

LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

Construcción, actitudes e impacto en la juventud española



Centro
Reina Sofía
sobre adolescencia
y juventud

fad



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES
Y AGENDA 2030



POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL

CRÉDITOS

© FAD, 2022

Edición

Centro Reina Sofía sobre adolescencia y juventud, Fundación Fad Juventud

Avda. de Burgos, 1 y 3, 28036 Madrid

fad.es

Teléfono: 913 838 348

fad@fad.es

Autoría

Anna Sanmartín Ortí

Stribor Kuric Kardelis

Alejandro Gómez Miguel

Maquetación y Portada

Drus Jiménez

behance.net/drusjimenez

instagram.com/drus_jimenez

ISBN

978-84-17027-88-9

DOI

10.5281/zenodo.7319236

Cómo citar este texto

Sanmartín Ortí, A., Kuric Kardelis, S. & Gómez Miguel, A. (2022). La caja de la masculinidad: construcción, actitudes e impacto en la juventud española. Madrid: Centro Reina Sofía sobre adolescencia y juventud, Fundación Fad Juventud.

DOI: 10.5281/zenodo.7319236

PRESENTACIÓN

En la **Fundación Fad Juventud** llevamos años analizando cómo los chicos y las chicas adolescentes y jóvenes entienden la masculinidad y la feminidad, qué estereotipos se cuestionan y cuáles perduran, así como trabajando en campañas y programas para fomentar la igualdad, el respeto a la diversidad y para combatir los discursos de odio.

Los datos que presentamos en este estudio beben pues de esa experiencia previa y ponen de relieve el camino que todavía queda por recorrer. Cuando ponemos el foco en las masculinidades, en plural, y en la construcción social que hacemos de ellas, detectamos posturas diversas y complejas, procesos inacabados de definición de identidades, que abren nuevas preguntas de investigación y ponen en tela de juicio los intentos de generalización.

La propuesta de ubicar a los y las jóvenes en el marco de la «caja de la masculinidad», una construcción teórica que trata de ordenar la realidad para entender qué impactos puede tener colocarse en cada posición —dentro, fuera o al borde de la teórica caja—. Y, entre otras cosas, lo que se desprende de las conclusiones del estudio es que sostener determinadas creencias sobre lo que es «ser un hombre», más próximas a la masculinidad hegemónica tradicional, tiene consecuencias negativas a diferentes niveles: a nivel emocional y psicológico, en la asunción de conductas de riesgo, o en relación a la violencia en general y a la violencia de género en particular. Y, en sentido inverso, cuestionar los postulados de ese tipo de masculinidad, ofrece resultados más positivos: mayores cotas de felicidad y bienestar declarados, menos exposición a riesgos y a violencia y relaciones de pareja más igualitarias. Entre medias, el mayor porcentaje de hombres de la muestra, aquéllos que se ubican «al borde», que cuestionan algunos elementos del patriarcado pero que sostienen otros, y que nos pueden dar muchas pistas sobre qué elementos de las masculinidades están en crisis y cuáles otros parecen más afianzados o menos problematizados.

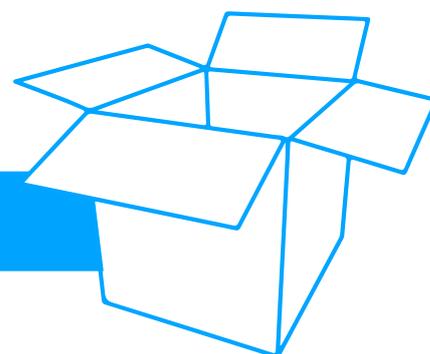
Desde la **Fad** nos parece una aportación clave al debate sobre la igualdad y frente a la discriminación y la violencia de género, y una herramienta muy necesaria para afinar la intervención con población joven. No se trata de señalar culpables, sino de entender cómo construimos el patriarcado, qué elementos del mismo están en cuestión, cuáles gozan de buena salud y cómo se pueden revertir los modelos, posturas, roles y estereotipos en la búsqueda de masculinidades igualitarias.

Beatriz Martín Padura

Directora General de la Fundación Fad Juventud

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 3
2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO 13
3. PRINCIPALES HALLAZGOS 15
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS 19
 - 4.1. Construcción de la masculinidad 20
 - 4.2. Situación personal y comportamientos 34
 - 4.3. Valores y creencias 52
5. CONCLUSIONES 63
6. BIBLIOGRAFÍA 78
7. METODOLOGÍA 82



INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

Esta investigación se enmarca en la línea de estudios sobre juventud y género que el equipo del **Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud** de la **Fundación Fad Juventud** lleva años desarrollando. La experiencia previa nos ha permitido ir desgranado tendencias en los discursos y percepciones que la propia población joven sostiene sobre sí misma, sobre sus iguales y los entornos en los que se socializan. Hemos atendido a temas relacionados con los estereotipos de género, con los roles dentro y fuera del hogar, con las relaciones de amistad y de pareja o con la sexualidad y las violencias. El abordaje de temáticas plurales y la posibilidad de realizar análisis longitudinales y de tendencias a través de barómetros bianuales desde 2017 (Ballesteros et al., 2019; Ballesteros et al., 2017; Rodríguez et al., 2021; Sanmartín et al., 2019) ha permitido identificar avances y retrocesos en las actitudes hacia la igualdad y el sentir feminista de la población joven española en los últimos años.

El último barómetro de género, *Barómetro Juventud y Género 2021. Identidades, representaciones y experiencias en una realidad social compleja*, destacó algunos datos que nos parecieron especialmente preocupantes y que, en gran parte, han empujado al estudio de una temática concreta —las masculinidades— que no habíamos atendido de forma específica con anterioridad.

Ese estudio permitió identificar que la masculinidad se configura como una categoría poco flexible ante los roles tradicionales de género entre la población joven. Mientras que las mujeres mostraban una mayor tendencia a vincularse con posiciones ideológicas transgresoras con los mandatos de género tradicionales con mucha más frecuencia, los hombres adoptaban posturas más conservadoras. Se señaló en los hombres una preocupante tendencia a minimizar los efectos perjudiciales que tiene la estructura patriarcal que rige nuestra sociedad. La percepción de que las desigualdades de género son importantes aumentó en las mujeres en el último lustro (entre 6 y 7 puntos porcentuales) hasta representar al 72,9% en 2021, pero se redujo en los hombres (entre 2 y 4 puntos) hasta llegar al 42,6%; y 1 de cada 10 hombres directamente negaba la existencia de desigualdades. A pesar de que una amplia mayoría de jóvenes considera que la violencia de género es un problema social muy grave, la percepción era mayor entre las mujeres (74,2%) que entre los hombres (50,4%). En la misma línea, resultó alarmante comprobar los significativos acuerdos con las afirmaciones que tienden a normalizar o a invisibilizar la violencia de género en las respuestas de los hombres, como la de que es un fenómeno inevitable, aunque sea indeseable (24,4%), que es un invento ideológico inexistente (20%) o que no es algo problemático si es de baja intensidad (15,4%) —porcentajes que prácticamente doblaban al de las mujeres y que, además, se han duplicado en los últimos cuatro años. El estudio de las masculinidades cuenta con literatura e investigación empírica de referencia a nivel desde

los años 70. En España, el interés académico de los estudios sobre masculinidades ha ido en aumento desde la década de los 90, consolidándose como un campo fundamental en los estudios de género (Jociles, 2001; Ranea, 2021; Rodríguez-del-Pino et al., 2021; Téllez et al., 2017). A pesar de ello, continúa siendo un campo relativamente novedoso (especialmente en el contexto español) y en continua transformación, por lo que resulta imprescindible seguir profundizando en el mismo.

¿Por qué los hombres, sobre todo los más jóvenes de la muestra encuestada, sostienen en mayor medida posturas alineadas con la masculinidad hegemónica tradicional? ¿En qué elementos sostienen esas creencias? ¿Cómo explicar esos porcentajes, minoritarios pero muy significativos, y cómo modificar esas tendencias, en retroceso respecto a cortes anteriores del barómetro? De estas preguntas surge la necesidad de implementar una encuesta a nuestra población diana, población joven española entre los 15 y 29 años, que atienda a la construcción de las masculinidades, con preguntas aplicadas a varones y mujeres de estas edades —aunque, evidentemente, algunas cuestiones se dirigen exclusivamente a los chicos y, otras, van dirigidas a entender cómo ven las chicas a sus pares varones—. También queremos evidenciar que el foco del presente informe está en el análisis de las masculinidades en hombres cis heterosexuales, dejando otras aproximaciones para futuros desarrollos.

La investigación, a su vez, se ha inspirado en el estudio realizado por Equimundo (antes Promundo-US) en 2017: La caja de la masculinidad: un estudio sobre lo que significa ser hombre joven en Estados Unidos, el Reino Unido y México, en el que se analiza el significado de ser un hombre joven, cómo debe actuar y qué efectos tiene el peso de dichas expectativas (Heilman et al., 2017). Partimos pues de un cuestionario ya validado y contrastado en análisis previos, que hemos adaptado al contexto específico español y ampliado para no perder comparabilidad con estudios anteriores del Centro y poder cubrir otros intereses del equipo de investigación.

1.1. ALGUNOS CONCEPTOS EN TORNO A LA MASCULINIDAD

Desde que nacemos —incluso desde que somos concebidos— nos pensamos y nos piensan con un género determinado. Las identidades de género se fraguan por medio de ejercicios de naturalización (Butler, 2001), de entender como naturales, esenciales y biológicos una serie de sentidos sociales. Los procesos de socialización de género apuntalan modelos ideales de mujer y de hombre basados en ideas preconcebidas o estereotipos de género sobre una persona por el hecho de pertenecer a un grupo determinado. A cada estereotipo se asocian una serie de mandatos de género que condicionan el modo en el que nos comportamos, incorporando el conjunto de expectativas sociales atribuidas al género (Cantos Vicent & Roche Alonso, 2018).

La **masculinidad** es una construcción histórica y cultural que supone un conjunto de prácticas, comportamientos, valores y funciones que cada sociedad atribuye de manera natural al varón, caracterizada por cualidades como la virilidad y la fuerza, y otros elementos que pivotan en torno al privilegio del poder y la negación de los afectos (Rodríguez, 2021). Los principales mandatos de género atribuidos a los hombres podrían resumirse en ejercer poder y tener control, conocer y controlar la violencia, asumir riesgos y ser fundamentalmente

racionales (Cantos Vicent, 2016). Dicha construcción ordena, clasifica e identifica una serie de **categorías en oposición o espejo respecto a la feminidad:**

"La masculinidad se convierte en un ejercicio de oposición continua [...] los sentidos específicos que definen la masculinidad se consolidan por medio de un ejercicio de exclusión entre lo que se considera propio de la naturaleza masculina y aquello que no lo es. De este modo, la masculinidad será activa frente a la pasividad propia de la feminidad; la masculinidad será autónoma frente a la heteronomía o dependencia de los no adultos, las mujeres y quienes ocupan posiciones subalternas; será ser racional frente a la emoción femenina" (García García, 2010: 65).

Así mismo, la masculinidad consolida un modelo social de relaciones de género y encarna unos **valores que se asumen como neutros**, diluidos en categorías no marcadas, que invisibilizan el privilegio masculino (García García, 2009). Detrás del "vacío" o "neutralidad" desde donde se articula la marca de género masculina lo que permea es la lógica de lo masculino como norma y sinónimo de universalidad. Los privilegios masculinos vinculados al acceso a derechos y libertades se configuran como naturales e incuestionables y así la masculinidad queda transparente frente a la marca de género que recae, en primer término, sobre las mujeres. De este modo, el abanico de roles, identidades y comportamientos asociados a la masculinidad tradicional cuenta con una amplitud ilimitada exceptuando los atributos asociados a las mujeres ante los cuales se vuelve prioritario mostrar distancia.

Las atribuciones de género masculinas se encarnan en una suerte de **estadio precario y artificial** que ha de ser constantemente conquistado, ejemplificado por los hombres, en diferentes **demonstraciones, pruebas o ritos** establecidos:

"La masculinidad ha de demostrarse constantemente a través de prácticas y narraciones, para conseguir el reconocimiento del resto de varones. La identidad de género se construye en gran parte a través de la teatralización, buscando la autorreafirmación y la reafirmación del grupo. La masculinidad está en constante tensión entre la aprobación de los demás y de sí mismo" (Ranea, 2021: 44-45).

La literatura identifica un modelo identitario ideal de **masculinidad hegemónica** (Connell, 2003), como configuración de la práctica genérica que encarna la respuesta corrientemente aceptada al problema de la legitimidad del patriarcado; que no sólo excluye y subordina a las mujeres, sino también subordina "a otros modelos de hombre: hombres racializados, hombres gays, transexuales o transgénero, hombres sin recursos económicos, hombres con algún tipo de discapacidad física o psíquica" (Domínguez & Otero, 2018: 19). Varios estudios aluden también a la necesidad de algunos hombres de reforzar su musculatura, hecho que para los adolescentes además tiene que ver con la relación que se establece con alcanzar o no la adultez:

"El estereotipo corporal masculino (musculoso, esbelto, fuerte, viril) y el deseo de adolescentes y jóvenes de encarnarlo está muy conectado con el temor a parecer físicamente inadecuado [...] Se considera que quienes encajan en el ideal corporal obtienen beneficios sociales y culturales que se les niegan a quienes se alejan del mismo" (Navajas-Pertegás, 2021: 99).

Las creencias que sustentan este modelo de masculinidad tienen que ver con mandatos de género como la autosuficiencia prestigiosa, la belicosidad heroica, el respeto al valor de la jerarquía y la superioridad sobre las mujeres y los varones "menos masculinos" (Bonino, 2002). Connell apunta a su vez que la masculinidad hegemónica se configura en oposición y relación a la **feminidad enfatizada**, aquella que se adecua a los intereses y deseos de los hombres, y cuyo sentido y utilidad reside en la contribución a la reproducción del modelo y, con ello, a la construcción y reconstrucción del orden de género. Sus características podrían definirse como la complacencia, la subalternidad, todos ellos aspectos que resultan satisfactorios y ventajosos para los hombres (Ranea, 2021).

Junto a esa masculinidad hegemónica o tradicional, encontramos múltiples versiones y concreciones de la misma, las "**masculinidades híbridas**" (Bridges y Pascoe, 2014): formas diversas y plásticas con las que las masculinidades negocian con entornos en cambio, incorporando elementos subalternos antes penalizados, pero que en algunos contextos son admisibles para dichas masculinidades hegemónicas. Esto es posible porque los hombres no se ajustan a ese modelo ideal, como grupo social no conforman un todo homogéneo, y las sociedades cambian y con ellas el orden de género se rearticula. El género en las sociedades patriarcales, como herramienta de categorización y estructuración social, distribuye de forma diferenciada y jerárquica el poder, los recursos, los espacios, los tiempos. Es un dispositivo de disciplinamiento de las subjetividades. Sin embargo, a pesar de lo señalado, los individuos disponen de agencia y poder para subvertir los mandatos de género. De hecho, las disidencias de la normatividad de género permiten ir generando un resquebrajamiento de sus pilares tradicionales (Ranea, 2021).

Por tanto, el corsé y la rigidez de la identidad genérica de los varones, consecuencia del sistema androcéntrico-patriarcal, se ve tensionado por cambios sociales y culturales — feminismo, precariedad laboral y crisis económica o emergencia climática, entre otros— que rompen con roles tradicionales y cuestionan la desigualdad y la violencia estructural. La presión por demostrar la correcta masculinidad sigue existiendo, pero los circuitos por los que discurre experimentan profundas transformaciones al convertirse el principio de igualdad en un valor social en sí mismo y la libertad individual como principio fundamental de nuestras sociedades (García García, 2010). En dicho contexto, la literatura identifica una suerte de "**estrés identitario**" cuando se rompe con la masculinidad hegemónica puesto que supone una pérdida de la estructura de la personalidad y esto genera inseguridades y vértigos asociados al género (Connell, 2003). La masculinidad, entonces, se pone en evidencia, se ve interpelada y empieza a hacerse incómoda. Se habla de una ruptura de la continuidad lineal de las biografías masculinas sostenidas en el empleo estable y el matrimonio para toda la vida (Gil Calvo, 2006), de la brújula rota de la masculinidad (Sanfélix, 2020), de un modelo obsoleto que ya no es necesario ni funcional (Subirats, 2020).

