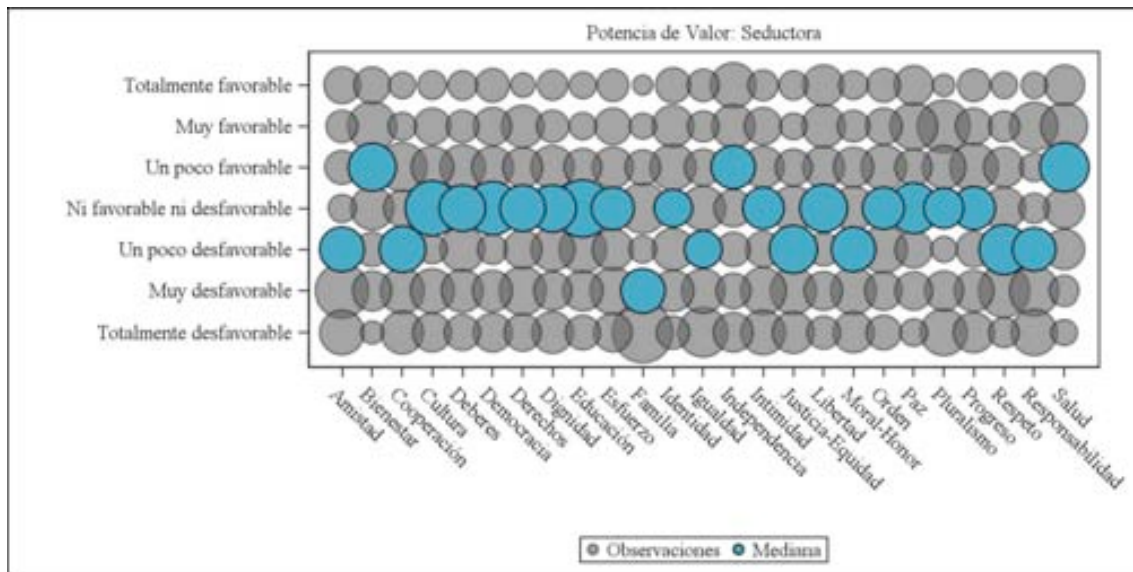
Con esto, se reportan los porcentajes de respuestas de Potencia y se calcula la mediana de los datos, es decir, el valor central de los datos.

- En imágenes con Estereotipo Cara Bonita, los Valores Cooperación y Familia han obtenido una mediana de **Muy desfavorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable o Un poco desfavorable.
- En imágenes con Estereotipo Cara Bonita, el Valor Pluralismo ha obtenido una mediana de **Un poco desfavorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que Pluralismo es Totalmente desfavorable, Muy desfavorable o Un poco desfavorable.
- En imágenes con Estereotipo Cara Bonita, los Valores Bienestar, Dignidad, Esfuerzo, Identidad, Independencia, Orden, Paz, Respeto, Responsabilidad y Salud han obtenido una mediana de **Un poco favorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable, Un poco desfavorable, Ni favorable ni desfavorable o Un poco favorable. O equivalentemente, Más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente favorable, Muy favorable o Un poco favorable.

- En imágenes con Estereotipo Cara Bonita, el resto de Valores tienen una mediana **Ni favorable ni desfavorable**.

Valor	N imágenes	Media nº personas	Totalm. desfav	% respuestas						Mediana	
				Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav	Totalm. fav		
Amistad	3	10.67	12.33%	8.16%	23.98%	32.98%	11.66%	10.90%	0.00%	Ni favorable ni desfavorable	
Bienestar	3	39.00	2.58%	10.73%	13.05%	20.75%	21.03%	20.18%	11.68%	Un poco favorable	
Cooperación	3	9.67	34.34%	17.17%	21.55%	14.14%	6.73%	6.06%	0.00%	Muy desfavorable	
Cultura	3	31.33	4.69%	7.23%	11.67%	29.54%	23.13%	13.12%	10.62%	Ni favorable ni desfavorable	
Deberes	3	16.33	5.25%	9.70%	14.85%	25.83%	14.08%	19.88%	10.41%	Ni favorable ni desfavorable	
Democracia	3	9.67	15.48%	13.69%	11.31%	15.48%	25.60%	14.29%	4.17%	Ni favorable ni desfavorable	
Derechos	3	20.33	5.68%	6.80%	14.72%	34.08%	19.57%	12.76%	6.38%	Ni favorable ni desfavorable	
Dignidad	3	38.00	3.49%	10.58%	7.02%	28.15%	22.86%	19.19%	8.71%	Un poco favorable	
Educación	3	28.67	3.63%	9.31%	8.39%	31.04%	23.59%	17.12%	6.91%	Ni favorable ni desfavorable	
Esfuerzo	3	22.00	8.81%	12.98%	2.56%	20.19%	25.64%	19.60%	10.20%	Un poco favorable	
Familia	3	8.33	32.90%	29.87%	15.58%	10.82%	7.79%	3.03%	0.00%	Muy desfavorable	
Identidad	3	40.67	4.89%	8.88%	9.92%	19.39%	22.81%	23.17%	10.96%	Un poco favorable	
Cara Bonita	Igualdad	3	16.33	15.13%	16.79%	8.88%	15.48%	16.86%	15.54%	11.31%	Ni favorable ni desfavorable
	Independencia	3	34.00	7.94%	7.85%	8.80%	13.70%	24.41%	19.68%	17.63%	Un poco favorable
	Intimidad	3	26.00	3.92%	15.21%	11.07%	24.84%	18.19%	16.96%	9.80%	Ni favorable ni desfavorable
	Justicia-Equidad	3	12.33	3.70%	22.22%	12.48%	22.03%	19.88%	14.42%	5.26%	Ni favorable ni desfavorable
	Libertad	3	28.67	3.42%	13.91%	9.44%	29.06%	17.57%	19.41%	7.18%	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	3	20.00	4.17%	6.63%	21.02%	21.97%	22.35%	17.23%	6.63%	Ni favorable ni desfavorable
	Orden	3	22.33	1.75%	2.30%	12.28%	19.18%	27.89%	19.78%	16.82%	Un poco favorable
	Paz	3	17.00	4.44%	5.46%	8.79%	19.49%	32.97%	16.38%	12.46%	Un poco favorable
	Pluralismo	3	11.67	21.20%	16.16%	22.78%	7.87%	3.70%	18.33%	9.95%	Un poco desfavorable
	Progreso	3	20.67	9.48%	16.99%	13.29%	13.69%	22.15%	16.99%	7.41%	Ni favorable ni desfavorable
	Respeto	3	22.67	4.05%	5.62%	15.10%	21.33%	20.57%	23.76%	9.58%	Un poco favorable
	Responsabilidad	3	19.67	3.03%	3.36%	7.14%	24.83%	23.10%	25.62%	12.92%	Un poco favorable
	Salud	3	29.33	0.00%	10.38%	7.34%	15.12%	25.98%	22.33%	18.85%	Un poco favorable

7.1.3 Seductora



Observamos que en el Valor Democracia, se han valorado 3 imágenes Seductora. De las 3 imágenes una media de 12 personas han considerado que el Valor Democracia es un valor presente en la imagen.

- El 13.47% cree que su influencia es totalmente desfavorable.
- El 14.2% valora que su influencia es muy desfavorable.
- El 5.79% valora que su influencia es un poco desfavorable.
- El 29.21% valora que ni es favorable ni desfavorable.
- El 16.01% valora que es un poco favorable.
- El 12.5% cree que es muy favorable.
- El 8.82% cree que es totalmente favorable.

El valor central de los datos (mediana) del Valor Cultura en imágenes Seductora es **Ni favorable ni desfavorable**.

Con esto, se reportan los porcentajes de respuestas de Potencia y se calcula la mediana de los datos, es decir, el valor central de los datos.