1.2. MASCULINIDADES JUVENILES EN CONFLICTO

Sabemos el peso que la aceptación entre iguales y los sentimientos de pertenencia al grupo de pares tienen en la adolescencia y cómo esto se vincula con el bienestar psicológico, social y emocional durante este periodo. Es lógico, por tanto, que los chicos adolescentes hagan importantes esfuerzos por tratar de ser aceptados en su grupo de iguales, existiendo una fuerte carga de control por parte de dicho grupo, que vela porque los roles prescritos

socialmente se cumplan so pena de recibir sanción o verse apartados (Masanet & González, 2021). En términos de Marqués:

“La pandilla de varones no deja de estar constituida por otros adolescentes igualmente inseguros respecto del grado en que han alcanzado la condición de varones/adultos. De ahí que sus prácticas y discursos se concentren en lo más espectacular, aparente, rudo y exagerado del comportamiento masculino. El desprecio a las mujeres, el culto a la fuerza o el gusto por la transgresión” (Marqués, 1990, en Ranea, 2021: 44).

Varios estudios aluden también a la necesidad de algunos hombres de reforzar su musculatura, hecho que para los adolescentes además tiene que ver con la relación que se establece con alcanzar o no la adultez: v

“El estereotipo corporal masculino (musculoso, esbelto, fuerte, viril) y el deseo de adolescentes y jóvenes de encarnarlo está muy conectado con el temor a parecer físicamente inadecuado [...] Se considera que quienes encajan en el ideal corporal obtienen beneficios sociales y culturales que se les niegan a quienes se alejan del mismo” (Navajas-Pertegás, 2021: 99).

La literatura señala que, durante la adolescencia, la búsqueda de reconocimiento y de ritos de paso hacia la edad adulta puede darse una **exacerbación de la hombría o hipermasculinidad** que pone en valor los mandatos de género masculinos tradicionales. Esta tendencia se produce ante el efecto de la falta de conocimientos sobre modelos alternativos y la necesidad de reafirmación en sus identificaciones de género entre los varones jóvenes:

“Considerar las expresiones de la hombría adolescente como efectos de la hipermasculinidad puede ser una herramienta útil para profundizar en estas nuevas formas de exacerbación orgullosa. Los jóvenes adolescentes exponen su masculinidad como un desafío, se reafirman por medio de ella y, lo que es más problemático, encuentran cierto eco en la sociedad general ya que ésta sigue sin resolver cómo gestionar las identificaciones masculinas.” (García García, 2010: 75).

Para muchos jóvenes, determinados idearios de la masculinidad más tradicional pueden ser interpretados como un último soporte en un mundo de incertidumbres, un asidero, un sustento nostálgico de algo no vivido, pero sí sentido. El orden social tradicional funciona como una máquina simbólica que tiende a ratificar la dominación masculina sobre las mujeres. Sin embargo, como analiza Bourdieu (2018), el **privilegio masculino no deja de ser una trampa** al tener en cuenta la tensión y la contención que experimentan los hombres ante la obligación de perseguir el ideal imposible de la virilidad. Actualmente, se habla de la noción de **“crisis de la masculinidad”** para hacer referencia a los replanteamientos sociales y subjetivos de los roles tradicionales de la masculinidad hegemónica tradicional (Rubin et al., 2007) o de **“resquebrajamiento de la masculinidad”** para enfatizar el efecto de los movimientos feministas y la legislación con enfoque igualitario a la hora de deslegitimar y cuestionar los valores tradicionales de la masculinidad. Ranea (2021) sistematiza este resquebrajamiento en cuatro dimensiones: i) La mayor representación de las mujeres en la esfera pública y en sectores laborales masculinizados cuestionan la autoridad racional masculina y su dominación de la ciencia y la cultura; ii) la reestructuración del mercado

laboral hacia la flexibilización y la intermitencia en las últimas décadas hace inviable la figura del hombre como "varón proveedor". Como analiza Aguado-Bloise (2019), en contextos como la crisis de 2008 donde se destruye principalmente empleo masculino el incremento de mujeres como principales proveedoras se vuelve todavía más evidente; iii) la emergencia de modelos de familia no normativos como las monoparentales o las basadas en uniones de personas del mismo sexo que erosionan la noción de familia tradicional patriarcal; iiiii) cada vez se conoce mejor el efecto nocivo que tiene el monopolio masculino de la violencia en el modelo de masculinidad hegemónica tradicional sobre los propios hombres y las mujeres.

Teniendo en cuenta este resquebrajamiento, los mandatos que el modelo de masculinidad hegemónica tradicional sostiene, por sí mismos, generan efectos negativos en la psique y la salud mental. Algunos autores han denominado a estos malestares como "**problemática silenciada**": presiones por el tipo de socialización que promueve y que genera sujetos varones con déficits —con sistemas afectivos segregados, miedos anulantes, minimización de la percepción del riesgo, etc.—, así como por los factores de riesgo para la salud y para la vida:

"La problemática psicopatológica masculina se produciría cuando, por ejemplo, de la autoconfianza se pasa al dominio, de la fuerza a la violencia, de la actividad al intervencionismo, del anhelo de superación a la ambición desmedida, etc... patología que puede clasificarse en cuatro categorías: malestares masculinos, trastornos por indiferencia hacia otros o hacia sí mismo, abusos de poder y violencias (malestares y maltratos masculinos), y trastornos por temeridad excesiva" (Bonino, 2002, p.28).

Como analiza Téllez (2017), el machismo y la **masculinidad hegemónica perjudica a los hombres** y genera malestares en múltiples esferas: 1) a los hombres se les sigue socializando en la lógica de "no expresar sus emociones" para mostrar fortaleza dificultando el compartir sentimientos como miedos, amores o dudas y establecer así barreras a la creación de vínculos sociales; 2) los hombres se ven obligados a demostrar de forma permanente su hombría delante de sus iguales y de las mujeres generando una continua presión psicológica, social y cultural de exaltar su virilidad a través de elementos como comportamientos sexistas o de asunción de riesgos; 3) la identidad masculina se tiende a vincular a una sexualidad siempre activa generando sufrimientos y complejos a hombres que no se ajustan al ideal de la sexualidad falocéntrica, coitocéntrica, heterocéntrica y patriarcal; 4) el mito del "varón proveedor" que sustenta económicamente a su familia también supone cargas psicosociales en hombres que no se encuentran en situación de empleo o que no son los principales sustentadores en un núcleo familiar (Martínez-Guirao & Téllez, 2016).

Ante este tipo de problemáticas, **cada vez son más los hombres conscientes de que el sistema patriarcal en el que vivimos perpetuado desde las masculinidades hegemónicas es injusto**, obsoleto y dañino para ambos sexos; aunque de forma especialmente grave para las mujeres, cuestión fundamental a tener en cuenta (Téllez, 2017). A raíz de esto se vienen fraguando toda una serie de **planteamientos alternativos a las masculinidades** hegemónicas. García y De la Cruz (2022) enumeran y esquematizan diferentes maneras de afrontar los cambios en el modelo, diversas **masculinidades emergentes**:

- Hombres centrados exclusivamente en liberarse de los costes de la masculinidad hegemónica que actúan en sus propios beneficios personales, pero sin predisposición a perder sus privilegios. Masculinidades centradas en el crecimiento personal (Arconada, 2021).
- Hombres que, dependiendo del contexto, asumen el rol igualitario o el rol machista para encajar positivamente en los diferentes contextos, en función de lo que se espera de ellos en cada situación (masculinidades camaleónicas).
- Hombres que conocen el feminismo y no muestran rechazo, incluso denuncian la violencia y las desigualdades de género, pero no ceden privilegios ni les molestan acciones de subordinación aprendidas de las mujeres hacia ellos. Masculinidad pseudoigualitaria o denominadas nuevas masculinidades autocomplacientes con cambios periféricos.
- Hombres que se posicionan públicamente frente a las desigualdades de género, especialmente contra la violencia de género, pero desde una perspectiva paternalista y periférica, sin asumir responsabilidades importantes en la desarticulación del patriarcado. Son nuevas masculinidades paternalistas en transición hacia a la igualdad.
- Hombres que, conocedores de los costes que el patriarcado ha ejercido también sobre ellos, asumen un rol de víctima en apuros que necesita ser rescatado de su opresión. Nuevas masculinidades victimistas.
- Hombres que muestran una mayor libertad estética y legitiman un mayor consumo cosmético y de productos para el autocuidado, pero no realizan un ejercicio crítico sobre las desigualdades.
- Hombres que regresan a las masculinidades hegemónicas, que impugnan la igualdad y se declaran abiertamente machistas y combativos con los derechos de las mujeres pues ven amenazados sus privilegios ("hombres enfadados").

Es decir, en esa revisión y crítica de la masculinidad, se detectan versiones múltiples en un continuo más o menos alejado del modelo hegemónico, que apuntan hacia el desafío de combatir la desigualdad pero que, en algunos casos, puede producir el efecto contrario, complejizando todavía más, a través de distanciamientos discursivos y prácticas pseudoigualitarias, la detección de los privilegios masculinos y encubriendo la desigualdad con formatos nuevos. La pluralidad de respuestas y masculinidades vividas se podría articular a su vez en **tres ejes claramente diferenciados**, como observa García García (2010), planteamiento que encajarían a su vez con la lógica observada en la investigación de la **La caja de la masculinidad** (Heilman et al., 2017):

- 1 Quienes se encuentran «fuera» de la caja se caracterizan por la separación más o menos consciente del modelo de masculinidad tradicional como base de la propia construcción identitaria.

- 2 Quienes se encuentran «dentro» de la caja se aferran de forma tozuda al modelo de masculinidad tradicional disponible a pesar de haber perdido su función social en una sociedad basada en el valor de la igualdad y la libertad individual y exaltan de forma exacerbada la hombría y los mandatos de género tradicionales.
- 3 Quienes se encuentran en una posición intermedia, «al borde» de la caja, muestran dificultades para relacionarse con el entorno derivadas de un sentimiento de confusión y amenaza ante la pérdida consciente de los referentes y valores previamente apuntalados en el modelo tradicional.

En el caso concreto de las masculinidades juveniles, Delgado (2021) subraya la necesidad de estudiar las masculinidades en plural para inscribirlas en las **posiciones subalternas** que se ocupan en estos grupos de edad (a nivel laboral, económico, político, cultural y social), y huir del análisis de casos violentos y extremos para no perder formas más sutiles de relaciones de dominación y poder, de negociación y resistencia; atender pues a los "**casos intermedios**" donde es clave analizar los desplazamientos que se están dando en una triple dimensión de género: identidad, práctica y expresión. Cada hombre se enfrenta de forma diferente a la construcción social de la masculinidad hegemónica y en la práctica se conjugan múltiples y diversas masculinidades tejidas en distintas y complejas urdimbres de significados cambiantes y a veces contradictorios.

En cualquier caso, tenemos que seguir preguntándonos por qué tantos jóvenes siguen aferrándose al modelo de masculinidad hegemónica y, sobre todo, por qué socialmente no hemos articulado herramientas suficientes para contrarrestarlo. Como observa García García (2010), cuando adolescentes y jóvenes hacen de los gestos más burdos y demostrativos de la masculinidad tradicional parte de su repertorio de actitudes y poses están señalando que algo está fallando en el modelo de relaciones de género igualitario que consideramos apropiado para nuestra sociedad. En la búsqueda de **modelos alternativos y transgresores** con la masculinidad hegemónica se vuelve prioritaria la necesidad de conjugar modelos que rompan con la norma y faciliten nuevas formas de relacionarse social, afectiva y sexualmente, incorporando la **ética y deseo** al mismo tiempo. Es decir, generar un modelo adolescente que sea deseable y atractivo para chicos y chicas, donde los valores de igualdad y respecto convivan con los relacionados con la atracción y excitación, "erotizar el modelo de hombre igualitario" (Ruiz, 2018). También se vuelve fundamental fomentar movimientos y espacios en los que los hombres puedan acceder a la información que les muestre las principales barreras y cargas que la masculinidad hegemónica engendra para ellos mismos y para las mujeres y profundizar en su papel a la hora de erradicar el machismo de nuestra sociedad.

1.3. Y, EN ESTE INFORME, ¿QUÉ ENTENDEMOS POR «LA CAJA DE LA MASCULINIDAD»?

El concepto de «caja» alude a un conjunto de **creencias y valores** transmitidos por padres, madres, familias, medios de comunicación, pares y sociedad en general que, a través de **procesos de socialización**, influyen, fomentan o presionan hacia unos **mandatos de género**

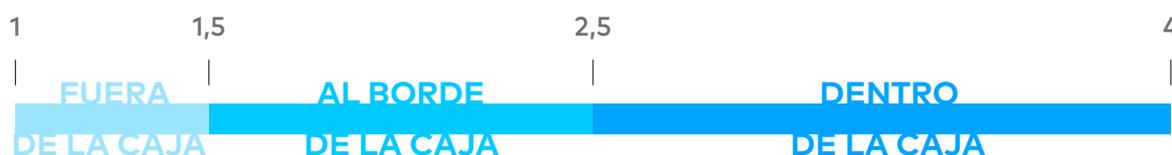
determinados, de manera que se entienda la **masculinidad** de una forma concreta alineada con el **contexto social heteropatriarcal**. Como se apuntaba anteriormente, el uso de este concepto parte de un estudio previo desarrollado por **Equimundo (antes Promundo-US)**, denominado ***La caja de la masculinidad: un estudio sobre lo que significa ser hombre joven en Estados Unidos, el Reino Unido y México*** (Heilman et al., 2017).

En el presente estudio se utiliza el concepto de la **caja de la masculinidad** como una construcción teórica que sirve como uno de los **ejes principales de análisis**, con el objetivo de **identificar las formas en que se manifiestan estas creencias y valores en las vidas de las personas jóvenes**, aunque el foco principal de este análisis se sitúa principalmente en **comprender las repercusiones que supone estar «dentro» o «fuera» de la caja para los hombres jóvenes en las diversas áreas de sus vidas**.

Para los propósitos de este estudio, se entiende que los hombres que están «dentro» de la caja de la masculinidad son aquellos que interiorizan en mayor grado esta influencia y tienen visiones de la masculinidad más tradicionales y estancas; mientras que los hombres que están «fuera» de la caja son aquellos que rompieron con estas expectativas, que rechazan estos comportamientos y, en su lugar, adoptan ideas y actitudes más emancipatorias sobre lo que debe ser y creer un hombre y sobre cómo debe actuar.

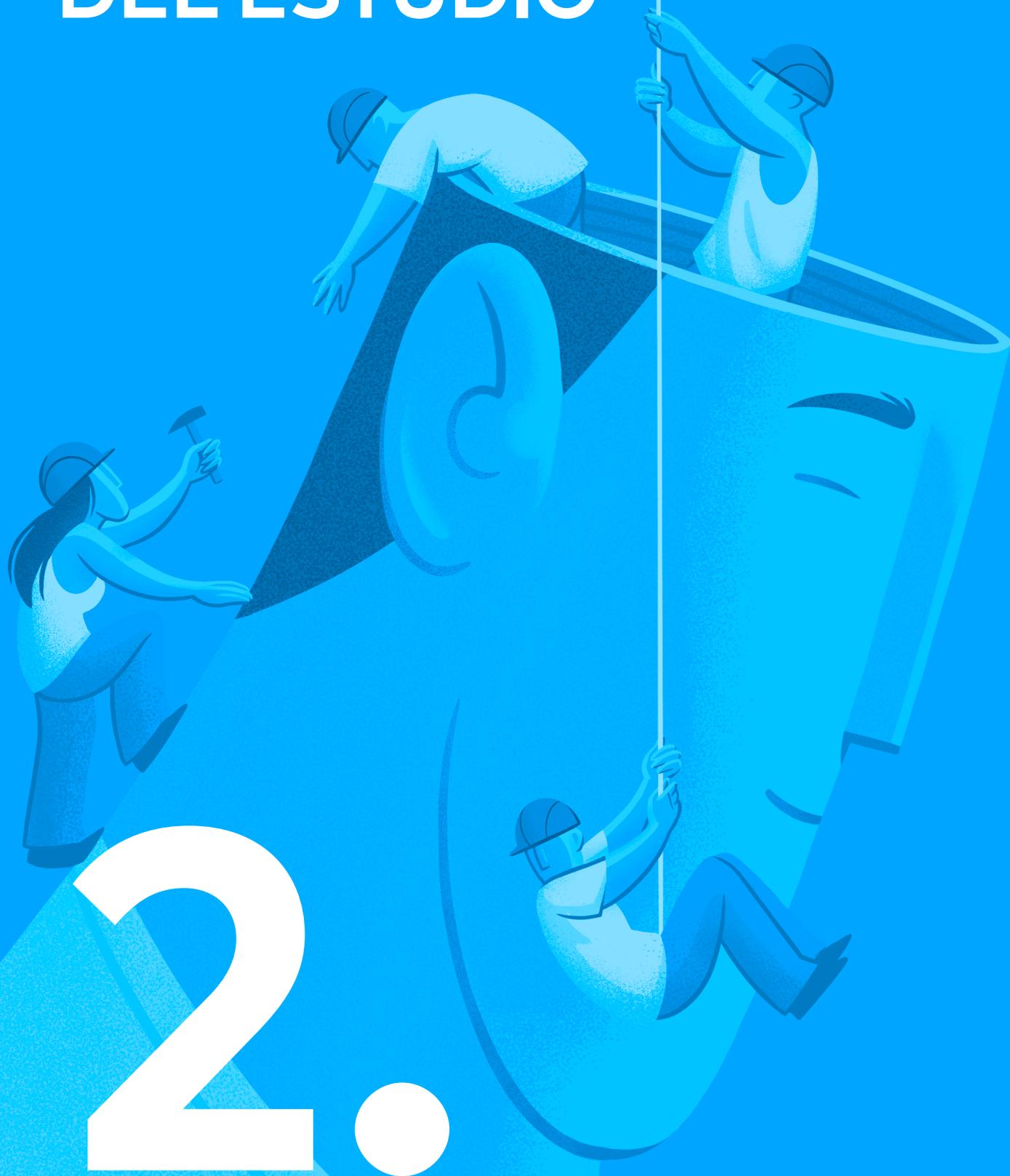
Para analizar las visiones sobre la masculinidad se han utilizado una serie de **dimensiones** que abordan la masculinidad a través de **indicadores** que recogen **estereotipos, prejuicios, valores y creencias** sobre lo que significa ser hombre —desde una visión tradicional y estanca—. Estas dimensiones son: vulnerabilidad, sexualidad, valores sociales, roles e identidades de género, apariencia física y violencia. Y dichas dimensiones recopilan un total de 17 indicadores que resumen de alguna forma la visión más clásica de la masculinidad que, de forma teórica, construye el concepto de la «caja».

En este estudio, los indicadores de la caja se miden de forma cuantitativa a través de cuestionario a jóvenes de 15 a 29 años, donde se pregunta por el **grado de acuerdo con los 17 indicadores** —afirmaciones sobre la masculinidad— en una **escala de 1 a 4** (1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=De acuerdo, 4=Totalmente de acuerdo). A partir de las respuestas se elabora la **media aritmética entre todos los indicadores** y, dependiendo el resultado, los casos se clasifican «dentro» o «fuera» (o «al borde») de la caja.



1. Más información sobre la construcción de la variable de «la caja de la masculinidad» en el apartado sobre metodología.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO



2.

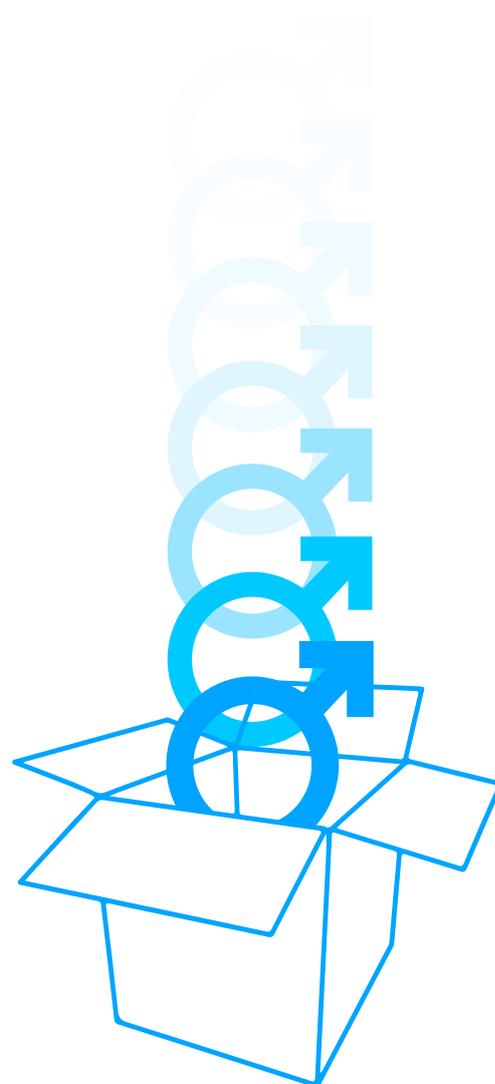
OBJETIVO DEL ESTUDIO

OBJETIVO GENERAL

Dar una respuesta integral a la necesidad de impulsar un espacio de generación de **datos, información y debate sobre la construcción de las masculinidades en personas jóvenes** en el contexto actual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar **datos representativos** que reflejen la **realidad de la construcción de las masculinidades juveniles** como base imprescindible para poder profundizar e incidir proactivamente sobre la temática.
- Elaborar una herramienta teórica y metodológica que permita medir cómo y dónde se ubican los y las jóvenes respecto a la masculinidad hegemónica tradicional para el caso de la realidad de la juventud en España, inspirado en el estudio previo desarrollado por **Equimundo (antes Promundo-US)**, denominado **La caja de la masculinidad: un estudio sobre lo que significa ser hombre joven en Estados Unidos, el Reino Unido y México**.
- Comparar las **diversas formas de entender y experimentar la masculinidad entre las personas jóvenes**, tanto de hombres como de mujeres, pero poniendo foco en la especificidad de los hombres.
- Determinar los diferentes **factores que intervienen en la construcción de las diversas visiones de la masculinidad**.



PRINCIPALES HALLAZGOS



3.

PRINCIPALES HALLAZGOS

LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

- La «caja de la masculinidad» es un constructo teórico con el que representamos la masculinidad hegemónica tradicional, considerando que estar dentro supone estar más cerca de estas visiones tradicionales de la masculinidad. Teniendo en cuenta el global de jóvenes, hombres y mujeres, los datos muestran las siguientes proporciones: «**dentro**» de la caja un 10,1%, un 32,2% «**al borde**» y un 57,8% «**fuera**».
- Varias variables resultan determinantes a la hora de posicionarse en la caja de la masculinidad:
 - > El **género** en primer lugar. El porcentaje de hombres *dentro* de la caja es más del doble que el de las mujeres (14% en hombres y 5,8% en mujeres) y un 41,3% de los hombres se sitúa *fuera* frente al 74,9% de las mujeres
 - > Otras **variables significativas que afectan en gran medida a la hora de posicionarse dentro de la caja** son: **nivel bajo de estudios**, autoidentificación con pertenecer a la **clase alta**, experimentar **carencias materiales severas** (condición socioeconómica desfavorable), posicionamiento en la **derecha ideológica** y sentir **religioso fuerte**.

SOCIALIZACIÓN Y GÉNERO

- La mayoría de **hombres y mujeres se han socializado con ideas establecidas de lo que supone ser «un hombre de verdad» y ser «una mujer de verdad»: 2 de cada 3 jóvenes** ha escuchado desde la infancia en su entorno cercano que los hombres o las mujeres se comportan (o se tienen que comportar) de una determinada manera. Las cifras aumentan entre quienes están *dentro* de la caja, por lo que se advierte que los procesos de socialización en la infancia son fundamentales a la hora de transmitir determinadas visiones de la masculinidad.
- Los **hombres tienen una autopercepción de sí mismos significativamente más positiva en comparación a cómo ellos creen que les percibe la sociedad.**

BIENESTAR EMOCIONAL Y APOYOS

- El género y la ubicación dentro de la caja afecta claramente a las emociones y sentimientos que se experimentan. Las **mujeres tienden a sentir más emociones negativas que los hombres**. Y los **hombres dentro de la caja de la masculinidad afirman experimentar menos emociones que el resto** en general.



- Los hombres que están **dentro de la caja afirman sentir menor grado de felicidad que el resto**; el porcentaje de muy poco felices es de 16,6%, más del doble de quienes están *al borde* o *fuera* de la caja.
- El tipo de posicionamiento frente a la **masculinidad tiene un claro impacto sobre la salud mental**; quienes están *dentro* de la caja afirman haber sufrido problemas psicológicos o de salud mental a lo largo del último año en un 63,8% de los casos, frente al 48,3% de los que están *al borde* y el 46,5% de los que están fuera. Esta diferencia se acentúa al poner el foco sobre la **ideación suicida** con alta frecuencia: **19,8% para quienes están dentro, 8,7% para quienes están al borde y sólo un 2,6% para los que están fuera.**
- Cuando tienen problemas, dilemas o se sienten mal **las personas jóvenes tienden a apoyarse en sus parejas (36,4%), en sus madres (31,8) y en su grupo de pares**; ellas se apoyan más en sus amigas (35,8%) y ellos en sus amigos (35,8%). Sólo un 13,9% se apoya en su padre, aunque los hombres lo hacen en mayor medida.
- En relación al grupo de pares, cabe destacar que para **los hombres es más común contar tanto con amigos como con amigas a medida que se alejan de la caja de la masculinidad** y tener solo amigos a medida que se alinean con la caja.

ATRACTIVO Y APARIENCIA FÍSICA

- En cuanto a la percepción del **atractivo (apariencia física, cualidades, personalidad, etc.) los hombres presentan una autopercepción ligeramente más positiva que las mujeres**: en una escala de 0 a 10, la media de los hombres es de 6,29, frente a al 6,06 de las mujeres. Entre los hombres, quienes están *dentro* de la caja se autoperciben significativamente menos atractivos que el resto.
- Por otro lado, las **mujeres tienden a sentir menos satisfacción y más preocupación por el aspecto físico** que los hombres. Aunque el porcentaje de hombres totalmente satisfechos con su apariencia física es de apenas un 13,3%, en el caso de las mujeres es solamente de un 5,7%. Además, entre las mujeres hay un 27,2% que declaran que cambiarían o no están del todo satisfechas con su aspecto físico en general, mientras que entre los hombres este porcentaje es del 18,4%.

PRESIÓN SOCIAL

- De forma general, las **mujeres tienden a sentir más presión social que los hombres**, especialmente en relación a los ámbitos que más presión generan: tener éxito en el trabajo o los estudios, mostrar fortaleza, ocultar la tristeza o la ansiedad, y ser físicamente atractivas.
- Entre los hombres, quienes están **dentro de la caja de la masculinidad sienten mucha más presión que el resto prácticamente en todos los ámbitos**, diferencias que se acentúan especialmente en cuestiones como relacionarse sólo con personas heterosexuales, usar la violencia para defender la reputación o ideas, tener éxito en las redes sociales y actuar o pensar como el grupo de amigos. En una escala de 0 a 10, éstos superan el 5 de presión, mientras que el resto de hombres no llega al 3,5.



CONDUCTAS DE RIESGO Y VIOLENCIA

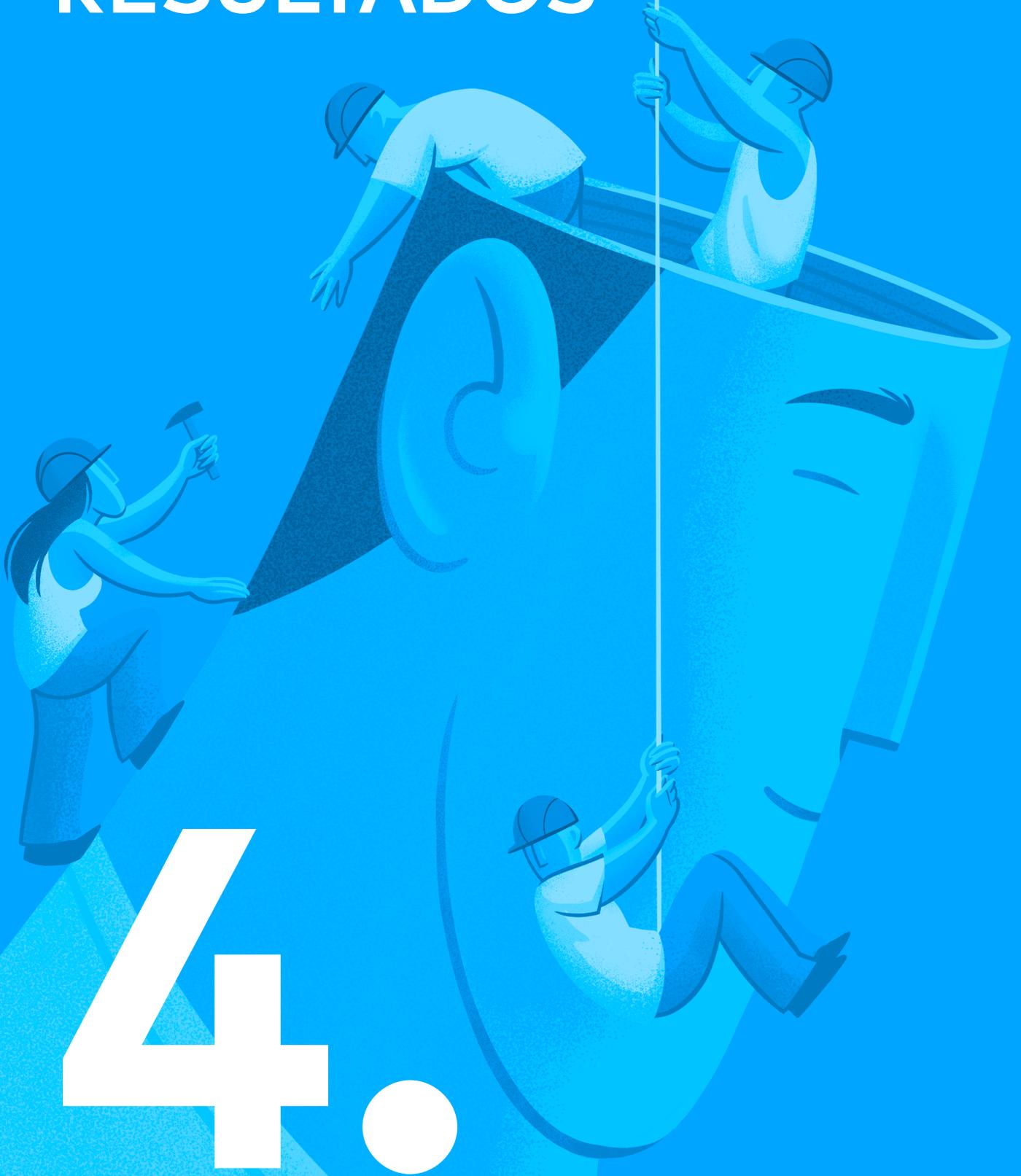
- El modo en el que se vive la masculinidad tiene un impacto directo sobre las **conductas de riesgo** realizadas por los hombres: **solamente 1 de cada 4 jóvenes con una visión más conservadora de la masculinidad declara no haber realizado este tipo de conductas**, mientras que para quienes están *fuera* el porcentaje se reduce a la mitad.
- El **género es significativo al analizar la violencia física sufrida**, pues un 48,8% de hombres afirma no haberla sufrido en los últimos seis meses frente al 60,2% de las mujeres. A su vez, es **determinante para analizar la violencia ejercida** en los últimos meses: un 53,2% de hombres (41,9% mujeres) declara haber ejercido violencia verbal, un 30,1% de hombres (18% mujeres) violencia online y un 37,5% de los hombres (20,7% mujeres) violencia física.
- El **modelo de masculinidad tiene un impacto claro tanto sobre la violencia ejercida como la sufrida**. Un 35,3% de quienes están *dentro* de la caja han sufrido violencia física en los últimos meses y un 30,2% la han ejercido. Para quienes están *fuera* de la caja estos porcentajes apenas llegan al 3%.