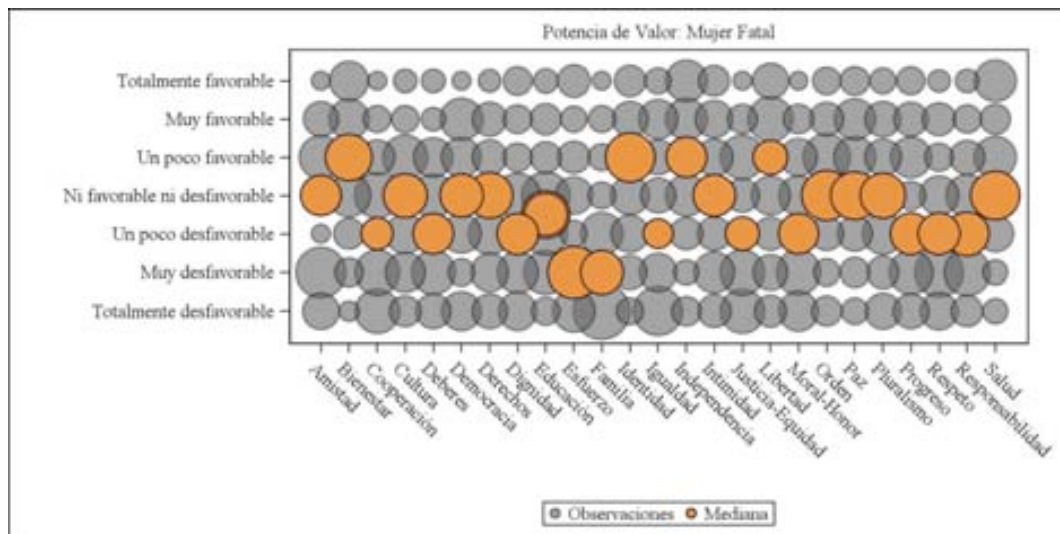
- En imágenes con Estereotipo Seductora, el Valor Familia ha obtenido una mediana de **Muy desfavorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable o Muy desfavorable. Estas 3 imágenes tan sólo han tenido una media de 8 personas que hayan considerado que el Valor Familia es un Valor presente en la imagen.
- En imágenes con Estereotipo Seductora, los Valores Amistad, Cooperación, Igualdad, Justicia-Equidad, Moral-Honor, Respeto y Responsabilidad han obtenido una mediana de **Un poco desfavorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable o Un poco desfavorable.
- En imágenes con Estereotipo Seductora, los Valores Bienestar, Independencia y Salud han obtenido una mediana de **Un poco favorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable, Un poco desfavorable, Ni favorable ni desfavorable o Un poco favorable. O equivalentemente, Más del

50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente favorable, Muy favorable o Un poco favorable.

- En imágenes con Estereotipo Seductora, el resto de Valores tienen una mediana **Ni favorable ni desfavorable**.