ROLES, ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y FEMINISMO

- **La caja de la masculinidad contribuye a apuntalar estereotipos de género, como el de las mujeres cuidadoras, manipuladoras o emocionales**: 4 de cada 10 jóvenes que están dentro se muestran de acuerdo con los mismos frente a solo 2 de cada 10 en el caso de quienes están fuera.
- **Un 46,4% de los y las jóvenes se considera feminista (33,6% los hombres y 59,5% las mujeres)**. El 48,7% de hombres fuera de la caja de la masculinidad se sienten feministas frente al 21,5% de los que se encuentran **al borde, el grupo con menor sentir feminista**.
- La **afirmación que más grado de acuerdo genera entre los y las jóvenes sobre las relaciones de pareja, con diferencia, es que resulta imprescindible que cada uno tenga su espacio propio (65,8%)**. No obstante, entre **los hombres hay menor grado de acuerdo (59,1% ellos y 72,9% ellas)**, mostrando las posturas más conservadoras de las relaciones entre los hombres. Esto se agudiza con relación a la caja, pues entre los hombres que están *dentro* de la caja el porcentaje desciende al 39,3% de acuerdo, frente a los hombres que se ubican *fuera* con un 75,4%.
- Los enfoques más conservadores, anclados en la idea del **amor romántico y del control mutuo en una pareja, no llegan al 15% de acuerdo entre los y las jóvenes**, aunque en todos los casos **son los hombres quienes más se posicionan de acuerdo con estas ideas**. Poniendo el foco en la caja de la masculinidad, entre el **35% y el 40% de los hombres que están dentro** sí se muestran de acuerdo.
- Al hablar de **violencia de género, el mayor acuerdo se observa en la afirmación de que la violencia de género es un problema social muy grave (74,2% de media, 67% ellos y 81% ellas)**, afirmación que parece un consenso generalizado. A pesar de ello, la ubicación en la caja marca importantes diferencias: los hombres que están *dentro* se muestran de acuerdo en un 43,2%, frente al 83% de acuerdo entre los que están *fuera* de la caja.
- La **negación, invisibilización o minimización del impacto de la violencia de género en el global de la muestra no llegan al 15% de acuerdo**. No obstante, se advierte una mayor reacción a favor de estos postulados entre los hombres, siendo determinante el posicionamiento frente a la caja de la masculinidad: entre el **35% y el 40% de quienes están dentro** de la caja de la masculinidad se alinean con estas posturas.



ANÁLISIS DE RESULTADOS



CONSTRUCCIÓN DE LA MASCULINIDAD

ANÁLISIS DE RESULTADOS

A stylized illustration of a human face in shades of blue. The face is shown in profile, looking towards the right. The features are simplified, with a large ear on the left, a closed eye on the right, and a slight smile. The background is a solid blue color.

4.1

LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

¿Cómo definimos lo que es la masculinidad tradicional?



La construcción teórica de la «**caja de la masculinidad**» nos permite describir **el grado de lejanía o cercanía que los y las jóvenes muestran hacia postulados asociados con mandatos de género tradicionales**. A la hora de definir los indicadores que empleamos para definir la masculinidad hegemónica tradicional hemos tenido en cuenta las **siguientes dimensiones**: evitar la exposición y demostración de una posición vulnerable para generar una apariencia de fortaleza e independencia; necesidad de exaltar la virilidad identificándose con un modelo de hipersexualidad heteropatriarcal; asunción de valores sociales y roles tradicionales de género ligados a la división sexual del trabajo como la naturalización de las figuras del "varón proveedor" y la "mujer cuidadora"; y actitudes ligadas a la apariencia física de los hombres y la legitimidad de la violencia y el control sobre las mujeres.

¿Quién está dentro y quién está fuera de la caja?



Sobre la población total de jóvenes, tanto hombres como mujeres, **sólo 1 de cada 10** se sitúa *dentro* de la caja de la masculinidad frente al 57,8% que posiciona *fuera*; no obstante, poniendo el foco solo sobre **los hombres, el porcentaje de los que están dentro aumenta al 14% y llega al 16,2% entre los grupos de menos edad** (de 15 a 19 años).

Para terminar de definir **el perfil de los hombres que están dentro** de la caja destacan quienes solo han finalizado estudios secundarios obligatorios (18,9%), se identifican con la clase alta (25%) o tienen una carencia material severa (21,7%), viven solos (18,5%), se posicionan en la derecha ideológica (16,9%) y se consideran muy religiosos (20,4%). Por su parte, **tendencias simétricamente opuestas definen a quienes están fuera** de la caja.

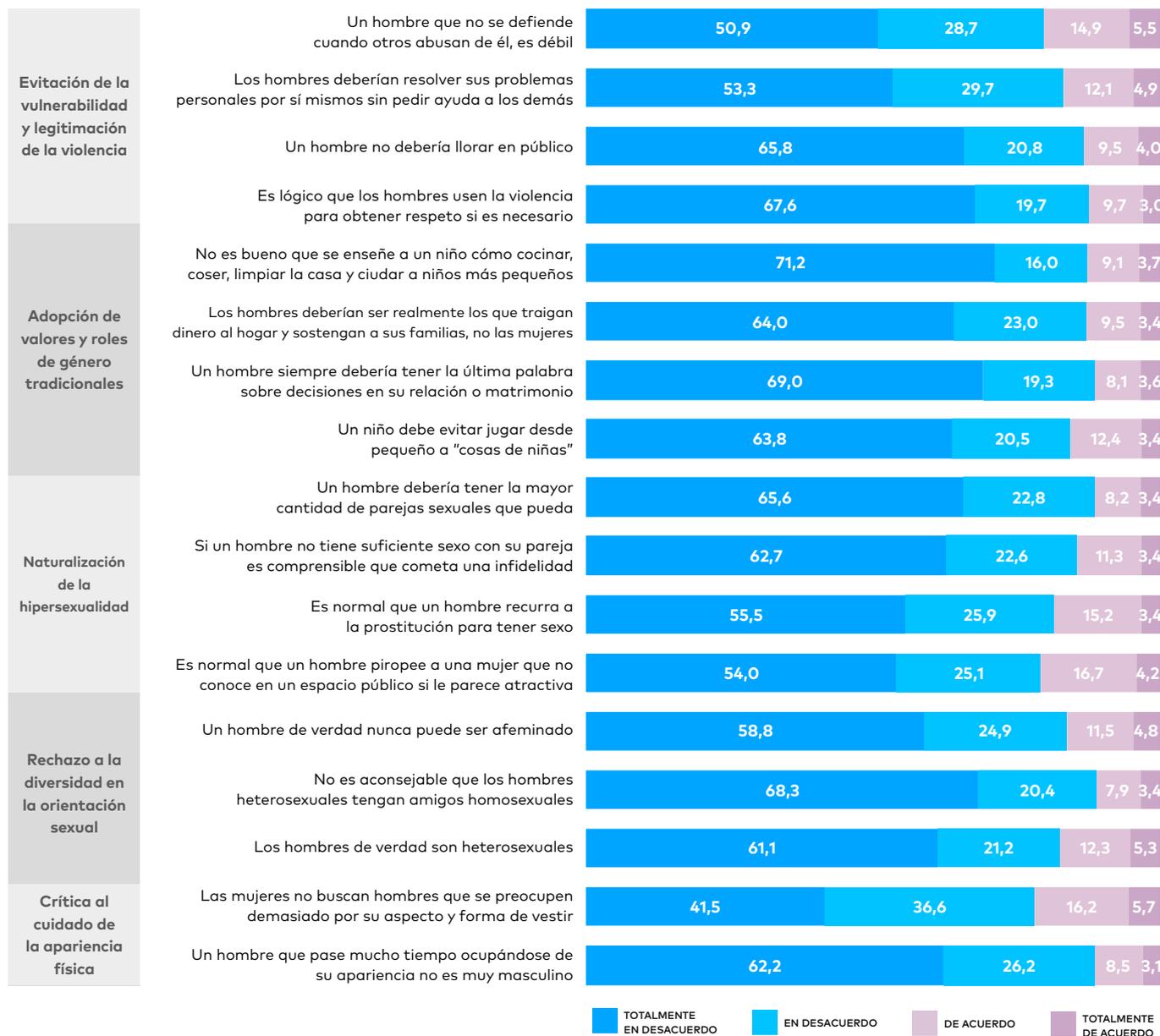
¿Qué significa estar al borde de la caja?



La posición intermedia de **estar al borde de la caja** nos sirve para dimensionar a todas las personas jóvenes (32,2%) que son conscientes de que los mandatos de género de **la masculinidad hegemónica tradicional no se ajustan a la realidad** de la sociedad contemporánea y generan conflictos, pero todavía no se han posicionado con claridad a favor o en contra de los mismos. **Entre los hombres esta es la posición mayoritaria (44,7%)** superando a quienes se sitúan *fuera* de la caja (41,3%). Como se irá analizando, la posición de *al borde* de la caja cuenta con numerosas contradicciones y ambigüedades en sus postulados, posturas que encajarían con la lógica del **(pos)machismo**, que admite la existencia de la desigualdad de género pero pone en cuestión su alcance y dimensión, y evita cuestionar la estructura patriarcal.

MASCULINIDAD HEGEMÓNICA TRADICIONAL

Gráfico 01. Visión sobre la masculinidad tradicional. Global (%)



En términos globales, **una amplia mayoría de jóvenes se posiciona en desacuerdo** ante los postulados ligados a la masculinidad hegemónica tradicional; aproximadamente, entre un 80 y un 90% de las personas jóvenes se muestran en desacuerdo con todos los indicadores considerados. Las **variables que más oposición generan**, superando el 88%, hacen referencia al control de los hombres sobre las mujeres (un hombre siempre debería tener la última palabra sobre decisiones en su matrimonio), a actitudes homófobas ("no es aconsejable que los hombres heterosexuales tengan amigos homosexuales"), al estereotipo de la sexualidad masculina siempre activa y disponible ("un hombre debería tener la mayor cantidad de parejas sexuales que pueda") y al estereotipo de que los hombres no deberían preocuparse por su aspecto ("un hombre que pase mucho tiempo ocupándose de su apariencia no es muy masculino").

No obstante, también resulta significativo que aproximadamente **entre el 10 y el 20% sí muestra algún grado de acuerdo** con las afirmaciones seleccionadas. Esto se observa **especialmente en relación a tres variables** que se sitúan por encima del 20%: normalizar el acoso a mujeres en el espacio público ("Es normal que un hombre piropee a una mujer que no conoce en un espacio público si le parece atractiva"), responsabilizar a los hombres a la hora de mostrar fortaleza ("Un hombre que no se defiende cuando otros abusan de él, es débil") o ante el estereotipo de que los hombres que se preocupan por su apariencia no interesan a las mujeres ("Las mujeres no buscan hombres que se preocupen demasiado por su aspecto y forma de vestir"). Resulta interesante destacar la **ambigüedad en la percepción sobre la apariencia masculina** puesto que mientras que un 21,9% se muestra de acuerdo ante esta última afirmación, únicamente el 11,6% se muestra de acuerdo con que si un hombre dedica tiempo a su apariencia es poco masculino.

P52_P68. Teniendo en cuenta tu opinión, independientemente de lo que piense el resto de la sociedad, ¿podrías decir hasta qué punto estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? (%) Base total, N=1.700.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ($p < 0,05$)

El factor género es determinante con relación a la visión sobre las masculinidades. Concretamente, al aproximarse a la masculinidad tradicional se comprueba que, pese al mayoritario desacuerdo —tanto de hombres como de mujeres— con los postulados que hemos analizado en este estudio, son **las mujeres las que tienden en mayor medida al desacuerdo.** El único ítem donde muestran una opinión similar a la de los hombres es que "las mujeres no buscan hombres que se preocupan demasiado por su aspecto y forma de vestir", una frase con la que aproximadamente 2 de cada 10 mujeres está de acuerdo (14,2% algo de acuerdo y 5,2% totalmente de acuerdo). Por su parte, **los hombres están comparativamente más de acuerdo que las mujeres con las visiones tradicionales de la masculinidad, aunque no mayoritariamente.** En algunos casos hay 1 de cada 4 hombres que está de acuerdo, como en las siguientes frases: "un hombre que no se defiende cuando otros abusan de él es débil", "un hombre no debería llorar en público", "es normal que un hombre recurra a la prostitución para tener sexo", "es normal que un hombre piropee a una mujer que no conoce en un espacio público si le parece atractiva" y "las mujeres no buscan hombres que se preocupan demasiado por su aspecto y forma de vestir".

Gráfico O2. Visión sobre la masculinidad tradicional. Global y por género (Categorías agrupadas: Totalmente en desacuerdo+En desacuerdo/Totalmente de acuerdo+De acuerdo) (%)

	GLOBAL		HOMBRES		MUJERES	
	Desacuerdo	Acuerdo	Desacuerdo	Acuerdo	Desacuerdo	Acuerdo
Un hombre que no se defiende cuando otros abusan de él, es débil	79,6	20,4	71,5	28,5	88,2	11,8
Los hombres deberían resolver sus problemas personales por sí mismos sin pedir ayuda a los demás	83,0	17,0	80,7	23,5	89,9	10,1
Un hombre no debería llorar en público	86,6	13,4	76,5	19,3	92,8	7,2
Es lógico que los hombres usen la violencia para obtener respeto si es necesario	87,3	12,7	82,4	17,6	92,6	7,4
No es bueno que se enseñe a un niño cómo cocinar, coser, limpiar la casa y cuidar a niños más pequeños	87,2	12,8	83,1	16,9	91,6	8,4
Los hombres deberían ser realmente los que traigan dinero al hogar y sostengan a sus familias, no las mujeres	87,0	13,0	83,0	17,0	91,2	8,8
Un hombre siempre debería tener la última palabra sobre decisiones en su relación o matrimonio	88,4	11,6	84,6	15,4	92,3	7,7
Un niño debe evitar jugar desde pequeño a "cosas de niñas"	84,2	15,8	77,4	22,6	91,5	8,5
Un hombre de verdad nunca puede ser afeminado	83,7	16,3	77,4	22,6	90,1	9,9
Un hombre debería tener la mayor cantidad de parejas sexuales que pueda	88,4	11,6	83,5	16,5	93,4	6,6
Si un hombre no tiene suficiente sexo con su pareja es comprensible que cometa una infidelidad	85,3	14,7	80,8	19,2	90,0	10,0
Es normal que un hombre recurra a la prostitución para tener sexo	81,4	18,6	75,1	24,9	88,1	11,9
Es normal que un hombre piropee a una mujer que no conoce en un espacio público si le parece atractiva	79,1	20,9	73,1	26,9	85,2	14,8
No es aconsejable que los hombres heterosexuales tengan amigos homosexuales	88,6	11,4	84,3	15,7	93,2	6,8
Los hombres de verdad son heterosexuales	82,3	17,7	75,1	24,9	89,9	10,1
Las mujeres no buscan hombres que se preocupan demasiado por su aspecto y forma de vestir	78,1	21,9	75,7	24,3	80,6	19,4
Un hombre que pase mucho tiempo ocupándose de su apariencia no es muy masculino	88,4	11,6	83,9	16,1	93,2	6,8

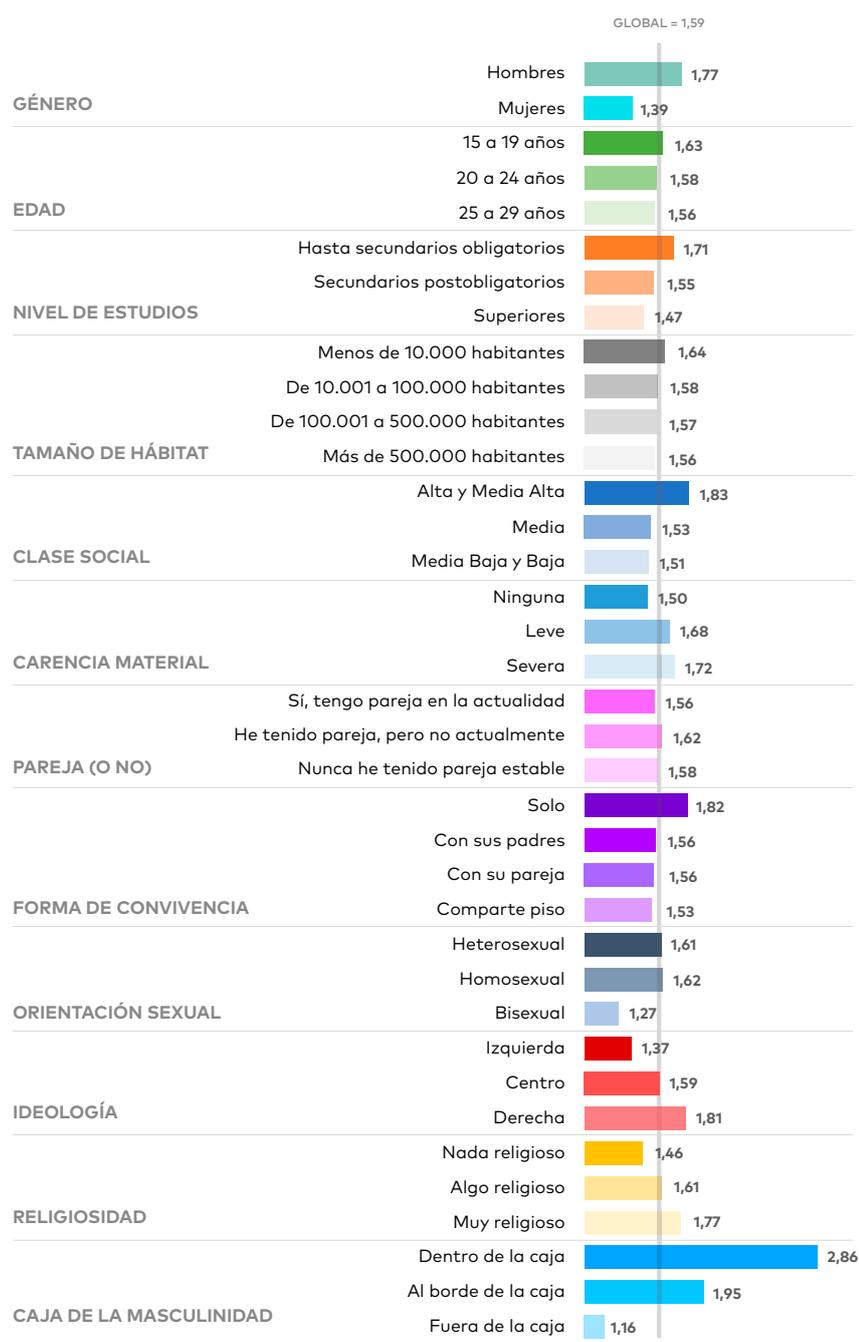
P52_P68. Teniendo en cuenta tu opinión, independientemente de lo que piense el resto de la sociedad, ¿podrías decir hasta qué punto estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? (%) Base total, N=1.700.

VISIÓN SOBRE LA MASCULINIDAD TRADICIONAL

El gráfico muestra la **media del grado de acuerdo** con los 17 indicadores empleados para representar a la masculinidad hegemónica tradicional, utilizando una escala de 1 a 4 (siendo 1 totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo con los postulados). De esta forma, la **media global de la juventud es de 1,59**.

Siendo el **valor 1,5 la frontera definida para salir de la caja de la masculinidad**, el dato de la media global muestra una **tendencia a oponerse a la masculinidad tradicional**. Sin embargo, teniendo en cuenta las categorías de la caja, únicamente quienes se encuentran *fuera* se sitúan por debajo de la media (1,16) y tanto quienes están *al borde* como *dentro* puntúan muy por encima (1,95 y 2,86 respectivamente).

Gráfico 03. Grado de acuerdo con la visión tradicional de la masculinidad (Escala 1-4) (media)



DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

La variable **género** es una de las **más determinantes** para diferenciar la posición en la escala de la caja de la masculinidad. Las **mujeres se sitúan en el 1,39** de la escala, mostrando menor grado de acuerdo con las afirmaciones que la media (1,59), y a los **hombres en el 1,77**, considerablemente por encima de las mujeres y claramente por encima de la media global.

Por su parte, aunque se observa cierta tendencia hacia un mayor conservadurismo entre las personas más jóvenes, lo cierto es que **no se encuentran diferencias significativas por grupos de edad**.

Los datos también indican que la **educación** tiene un **impacto muy relevante** en cuanto a la visión de la masculinidad; cuanto mayor es el nivel de estudios menor es el grado de acuerdo con las afirmaciones, situándose en 1,47 quienes cuentan con estudios superiores. Por tanto, quienes tienen **menor nivel de estudios tienden a posicionarse más de acuerdo con visiones tradicionales** de la masculinidad.

Otro aspecto fundamental es la **clase social y la carencia material**. Quienes se identifican con una clase alta muestran un grado de acuerdo mucho mayor con los indicadores que el resto (1,83). Por otro lado, la misma tendencia se observa entre quienes sufren carencias materiales severas (1,72). Los datos muestran que **tanto las clases más altas como quienes se encuentran en una situación extrema de vulnerabilidad tienden hacia posiciones más tradicionales**.

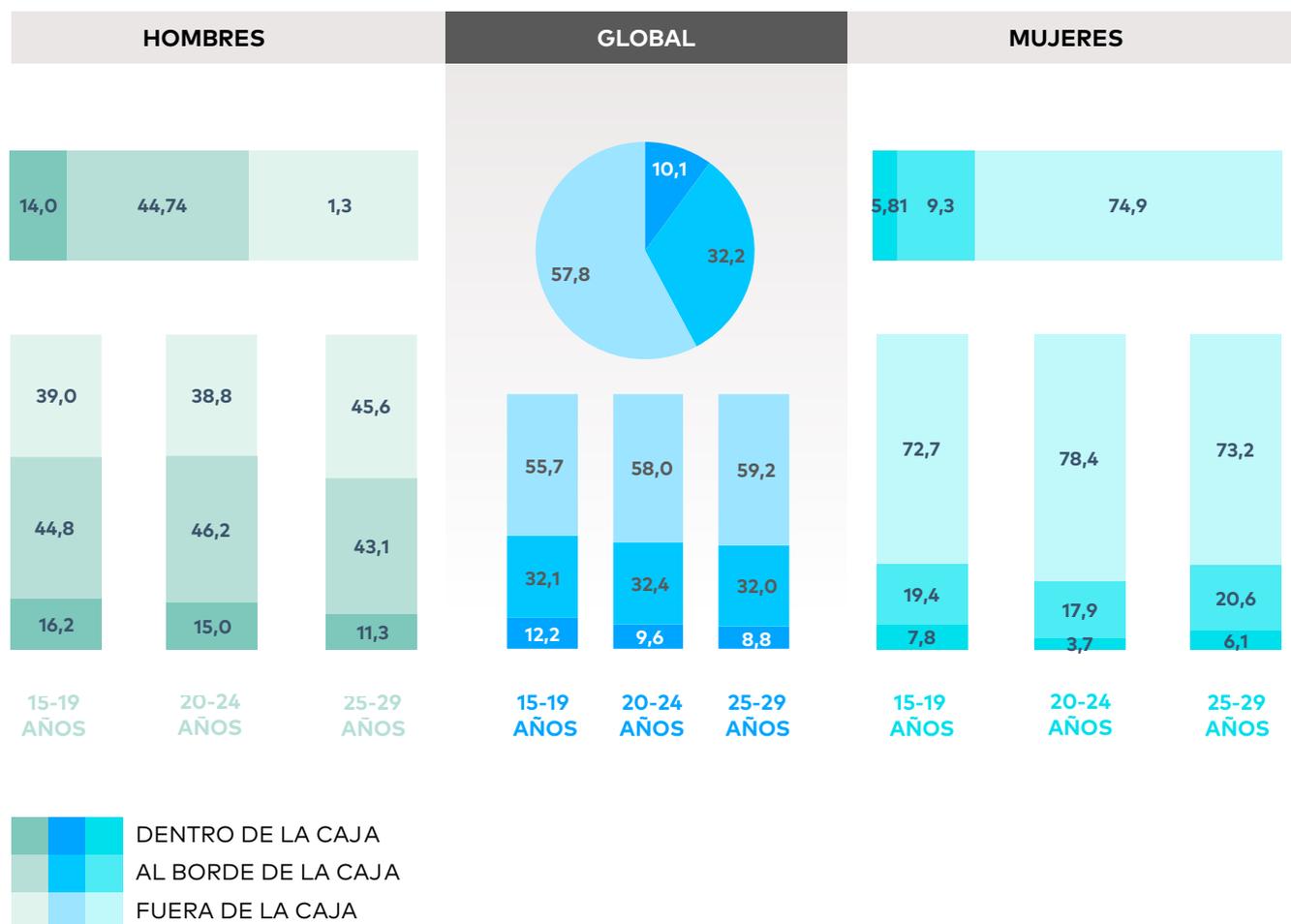
Del mismo modo, la **posición ideológica** de derecha y la **religiosidad** también **se vinculan en mayor medida a la masculinidad tradicional**, puntuando 1,81 y 1,77 respectivamente.

Entre las formas de convivencia, **vivir en solitario** apunta a una mayor vinculación con la masculinidad tradicional (1,82), aunque resulta difícil determinar el grado de impacto que tiene la forma de convivencia a la hora de marcar diversas visiones sobre la masculinidad, pues seguramente es una variable poco determinante al respecto. También, otra variable que parece tener cierto impacto en este sentido es la **orientación sexual**. En este caso, la bisexualidad es la postura que más distancia marca respecto a la media (1,27), mientras que puntúan de forma muy similar quienes se adscriben a la heterosexualidad y a la homosexualidad. Analizar estas postura requiere de la realización de posteriores abordajes, con otro tipo de metodologías o de focos de análisis, capaces de interpretar cómo la orientación sexual puede influir en las visiones y posturas respecto a la masculinidad más tradicional.

P52_P68. Teniendo en cuenta tu opinión, independientemente de lo que piense el resto de la sociedad, ¿podrías decir hasta qué punto estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Escala 1-4: 1=Totalmente en desacuerdo, 4=Totalmente de acuerdo (media) Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

AJUSTARSE LO QUE LA SOCIEDAD ESPERA DE LOS HOMBRES

Gráfico 09. Autopercepción sobre rasgos que definen personalmente. Global (sólo hombres) y hombres según visión de la masculinidad (%)



Teniendo en cuenta el porcentaje **global de jóvenes**, únicamente un **10,1% de jóvenes se sitúa dentro de la caja** de la masculinidad, un **32,2% se encuentra al borde** de la misma y un **57,8% fuera**. Es decir, cerca de **6 de cada 10 jóvenes se sitúan fuera de la caja**, con posiciones relativamente lejanas de las visiones más tradicionales de la masculinidad.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

A pesar de la tendencia general, los porcentajes varían considerablemente cuando tenemos en cuenta las **diferencias por género**. La **posición de las mujeres jóvenes se opone de forma mucho más intensa a la lógica de la masculinidad hegemónica tradicional** que la de los hombres jóvenes, puesto que un **74,9% de mujeres se sitúan fuera de la caja** frente al **41,3% de hombres**. A su vez, el porcentaje de hombres **dentro de la caja** es más del doble que el de las mujeres (**14% en hombres y 5,8% en mujeres**).

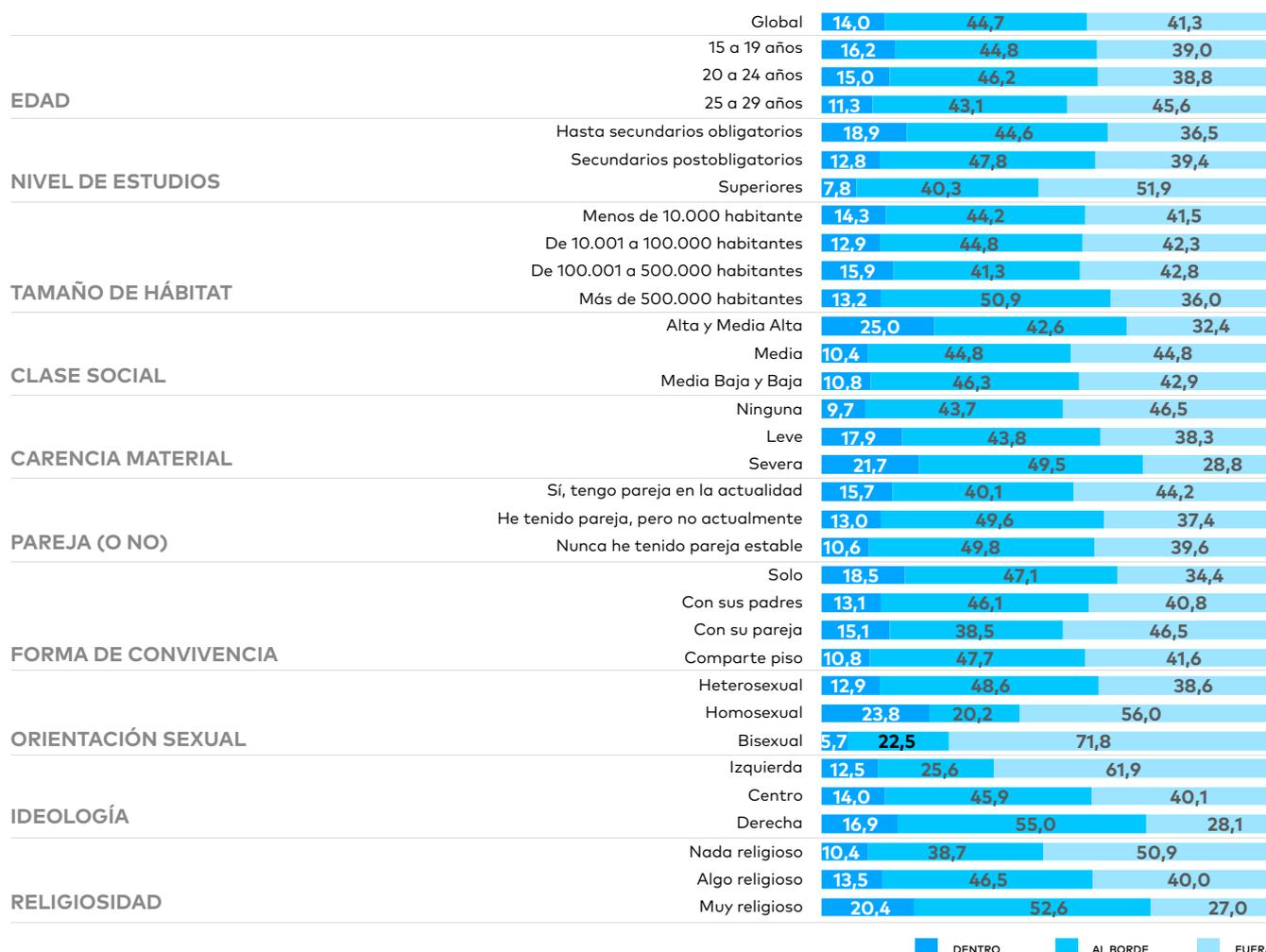
Resulta relevante mencionar que los porcentajes que se encuentran en **grupos de menos edad optan por posturas más conservadoras** y tradicionales que los grupos de más edad, el **12,2% de jóvenes entre 15 y 19 años se sitúa dentro de la caja** frente al **8,8% de 25 a 29 años**. La tendencia se acentúa en los grupos de hombres al segregar los resultados por género. Un **16,2% de los hombres más jóvenes se encontrarían dentro de la caja** frente al **11,3% en el grupo de 25 a 29 años**.