Valor	N imágenes	Media nº personas	% respuestas								Mediana
			Totalm. desfav.	Muy desfav.	Un poco desfav.	Ni fav ni desfav.	Un poco fav.	Muy fav.	Totalm. fav.		
Amistad	3	23.00	18.89%	29.04%	19.54%	4.60%	9.20%	7.47%	11.26%	Un poco desfavorable	
Bienestar	3	52.67	1.61%	13.45%	9.24%	17.82%	22.69%	23.95%	11.25%	Un poco favorable	
Cooperación	3	17.33	17.06%	18.73%	20.56%	11.27%	23.81%	4.76%	3.81%	Un poco desfavorable	
Cultura	3	25.00	13.38%	18.13%	5.38%	30.63%	16.33%	11.06%	5.09%	Ni favorable ni desfavorable	
Deberes	3	12.33	10.26%	16.32%	19.35%	20.98%	19.81%	7.69%	5.59%	Ni favorable ni desfavorable	
Democracia	3	12.00	13.47%	14.20%	5.79%	29.21%	16.01%	12.50%	8.82%	Ni favorable ni desfavorable	
Derechos	3	23.67	11.63%	21.99%	12.84%	20.36%	14.29%	16.59%	2.30%	Ni favorable ni desfavorable	
Dignidad	3	42.67	15.83%	12.50%	18.06%	21.81%	17.92%	7.78%	6.11%	Ni favorable ni desfavorable	
Educación	3	16.67	9.85%	14.03%	21.70%	34.47%	12.07%	4.07%	3.81%	Ni favorable ni desfavorable	
Esfuerzo	3	17.67	12.90%	20.74%	15.48%	17.03%	15.27%	11.15%	7.43%	Ni favorable ni desfavorable	
Familia	3	8.00	39.17%	18.06%	4.17%	25.28%	10.00%	3.33%	0.00%	Muy desfavorable	
Identidad	3	42.67	8.40%	15.35%	16.70%	12.48%	20.97%	15.95%	10.15%	Ni favorable ni desfavorable	
Seductora	Igualdad	3	29.33	24.86%	18.09%	11.97%	19.37%	11.25%	6.91%	7.55%	Un poco desfavorable
	Independencia	3	36.00	13.99%	9.48%	9.11%	12.18%	17.97%	17.65%	19.63%	Un poco favorable
	Intimidad	3	34.67	19.18%	20.16%	10.47%	15.79%	16.25%	11.87%	6.30%	Ni favorable ni desfavorable
	Justicia-Equidad	3	16.00	15.98%	20.27%	23.05%	20.02%	11.36%	3.90%	5.41%	Un poco desfavorable
	Libertad	3	41.67	8.11%	12.40%	8.42%	22.08%	16.27%	17.57%	15.15%	Ni favorable ni desfavorable
	Moral-Honor	3	26.33	15.49%	20.46%	18.92%	18.25%	14.41%	7.31%	5.15%	Un poco desfavorable
	Orden	3	23.00	9.90%	11.99%	22.35%	15.99%	19.92%	11.29%	8.57%	Ni favorable ni desfavorable
	Paz	3	24.33	4.44%	11.51%	11.50%	25.39%	11.34%	22.05%	13.77%	Ni favorable ni desfavorable
	Pluralismo	3	15.33	21.48%	13.21%	3.33%	14.44%	17.78%	28.52%	1.23%	Ni favorable ni desfavorable
	Progreso	3	19.00	15.09%	14.49%	10.33%	17.37%	23.28%	11.25%	8.19%	Ni favorable ni desfavorable
	Respeto	3	29.00	6.27%	26.73%	24.94%	16.78%	14.95%	6.76%	3.57%	Un poco desfavorable
	Responsabilidad	3	12.67	20.75%	24.19%	17.54%	5.88%	4.99%	23.32%	3.33%	Un poco desfavorable
	Salud	3	32.67	3.55%	5.93%	14.98%	15.07%	23.92%	21.86%	14.68%	Un poco favorable

7.1.4 Mujer Fatal



Observamos que en el Valor Derechos, se han valorado 2 imágenes Mujer Fatal. De las 2 imágenes una media de 20 personas han considerado que el Valor Derechos es un valor presente en la imagen.

- El 12.66% cree que su influencia es totalmente desfavorable.
- El 15.04% valora que su influencia es muy desfavorable.
- El 20.3% valora que su influencia es un poco desfavorable.
- El 25.31% valora que ni es favorable ni desfavorable.
- El 12.41% valora que es un poco favorable.
- El 11.9% cree que es muy favorable.
- El 2.38% cree que es totalmente favorable.

El valor central de los datos (mediana) del Valor Derechos en imágenes Mujer Fatal es **Ni favorable ni desfavorable**.

Con esto, se reportan los porcentajes de respuestas de Potencia y se calcula la mediana de los datos, es decir, el valor central de los datos.