Hay que advertir, sin embargo, que el análisis por edad parece apuntar una tendencia, pero **no se encuentran diferencias estadísticamente significativas que permitan determinar que la edad es un factor determinante para explicar las visiones de las masculinidades**.

P52_P68. Teniendo en cuenta tu opinión, independientemente de lo que piense el resto de la sociedad, ¿podrías decir hasta qué punto estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Escala 1-4: 1=Totalmente en desacuerdo; 4=Totalmente de acuerdo (media) Categorías agrupadas: 1-1,5=Fuera de la caja; 1,51-2,5=Saliendo de la caja; 2,51-4=Dentro de la caja. Base total, N=1.700.

HOMBRES DENTRO O FUERA DE LA CAJA

Gráfico 05. Hombres dentro y fuera de la caja de la masculinidad. Global y por algunas variables sociodemográficas (%)



Segregando los datos de *la caja de la masculinidad* para analizar únicamente a los **hombres, se comprueba que un 14% está dentro, un 44,7% está al borde y un 41,3% está fuera**. En este caso, de forma general, se observan las mismas tendencias que en las posiciones globales que incluyen a hombres y mujeres, pero de forma más acentuada.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

Comenzando por la **edad, no aparecen diferencias significativas**, aunque se apuntan ciertas tendencias que pueden estar afectadas por otras variables: los más jóvenes tienen posturas más tradicionales (16,2% *dentro* frente a 11,3% *fuera*). No obstante, hay otras variables que afectan de forma más considerable las posiciones y arrojan **diferencias significativas, siendo las más destacadas la educación, clase social, condición socioeconómica, ideología o religiosidad**.

El nivel de estudios implica importantes diferencias, siendo **los que tienen estudios superiores los que menos se sitúan dentro de la caja (7,8%) y quienes más se encuentran fuera (52%)**. Por el contrario, entre **los que tienen hasta estudios secundarios obligatorios hay casi 1 de cada 5 que se ubican dentro de la caja de la masculinidad (18,9%)**. Con relación a las formas de convivencia, un 18,5% de quienes viven solos están *dentro* de la caja, y vivir en pareja representa el mayor porcentaje de quienes se ubican fuera de la misma (46,5%).

La **clase social y la carencia material** marcan diferencias significativas. **1 de cada 4 jóvenes de clase alta se sitúa dentro de la caja**, mientras que para las clases medias y bajas el porcentaje ronda el 10%. Por el

contrario, **quienes señalan carencia material severa se ubican en mayor medida dentro de la caja (21,7%)**, frente al 17,9% con carencias leves y el 9,7% sin carencias.

Con relación a las **formas de convivencia**, un 18,5% de quienes viven solos están dentro de la caja, y vivir en pareja representa el mayor porcentaje de quienes se ubican fuera de la misma (46,5%).

La **orientación sexual** también apunta diferencias significativas en cuanto a cómo los hombres se posicionan *dentro o fuera de la caja*, lo que sobre todo resulta palpable por la gran proporción de hombres bisexuales fuera de la caja (71,8%), a la vez que se observa una alta proporción de homosexuales dentro, pese a que también estos se sitúan en alto porcentaje lejos de los preceptos tradicionales de la masculinidad (56% *fuera*).

Por último, las variables más determinantes que presentan diferencias significativas con relación a estar *dentro o fuera de la caja* de la masculinidad son la **ideología y la religiosidad**: quienes se sitúan en la **derecha política y son muy religiosos están más en la caja (dentro o al borde)**, frente a los que se ubican a la **izquierda y se declaran nada religiosos, más representados fuera de la caja**.

P52_P68. Teniendo en cuenta tu opinión, independientemente de lo que piense el resto de la sociedad, ¿podrías decir hasta qué punto estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Escala 1-4: 1=Totalmente en desacuerdo; 4=Totalmente de acuerdo (media) Categorías agrupadas: 1-1,5=Fuera de la caja; 1,51-2,5=Al borde de la caja; 2,51-4=Dentro de la caja. Base hombres, N=865.

CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD DE GÉNERO

¿Cómo se relaciona la noción de ser un «hombre de verdad» o una «mujer de verdad» con la socialización diferencial de género?

La socialización diferencial de género es el proceso por el cual aprendemos desde la infancia lo que significa la masculinidad y la feminidad en el contexto sociocultural en el que nos encontramos. Cuando los y las jóvenes hacen referencia a que en su entorno cercano se ha utilizado de forma habitual la expresión «ser un hombre de verdad» (66,8%) o «ser una mujer de verdad» (65,6%), implica que se les ha transmitido que solo hay un modo en el que los hombres y las mujeres deberían comportarse y desviarse del mismo puede suponer sanciones sociales.

El supuesto **modelo de socialización ideal de comportamiento masculino o femenino tiende a alinearse con los postulados de la masculinidad hegemónica tradicional y de la subordinación de las mujeres ante los hombres**, muestra de ello es que **los hombres que están dentro de la caja de la masculinidad han escuchado este tipo de formulaciones aproximadamente 20 puntos porcentuales más que quienes están fuera de la misma** (80,6% en relación a «hombre de verdad» y 69,9% en relación a «mujer de verdad»).

¿Hasta qué punto las personas jóvenes se sienten libres para ser «ellas mismas»?

Los y las jóvenes tienden a sentir que son muy fieles a sí mismos o mismas (56,8%) y sólo 1 de cada 10 siente que lo es muy poco. Poniendo el foco sobre los hombres, de forma general sienten que pueden ser ellos mismos con más frecuencia que las mujeres, aunque con importantes diferencias en función de su posición con respecto a la caja de la masculinidad. 4 de cada 10 de los que están dentro de la caja son ellos mismos con mucha frecuencia mientras que en el resto de posiciones de la caja esto le ocurre a 6 de cada 10, es decir, **los hombres jóvenes más próximos a la masculinidad tradicional se sienten menos capaces de ser ellos mismos en su día a día.**

¿Cómo define la juventud a los hombres y cómo creen los hombres que los define la sociedad?

Los hombres tienen una autopercepción de sí mismos significativamente más positiva en comparación a cómo creen que les percibe la sociedad. Para ellos, los principales rasgos que los definen es que son trabajadores (50,6%), responsables (44,2%) y sensibles (36,2%). Por otro lado, consideran que, aunque la sociedad les ve como trabajadores (37,54%) y resolutivos (35%), también les percibe como agresivos (41,3%) e inmaduros (31,9%). Por su parte, **la percepción que las mujeres tienen de los hombres tiende a ser más positiva que la que ellos atribuyen a la sociedad.**

Por lo que respecta al impacto de la caja de la masculinidad, **los hombres que están dentro tienden a atribuir rasgos más negativos a los hombres** que aquellos que están *al borde* o *fuera*. Al preguntar por si su forma de «ser hombre» se ajusta a lo que la sociedad espera de los hombres, llama la atención que **tanto quienes están dentro como al borde se sienten muy ajustados a la idea de masculinidad** de la sociedad (35,4% y 37,8% respectivamente) mientras que solo un 23,1% de quienes están fuera se sienten de ese modo.

SER UN «HOMBRE DE VERDAD» O UNA «MUJER DE VERDAD»

Gráfico O6. Jóvenes a quienes les han dicho desde la infancia que hombres o mujeres se comportan de una determinada manera. Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (%)

¿Te han dicho desde la infancia y desde tu entorno cercano que un «**hombre de verdad**» o una «**mujer de verdad**» tienen que ser de determinada manera?



Sabemos que los procesos de socialización diferencial de género comienzan desde la más tierna infancia y tienen consecuencias a lo largo de toda la vida. Por ese motivo, hemos considerado fundamental abordar esta cuestión preguntando por la presencia y el impacto de categorías como «hombre de verdad» y «mujer de verdad» en las experiencias vitales de los y las jóvenes.

Los datos muestran con claridad que a una **mayoría de jóvenes (66,9%) se les ha socializado desde su infancia con la idea de que los hombres deben comportarse y ser de una manera determinada**, configurando así la lógica de «ser un hombre de verdad» en oposición a no serlo. Lo mismo sucede con la categoría de **ser «una mujer de verdad», presente en el proceso de socialización de un 65,6%** de la muestra.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

Es llamativo que «hombre de verdad» está muy presente tanto en los hombres como en las mujeres, sin diferencias significativas, mientras que **«mujer de verdad» está considerablemente más presente en las mujeres (76,5%) frente a los hombres (55,1%)**.

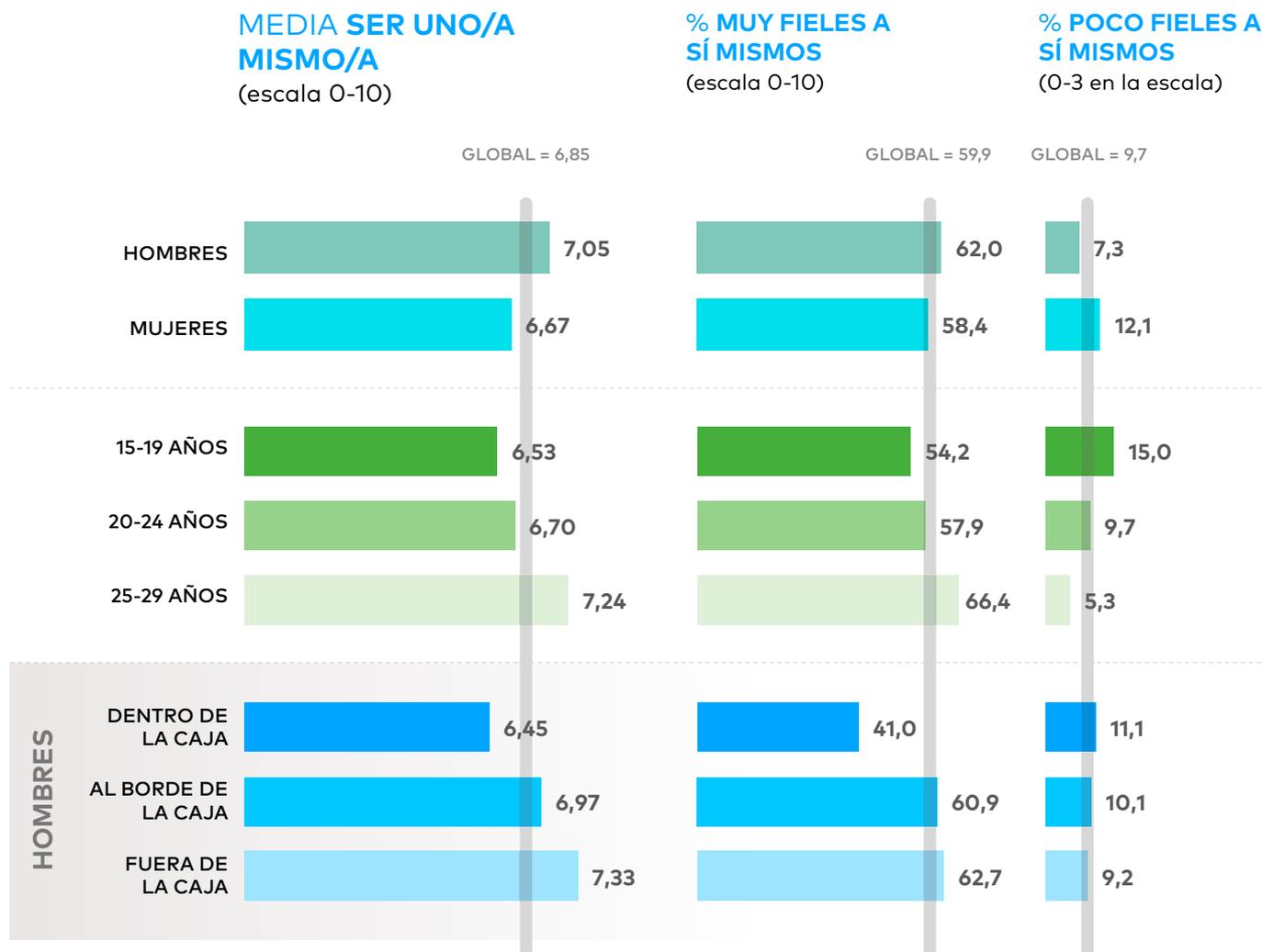
Y también hay diferencias **con relación a la caja de la masculinidad**, siendo los **hombres que están dentro los que más han escuchado estas ideas sobre comportamientos de género desde la infancia**. 8 de cada 10 hombres que están *dentro* se han socializado con la noción de un «hombre de verdad» y 7 de cada 10 con la de «mujer de verdad». Por otro lado, para quienes están *al borde* y para quienes están *fuera* los porcentajes son del 69% y 59,7% respectivamente en relación a «hombre de verdad» y del 54% y 51,3% en relación a «mujer de verdad».

P47. Desde la infancia, ¿te han dicho de forma habitual desde tu entorno cercano (familia, amigos/as, vecinos, etc.) que un "hombre de verdad" se comporta o se tiene que comportar de cierta manera? (%) Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

P48. Y, desde la infancia, ¿te han dicho de forma habitual desde tu entorno cercano (familia, amigos/as, vecinos, etc.) que una "mujer de verdad" se comporta o se tiene que comportar de cierta manera? Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

SER UNO/A MISMO/A

Gráfico 07. Grado en que piensa, actúa y es uno/a mismo/a. Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (Escala 0-10) (media) (% muy fieles a sí mismos/as)



Otro aspecto que hemos querido abordar es la sensación que tienen los hombres y las mujeres al valorar la frecuencia con la que se sienten **cómodos o cómodas con su propia forma de ser**.

En una escala de 0 a 10 donde el valor más bajo equivale a que nunca pueden «ser uno/a mismo/a» y el valor más alto a que lo son todo el tiempo, el **valor medio es de 6,85**. Esto nos indica que la mayoría tiende a sentirse cómodo/a siendo uno/a mismo/a. **El 56,8% son muy fieles a sí mismos mientras que únicamente el 9,7% lo son muy poco.**

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

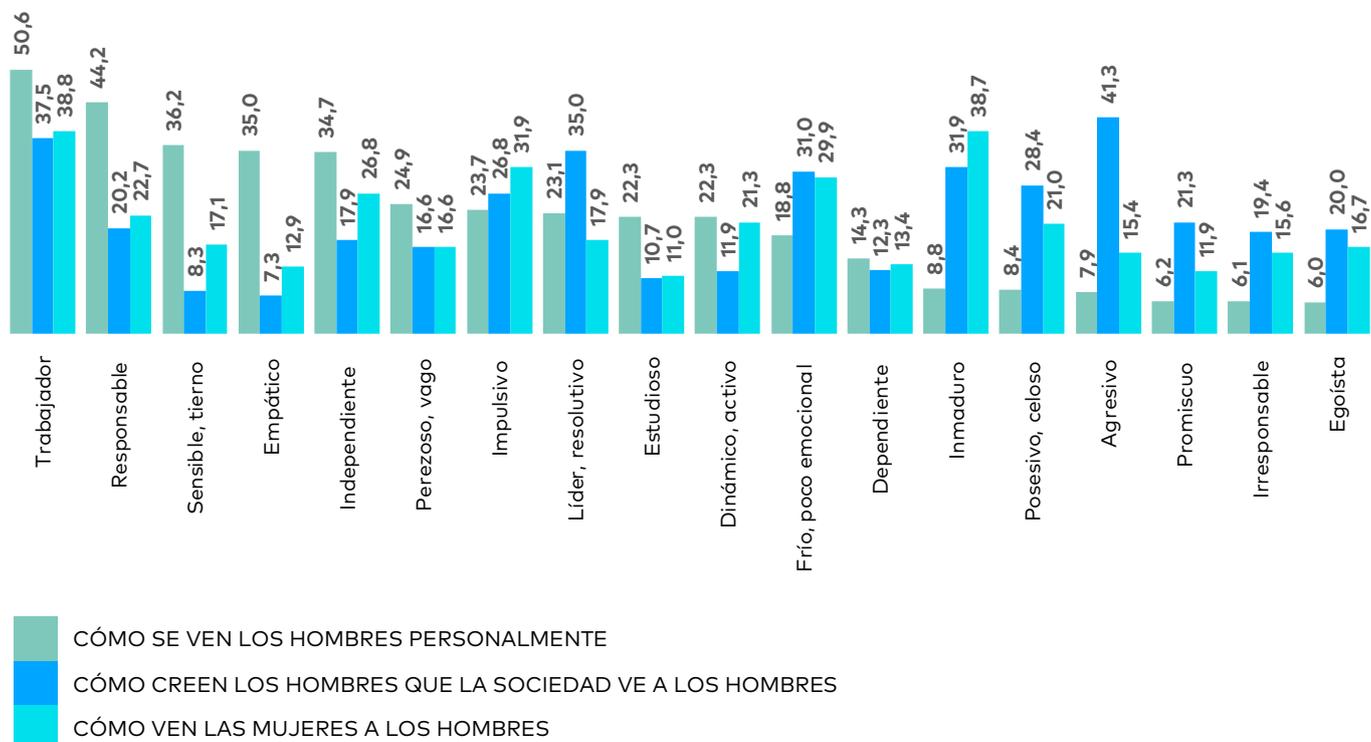
Se observan diferencias significativas tanto en términos de **género** como por grupos de **edad**. De forma general, **los hombres tienden a sentirse más cómodos en su propia piel** que las mujeres en la suya (ellos puntúan 7,05 de media y ellas 6,67). Con relación a la edad, son los y las más jóvenes quienes sienten que pueden ser ellos y ellas mismas con menos frecuencia (6,53 de media para jóvenes de 15 a 19 años y 7,24 de media entre los 25 y 29). Es decir, parece que **a mayor edad se gana mayor confianza y comodidad** con la forma de ser y estar en el mundo.

Los datos de hombres con relación a **la caja también muestran diferencias muy importantes**. La tendencia es clara: quienes están *dentro* sienten que pueden ser ellos mismos con mucha menos frecuencia que el resto. De media, puntúan un 6,45 frente al 6,97 de quienes están *al borde* o el 7,33 de los de *fuera*. Dicho de otra manera, solo 4 de cada 10 jóvenes *dentro* de la caja se sienten muy fieles a sí mismos y 6 de cada 10 se sienten así entre quienes están *al borde* o *fuera* de la misma.

P16. En tu vida diaria, ¿con qué frecuencia piensas que eres realmente tú mismo/a? Utilizar una escala de 0 a 10, siendo 0 "nunca" y 10 "todo el tiempo". (media) (%) Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

RASGOS QUE DEFINEN A LOS HOMBRES

Gráfico O8. Rasgos que definen a los hombres. Por hombres según autopercepción, por hombres según creen que los ve la sociedad y por mujeres según los ven ellas (%)



La construcción de los modelos de masculinidad se basa en un proceso de socialización asentado sobre estereotipos de género. Teniendo esto en cuenta, hemos analizado los **atributos con los que los hombres se autoperciben, los rasgos que consideran que la sociedad atribuye a los hombres de forma general y el modo en el que las mujeres perciben a los hombres.**

Los datos muestran **importantes diferencias** entre las tres perspectivas. En primer lugar, **sobre la autopercepción de los hombres**, destacan cinco categorías positivas que menciona más de un 30%: "trabajador" (50,6%), "responsable" (44,2%), "sensible, tierno" (36,2%), "empático" (35%) e "independiente" (34,7%). De forma general, los hombres tienen una visión de sí mismos mucho más positiva de la que consideran que les atribuye la sociedad y de la imagen que tienen las mujeres.

Poniendo el foco **sobre el modo en el que los hombres consideran que la sociedad les percibe** se observa cierta ambigüedad entre atributos positivos y negativos, aunque de las tres miradas sería la más crítica con los hombres: el porcentaje más alto de menciones lo obtiene la categoría de "agresivo" (41,3%), seguida de "trabajador" (37,5%), "líder, resolutivo" (35%) e "inmaduro" (31,9%).

Por último, la **percepción que tienen las mujeres de los hombres** también muestra cierta ambigüedad, aunque de forma general es más positiva que la forma en la que los hombres consideran que les percibe la sociedad. El porcentaje más alto lo aglutina la categoría "trabajador" (38,8%), seguido de "inmaduro" (38,7%) e "impulsivo" (31,9%). Exceptuando estas dos últimas categorías, en todas las demás las mujeres ven de forma más positiva a los hombres de lo que ellos consideran que les ve la sociedad.

Resulta relevante destacar los porcentajes de las categorías de **"sensible, tierno"** y **"empático"** que se distancian de la visión estereotípica asociada a la masculinidad hegemónica tradicional. Mientras que para ellos sería la tercera y cuarta en orden de importancia para describirse a sí mismos (mencionada por un 36,2% y un 35% respectivamente), en la comparativa con el modo en el que consideran que la sociedad ve a los hombres y con la percepción de las mujeres, estas categorías solo son mencionadas por entre un 8% y un 7% y entre un 17% y un 13%, respectivamente. Además, contrasta con la categoría de "frío, poco emocional": el porcentaje de jóvenes que se autoperciben de este modo es del 18,8%, y en la mirada de la sociedad o de las mujeres, del 30%. También cabe destacar que se observa la misma tendencia en la categoría de "responsable". Estos porcentajes contribuyen a confirmar que los modelos de masculinidad hegemónica y tradicional se encuentra en crisis, están en cuestión.

Por otro lado, el hecho de que el atributo "trabajador" siga siendo la categoría que más se identifica con la masculinidad de forma conjunta nos muestra que determinados estereotipos vinculados a la masculinidad hegemónica siguen teniendo mucho impacto en el imaginario colectivo. El rol del "varón proveedor" ligado a esta identificación de los hombres con el trabajo y el esfuerzo puede suponer importantes cargas en la subjetividad de los hombres.

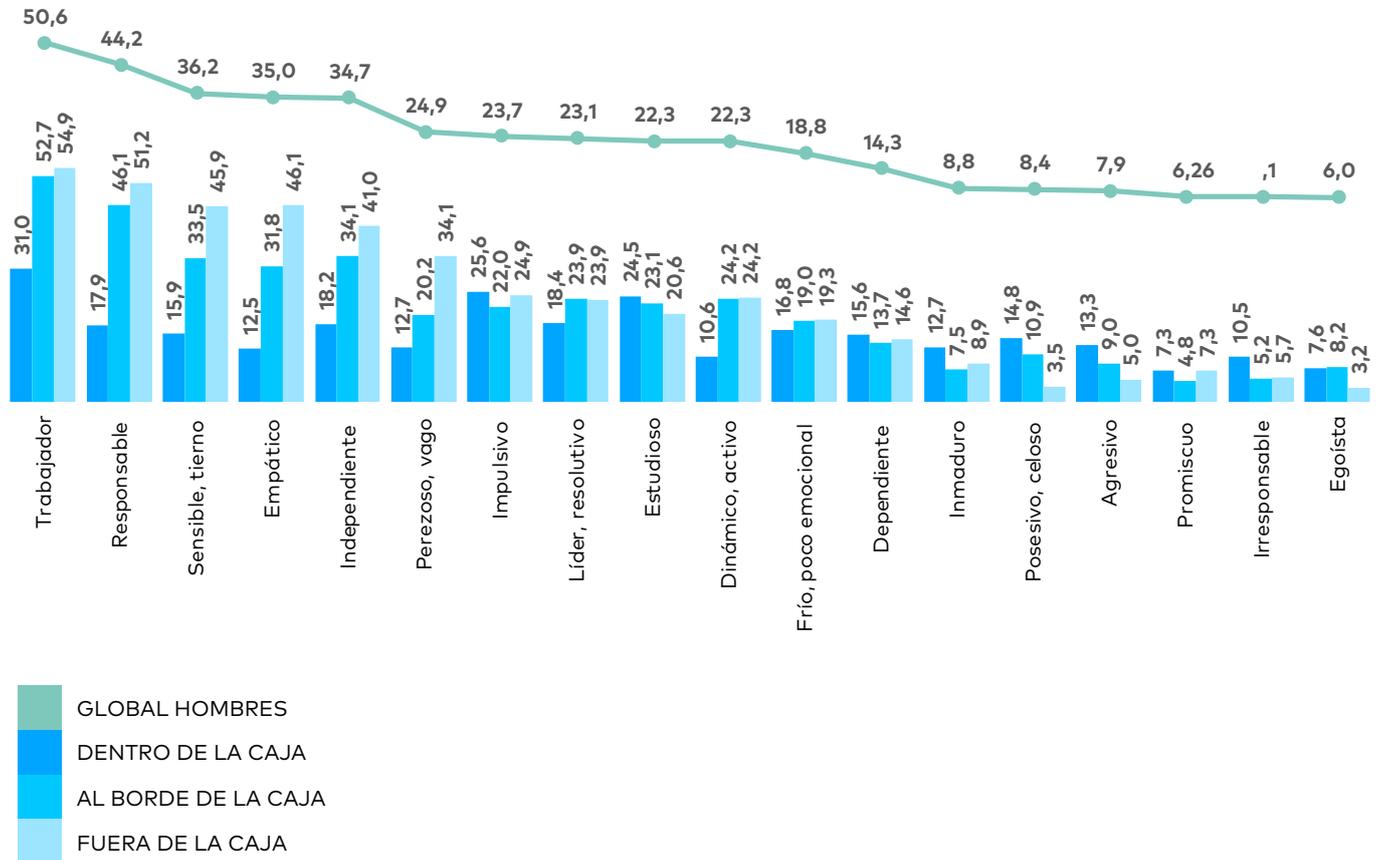
P36. En tu opinión, ¿cuáles de los siguientes rasgos son los que mejor te definen? Elige las 5 opciones que creas que más te identifican. (%) Base hombres, N=865.

P49. ¿Cuáles de los siguientes rasgos crees que son los que la sociedad más atribuye a los hombres? Elige las 5 opciones que creas que más identifican a los hombres según la sociedad en general. (%) Base hombres, N=865.

P50. En tu opinión, ¿cuáles de los siguientes rasgos son los que mejor definen a los hombres? Elige las 5 opciones que creas que más definen a los hombres. (%) Base mujeres, N=821.

¿CÓMO SE VEN LOS HOMBRES PERSONALMENTE?

Gráfico 09. Autopercepción sobre rasgos que definen personalmente. Global (sólo hombres) y hombres según visión de la masculinidad (%)



En este punto podemos comprobar cómo el modo en el que los hombres se posicionan con respecto a la caja de la masculinidad afecta a su autopercepción.

Se ve una **clara diferencia entre quienes están dentro de la caja, más negativos, y quienes están al borde o fuera, que señalan atributos más positivos**, especialmente quienes están fuera. La única excepción se observa en el atributo "perezoso, vago" donde quienes están fuera son más autocríticos y lo mencionan un 34,1% de veces frente al 20,2% de quienes están al borde y el 12,7% de quienes están dentro.

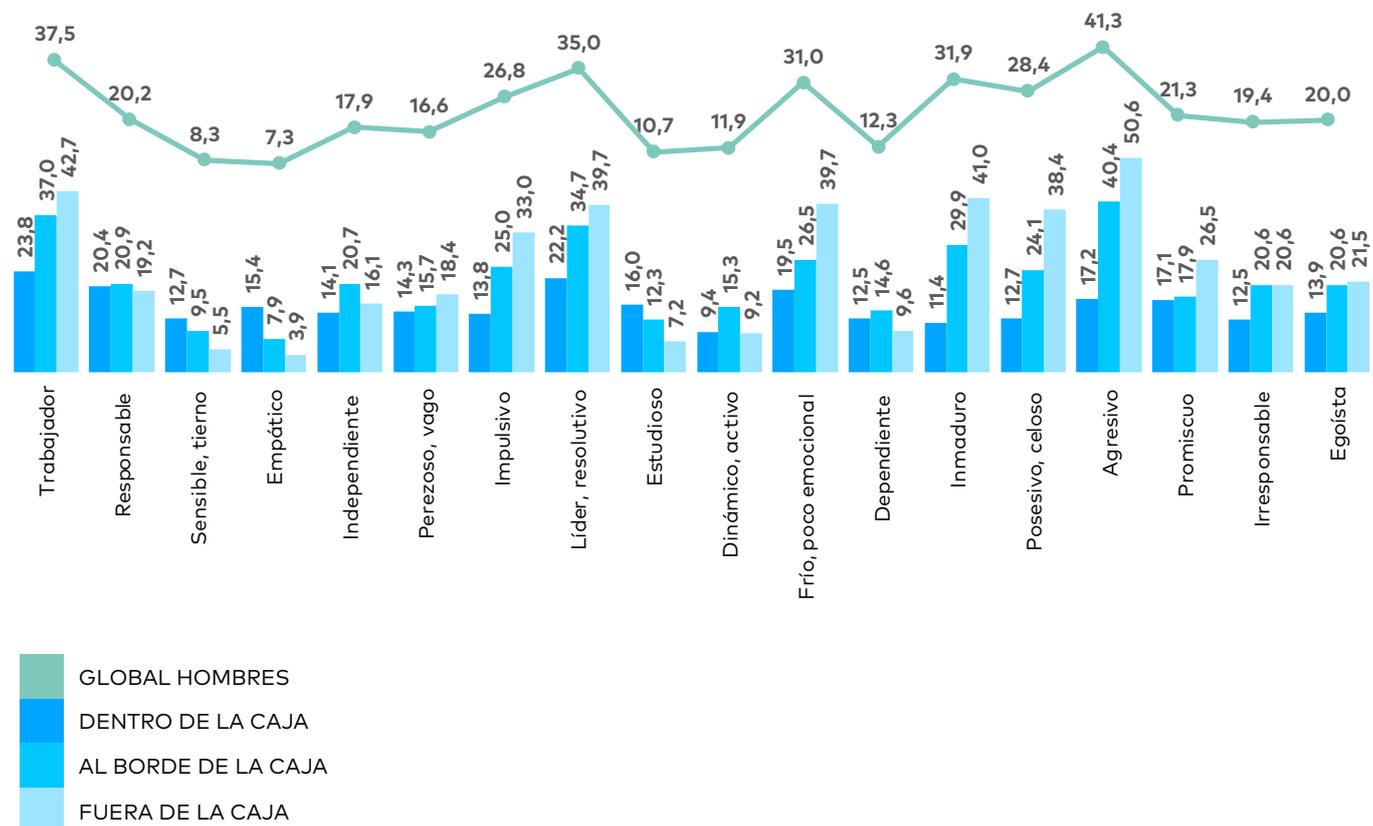
Por lo demás, la **percepción que tienen los hombres que están dentro de la caja** es mucho menos positiva que la de las otras dos posiciones. Esto se ve claramente en los atributos más mencionados, todos positivos: "trabajador", un 31% para quienes están dentro y más de la mitad para el resto; "responsable", un 17,9% frente al 46,1% y el 51,2% de quienes están en al borde o fuera respectivamente; "sensible, tierno", un 15,9% para la posición dentro frente al 33,5% y el 45,9% de las posiciones al borde y fuera.