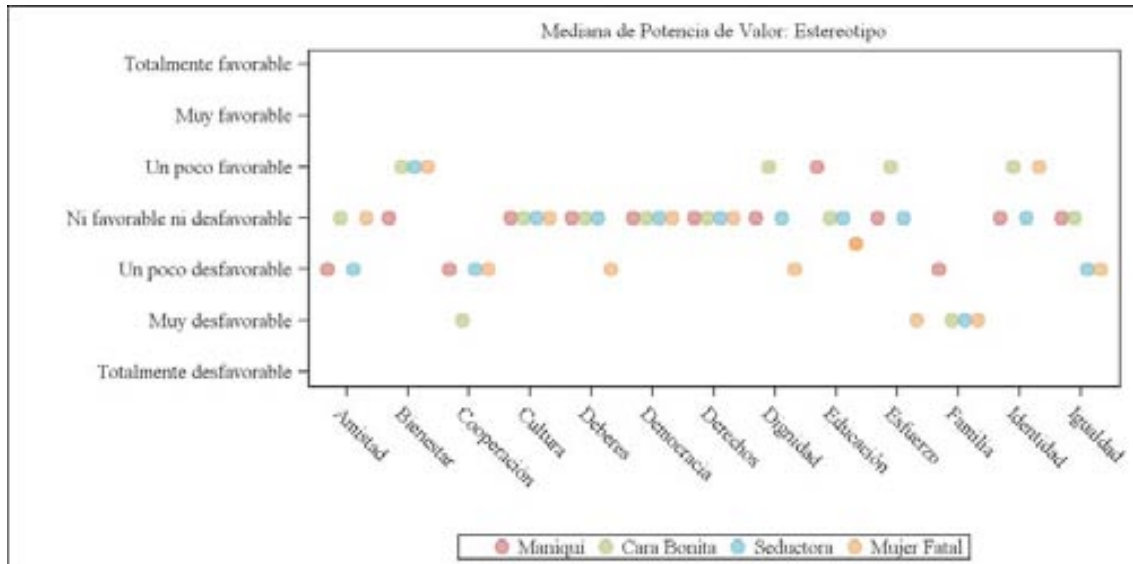
- En imágenes con Estereotipo Esfuerzo y Familia han obtenido una mediana de **Muy desfavorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable o Muy desfavorable.
- En imágenes con Estereotipo Mujer Fatal, los Valores Cooperación, Deberes, Dignidad, Igualdad, Justicia-Equidad, Moral-Honor, Progreso, Respeto o Responsabilidad han obtenido una mediana de **Un poco desfavorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable o Un poco desfavorable.
- En imágenes con Estereotipo Bienestar, Identidad, Independencia y Libertad han obtenido una mediana de **Un poco favorable**. Con esto podemos concluir que más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente desfavorable, Muy desfavorable, Un poco desfavorable, Ni favorable ni desfavorable o Un poco favorable. O equivalentemente, Más del 50% de las personas han considerado que estos Valores son Totalmente favorable, Muy favorable o Un poco favorable.

- En imágenes con Estereotipo Mujer Fatal, el resto de Valores tienen una mediana **Ni favorable ni desfavorable**.

Valor	N imágenes	Media n° personas	Totalm. desfav	% respuestas						Mediana
				Muy desfav	Un poco desfav	Ni fav ni desfav	Un poco fav	Muy fav	Totalm. fav	
Amistad	2	10.00	14.58%	31.25%	0.00%	18.75%	22.92%	12.50%	0.00%	Ni favorable ni desfavorable
Bienestar	2	51.50	0.96%	6.81%	8.73%	21.38%	26.19%	18.50%	17.44%	Un poco favorable
Cooperación	2	10.50	23.61%	23.61%	9.72%	25.00%	12.50%	5.56%	0.00%	Un poco desfavorable
Cultura	2	17.00	9.03%	17.36%	17.71%	22.57%	24.31%	5.90%	3.13%	Ni favorable ni desfavorable
Deberes	2	13.00	13.13%	22.50%	18.13%	22.50%	17.50%	3.13%	3.13%	Un poco desfavorable
Democracia	2	9.00	17.50%	5.00%	17.50%	21.25%	17.50%	21.25%	0.00%	Ni favorable ni desfavorable
Derechos	2	20.00	12.66%	15.04%	20.30%	25.31%	12.41%	11.90%	2.38%	Ni favorable ni desfavorable
Dignidad	2	36.50	16.40%	19.18%	19.29%	24.59%	6.87%	6.83%	6.83%	Un poco desfavorable
Educación	2	16.00	6.35%	22.62%	21.03%	28.17%	9.13%	9.13%	3.57%	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable
Esfuerzo	2	19.50	20.92%	33.29%	5.00%	15.26%	10.26%	5.00%	10.26%	Muy desfavorable
Familia	2	7.00	41.11%	21.11%	21.11%	5.56%	5.56%	5.56%	0.00%	Muy desfavorable
Identidad	2	37.00	5.27%	10.84%	14.98%	16.56%	29.67%	13.41%	9.27%	Un poco favorable
Igualdad	2	20.00	29.82%	15.29%	7.14%	12.91%	12.66%	17.42%	4.76%	Un poco desfavorable
Independencia	2	39.00	7.51%	3.75%	10.37%	19.57%	18.41%	20.20%	20.20%	Un poco favorable
Intimidad	2	46.50	10.69%	18.26%	11.74%	20.42%	15.00%	15.21%	8.68%	Ni favorable ni desfavorable
Justicia-Equidad	2	13.00	23.21%	23.21%	11.31%	11.31%	23.21%	7.74%	0.00%	Un poco desfavorable
Libertad	2	37.00	9.50%	12.13%	10.82%	17.32%	12.21%	24.34%	13.67%	Un poco favorable
Moral-Honor	2	19.50	17.89%	23.29%	18.03%	17.89%	15.13%	7.76%	0.00%	Un poco desfavorable
Orden	2	13.00	8.13%	5.00%	11.25%	31.25%	26.88%	11.25%	6.25%	Ni favorable ni desfavorable
Paz	2	20.00	5.01%	7.39%	12.91%	28.20%	19.80%	19.55%	7.14%	Ni favorable ni desfavorable
Pluralismo	2	10.50	14.09%	9.55%	19.55%	24.55%	14.09%	13.64%	4.55%	Ni favorable ni desfavorable
Progreso	2	16.50	13.10%	22.02%	19.64%	7.14%	19.64%	11.90%	6.55%	Un poco desfavorable
Respeto	2	23.00	15.22%	28.26%	19.57%	17.39%	6.52%	10.87%	2.17%	Un poco desfavorable
Responsabilidad	2	15.50	9.40%	25.43%	22.65%	20.94%	12.18%	6.62%	2.78%	Un poco desfavorable
Salud	2	24.50	4.10%	3.85%	13.96%	29.18%	20.48%	8.19%	20.23%	Ni favorable ni desfavorable

7.1.5 Gráfico resumen

Se presentan dos gráficos con la representación de las medianas de las valoraciones de la potencia de cada valor según el Tipo de Mujer Objeto de Deseo:

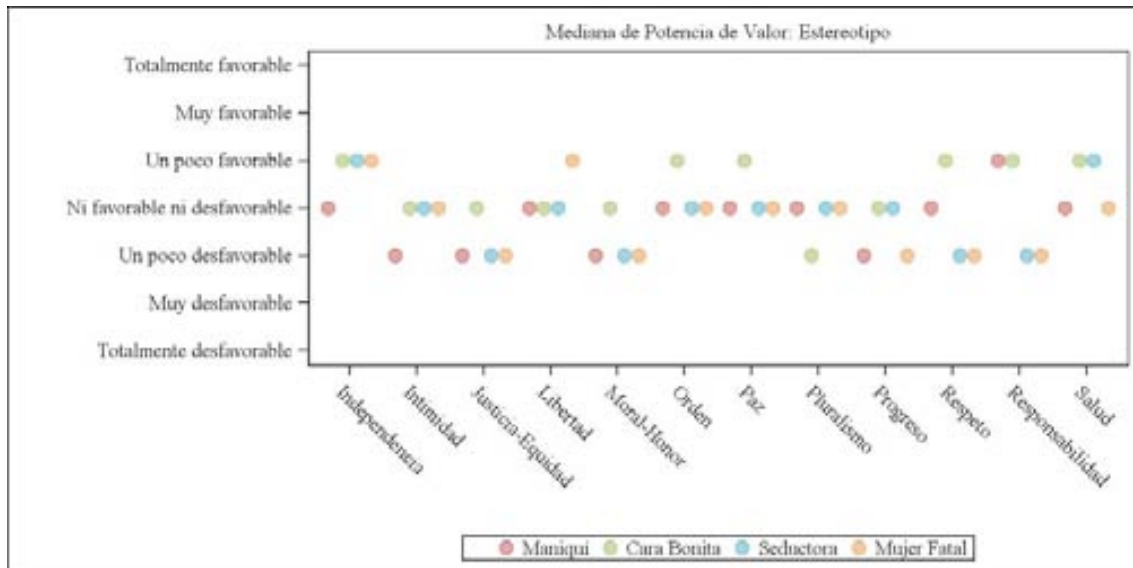


- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Amistad es: **Un poco desfavorable** en imágenes Maniquí y Seductora; en cambio, en imágenes Cara Bonita y Mujer Fatal es **Ni favorable ni desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Bienestar es: **Ni favorable ni desfavorable** en imágenes Maniquí; en cambio, en imágenes Cara Bonita, Seductora y Mujer Fatal es **Un poco favorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Cooperación es: **Muy desfavorable** en imágenes Cara Bonita; en cambio, en imágenes Maniquí, Seductora y Mujer Fatal es **Un poco desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Deberes es: **Un poco desfavorable** en imágenes Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Maniquí, Cara Bonita y Seductora es **Ni favorable ni desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Dignidad es: **Un poco desfavorable** en imágenes Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Maniquí y Seductora es **Ni favorable ni desfavorable**; y en imágenes Cara Bonita es **Un poco favorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Educación es: **Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable** en imágenes Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Cara Bonita y Seductora es **Ni favorable ni desfavorable**; y en imágenes Maniquí es **Un poco favorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Esfuerzo es: **Muy desfavorable** en imágenes Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Maniquí y Seductora es **Ni favorable ni desfavorable**; y en imágenes Cara Bonita es **Un poco favorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Familia es **Muy desfavorable** en imágenes Cara Bonita, Seductora y Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Maniquí es **Un poco desfavorable**.

- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Identidad es: **Ni favorable ni desfavorable** en imágenes Maniquí y Seductora; en cambio, en imágenes Cara Bonita y Mujer Fatal es **Un poco favorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Igualdad es: **Un poco desfavorable** en imágenes Seductora y Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Maniquí y Cara Bonita es **Ni favorable ni desfavorable**.
- En el resto de Valores hay igualdad en las medianas de la Potencia de cada Valor entre Estereotipos.

En la siguiente tabla se presentan las medianas de la Potencia de Valor según el tipo de Mujer Objeto de Deseo en los primeros 13 Valores (hasta Igualdad):

	Maniquí		Cara Bonita		Seductora		Mujer Fatal	
	N imágenes	Mediana	N imágenes	Mediana	N imágenes	Mediana	N imágenes	Mediana
Amistad	3	Un poco desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco desfavorable	2	Ni favorable ni desfavorable
Bienestar	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco favorable	3	Un poco favorable	2	Un poco favorable
Cooperación	3	Un poco desfavorable	3	Muy desfavorable	3	Un poco desfavorable	2	Un poco desfavorable
Cultura	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Ni favorable ni desfavorable
Deberes	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Un poco desfavorable
Democracia	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Ni favorable ni desfavorable
Derechos	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Ni favorable ni desfavorable
Dignidad	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco favorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Un poco desfavorable
Educación	3	Un poco favorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Entre ni favorable ni desfavorable y un poco desfavorable
Esfuerzo	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco favorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Muy desfavorable
Familia	3	Un poco desfavorable	3	Muy desfavorable	3	Muy desfavorable	2	Muy desfavorable
Identidad	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco favorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Un poco favorable
Igualdad	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco desfavorable	2	Un poco desfavorable



- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Independencia es: **Ni favorable ni desfavorable** en imágenes Maniquí; en cambio, en imágenes Cara Bonita, Seductora y Mujer Fatal es **Un poco favorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Intimidad es: **Un poco desfavorable** en imágenes Maniquí; en cambio, en imágenes Cara Bonita, Seductora y Mujer Fatal es **Ni favorable ni desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Justicia-Equidad es: **Un poco desfavorable** en imágenes Maniquí, Seductora y Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Cara Bonita es **Ni favorable ni desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Libertad es: **Ni favorable ni desfavorable** en imágenes Maniquí, Cara Bonita y Seductora; en cambio, en imágenes Mujer Fatal es **Un poco favorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Moral-Honor es: **Un poco desfavorable** en imágenes Maniquí, Seductora y Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Cara Bonita es **Ni favorable ni desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia de los Valores Orden y Paz es: **Ni favorable ni desfavorable** en imágenes Maniquí, Seductora y Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Cara Bonita es **Un poco favorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Pluralismo es: **Un poco desfavorable** en imágenes Cara Bonita; en cambio, en imágenes Maniquí, Seductora y Mujer Fatal es **Ni favorable ni desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Progreso es: **Un poco desfavorable** en imágenes Maniquí y Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Cara Bonita y Seductora es **Ni favorable ni desfavorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Respeto es **Un poco desfavorable** en imágenes Seductora y Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Maniquí es **Ni favorable ni desfavorable**; y en imágenes Cara Bonita es **Un poco favorable**.
- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Responsabilidad es: **Un poco desfavorable** en imágenes Seductora y Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Maniquí y Cara Bonita es **Un poco favorable**.

- La mediana de la valoración de la Potencia del Valor Salud es: **Ni favorable ni desfavorable** en imágenes Maniquí y Mujer Fatal; en cambio, en imágenes Cara Bonita y Seductora es **Un poco favorable**.

En la siguiente tabla se presentan las medianas de la Potencia de Valor según el tipo de Mujer Objeto de Deseo en los últimos 12 Valores (empezando en Independencia):

	Maniquí		Cara Bonita		Seductora		Mujer Fatal	
	N imágenes	Mediana	N imágenes	Mediana	N imágenes	Mediana	N imágenes	Mediana
Independencia	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco favorable	3	Un poco favorable	2	Un poco favorable
Intimidad	3	Un poco desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Ni favorable ni desfavorable
Justicia-Equidad	3	Un poco desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco desfavorable	2	Un poco desfavorable
Libertad	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Un poco favorable
Moral-Honor	3	Un poco desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco desfavorable	2	Un poco desfavorable
Orden	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco favorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Ni favorable ni desfavorable
Paz	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco favorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Ni favorable ni desfavorable
Pluralismo	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Ni favorable ni desfavorable
Progreso	3	Un poco desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Ni favorable ni desfavorable	2	Un poco desfavorable
Respeto	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco favorable	3	Un poco desfavorable	2	Un poco desfavorable
Responsabilidad	3	Un poco favorable	3	Un poco favorable	3	Un poco desfavorable	2	Un poco desfavorable
Salud	3	Ni favorable ni desfavorable	3	Un poco favorable	3	Un poco favorable	2	Ni favorable ni desfavorable