Al mismo tiempo, **atributos estereotípicamente asociados a los hombres desde la masculinidad hegemónica tradicional son mencionados en mayor medida por parte de quienes están dentro de la caja**. Podemos destacar las categorías de "posesivo, celoso" y "agresivo". La primera es mencionada por un 14,8% de los que están dentro, un 10,9% de los que están al borde y un 3,5% de los que están fuera. La segunda es mencionada por un 13,3%, un 9% y un 5% entre quienes están dentro, al borde y fuera respectivamente.

P36. En tu opinión, ¿cuáles de los siguientes rasgos son los que mejor te definen? Elige las 5 opciones que creas que más te identifican. (%) Base hombres, N=865

¿CÓMO CREEN LOS HOMBRES QUE LOS VE LA SOCIEDAD?

Gráfico 06. Jóvenes a quienes les han dicho desde la infancia que hombres o mujeres se comportan de una determinada manera. Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (%)



Analizando el modo en el que los hombres consideran que les percibe la sociedad en función de su posición con respecto a la caja de la masculinidad se vuelven a observar importantes distinciones.

Cabe destacar que para **quienes se encuentran dentro** de la caja hay muchas menos diferencias entre cómo perciben ellos a los hombres y el modo en el que consideran que la sociedad lo hace, frente a las otras dos posiciones de la caja. El atributo "trabajador" sigue siendo el más mencionado (23,8%), seguido de "líder, resolutivo" (22,2%), y de "responsable" (20,4%). De forma general, **consideran que la sociedad define a los hombres con atributos positivos**.

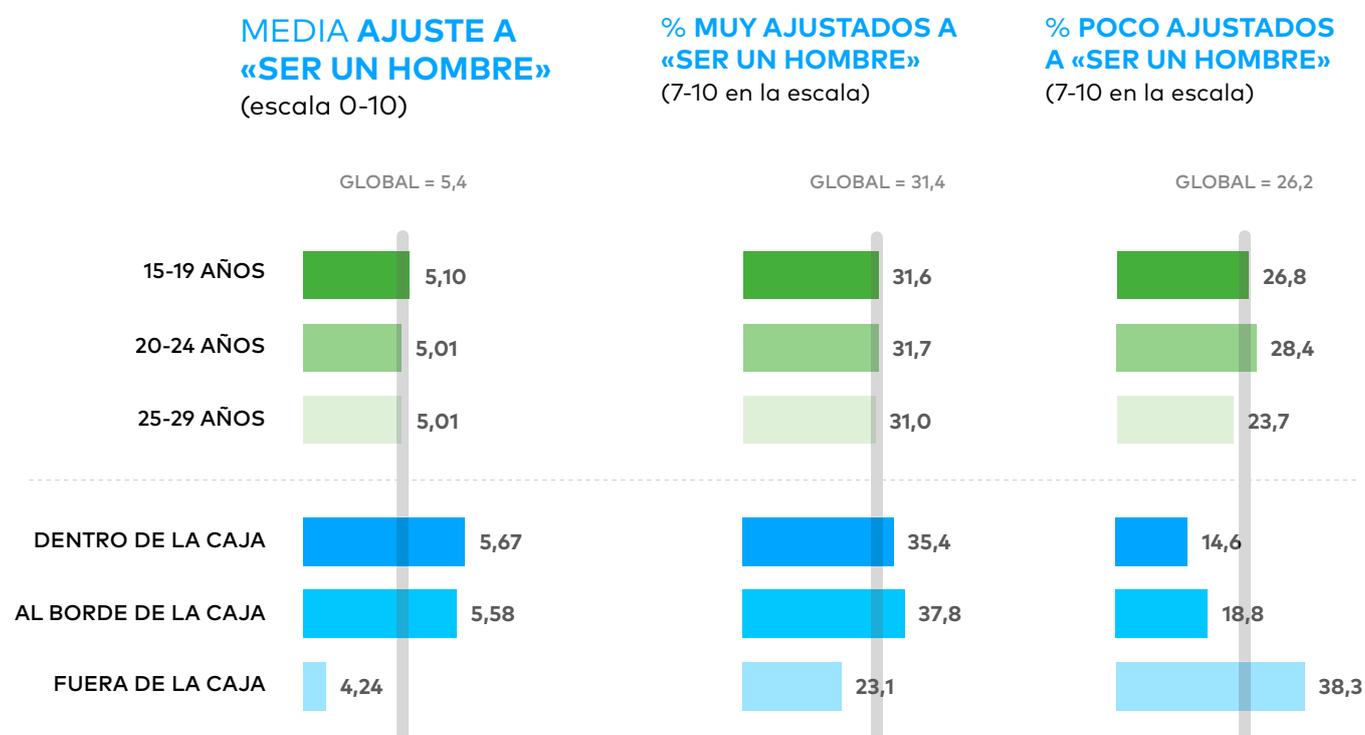
Por otro lado, **quienes están fuera** de la caja especialmente, pero también quienes están *al borde*, consideran que la sociedad percibe a los hombres con cierta ambigüedad pero con una tendencia a los atributos negativos.

Centrándonos en los hombres **fuera de la caja, solo dos de las cinco categorías que cuentan con un 40% o más de menciones son positivas**. Las categorías con más menciones son "agresivo" (50,6%), "trabajador" (42,7%), "inmaduro" (41%), "frío, poco emocional" y "líder, resolutivo" (ambas un 39,7%). Los datos pueden indicar que quienes están fuera de la caja son más conscientes de los prejuicios que se suelen atribuir a los hombres y a raíz de ello tratan de distanciarse de los mismos.

P49. ¿Cuáles de los siguientes rasgos crees que son los que la sociedad más atribuye a los hombres? Elige las 5 opciones que creas que más identifican a los hombres según la sociedad en general. (%) Base hombres, N=865.

AJUSTARSE LO QUE LA SOCIEDAD ESPERA DE LOS HOMBRES

Gráfico 09. Autopercepción sobre rasgos que definen personalmente. Global (sólo hombres) y hombres según visión de la masculinidad (%)



Para estudiar la **percepción que tienen los hombres sobre su grado de ajuste entre su forma de vivir la masculinidad y lo que la sociedad espera** de los hombres se utiliza una escala de 0 a 10, siendo el 0 que no se ajusta nada y 10 que se ajusta totalmente a lo que es ser un hombre para la sociedad.

En este sentido, **la posición global de los jóvenes es del 5,04, por lo que resulta evidente la existencia de una equidistancia** entre vivencias más alejadas y más ajustadas al modo en el que la sociedad define qué es «ser un hombre». El porcentaje global de hombres que se consideran muy ajustados a esta construcción es del 31,4% mientras que el de los que se ajustan muy poco es del 26,2%. Es decir, si bien se puede decir que hay una cierta tendencia de los hombres a considerar que se ajustan a lo que la sociedad cree que es ser un hombre, también es cierto que hay mucha ambivalencia y no hay posiciones globales claras.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ($p < 0,05$)

Las diferencias por **edad** son prácticamente inexistentes en términos globales —sin diferencias estadísticamente significativas—, pero se observa que el porcentaje de jóvenes muy poco ajustados a la construcción social de «ser un hombre» es menor en el grupo de más edad.

Las diferencias en función de la posición que se ocupa **en relación a la caja de la masculinidad** vuelven a ser muy significativas. En la media de ajuste en la escala de 0 a 10 se ve que **tanto quienes están dentro como quienes están al borde superan la media global situándose por encima del 5,5, mientras que quienes están fuera se sitúan en el 4,24**. En la misma línea, el porcentaje de hombres fuera de la caja muy ajustados a «ser un hombre» es 23,1%, mucho menor que el de las otras dos posiciones (35,4% para quienes están dentro y 37,8% para quienes están al borde). Lo contrario ocurre con el porcentaje de jóvenes muy poco ajustados, un 38,1% para quienes están fuera frente a un 14,6% para quienes están dentro y un 18,8% al borde. Por tanto, si bien globalmente parece haber cierta ambivalencia en los posicionamientos sobre el ajuste, se observa que los hombres más alejados de visiones tradicionales de la masculinidad se sienten menos ajustados a lo que creen que la sociedad considera que significa «ser un hombre».

SITUACIÓN PERSONAL Y COMPORTAMIENTOS

ANÁLISIS DE RESULTADOS

A stylized illustration of a human face in shades of blue. The face is shown from the nose up, with closed eyes and a slight smile. The background is a solid blue color. The number '4.2' is overlaid on the lower part of the face.

4.2

BIENESTAR EMOCIONAL Y APOYOS

¿Qué impacto tiene la masculinidad sobre los sentimientos y las emociones experimentadas?

La cuestión que estructura este bloque es hasta qué punto el modo en el que se construye la masculinidad afecta al bienestar y malestar emocional y psicológico de la juventud. Resulta fundamental diferenciar entre hombres y mujeres puesto que **ellas, de forma general, tienden a experimentar sentimientos y emociones negativas en mayor medida que ellos** —un asunto crucial que se ha analizado en anteriores informes del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, como el último barómetro de salud y bienestar o el informe Jóvenes en pleno desarrollo y crisis pandémica—. Esto queda patente al analizar las menciones sobre sentir ansiedad y estrés en los últimos seis meses (un 38,2% en el caso de los hombres y un 65,2% en el caso de las mujeres). La única emoción positiva en la que las mujeres superan a los hombres es la de amor o afecto (40,7% hombres y 52,6% mujeres), algo que podemos vincular con los mandatos de género.

En la misma línea, cuando cruzamos las emociones sentidas por los hombres en los últimos meses con la **caja de la masculinidad**, el resultado es que **quienes están dentro afirman experimentar prácticamente todas las emociones (positivas y negativas) con menos intensidad que el resto**. Poniendo el foco sobre la sensación de felicidad se repite el mismo patrón: de forma general, **los hombres se declaran muy felices en mayor proporción que las mujeres** (63,1% frente al 50,7%), pero **quienes están dentro de la caja afirman sentir menor grado de felicidad que el resto** (el porcentaje de muy poco felices es de 16,6%, más del doble de quienes están *al borde* o *fuera* de la caja).

¿Cómo afecta el género a la salud mental?

Hay numerosas investigaciones que apuntan a que **las mujeres tienen una mayor incidencia de problemas psicológicos y de salud mental** y los datos de este estudio no son una excepción. Al centrarse en los y las jóvenes que **nunca han tenido problemas de salud mental**, se advierte una mayor proporción entre los hombres que entre las mujeres, pues **casi la mitad de ellos (46,8%) declara no haber experimentado estos problemas nunca, mientras que en el caso de ellas es poco más de 1 de cada 4** (26,9% mujeres).

Por lo que respecta al impacto de la caja, los datos son muy reveladores: quienes están *dentro* afirman haber sufrido problemáticas de este tipo alguna vez en un 63,8% de los casos, frente al 48,3% de los que están *al borde* y el 46,5% de los que están *fuera*. Esta diferencia se acentúa al poner el foco sobre la ideación suicida, especialmente para quienes tienen estos pensamientos con una alta frecuencia: 19,8% para quienes están *dentro*, 8,7% para quienes están *al borde* y sólo un 2,6% para los que están *fuera*. Esto supone que **los hombres jóvenes cercanos a visiones tradicionales de la masculinidad presentan una mayor tendencia a experimentar problemas de salud mental y mayor incidencia de pensamientos suicidas**.

¿Con qué apoyos cuenta la población joven en su entorno?

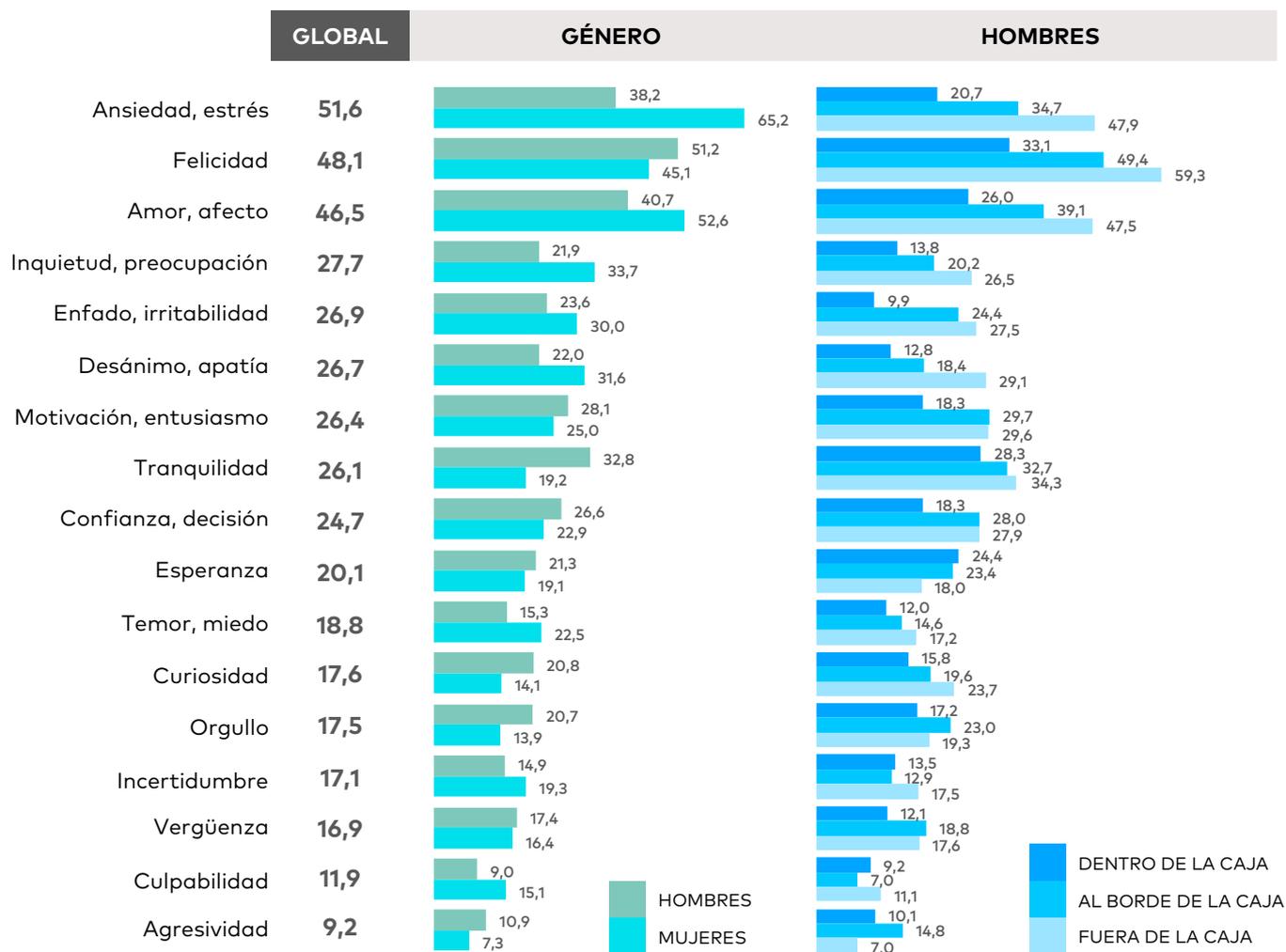
Por lo general, los y las jóvenes cuentan con muchos apoyos a su alrededor y no dudan en apoyarse emocionalmente en ellos: aproximadamente **1 de cada 2 jóvenes declara que tiene tanto amigos o como amigas con los que se siente cómodo o cómoda hablando sobre temas personales y emocionales**. Solamente un 13,3% reconoce no tener amigos o amigas para hacerlo.

Un **14,1% de jóvenes no busca ayuda de nadie**, dato 2 puntos superior entre las chicas, y se identifican importantes diferencias en el tipo de apoyo socioemocional que se busca en función del género. En el grupo de pares ellas tienden a apoyarse en amigas y ellos en amigos, aunque para ambos son igual de importantes (35,8%). Algo similar ocurre con el apoyo de las madres, que resulta fundamental para algo más de 3 de cada 10 jóvenes, sin diferencias por género, mientras que en el caso de los padres un 18,6% de hombres busca su apoyo frente al 9,2% de mujeres.

Si tenemos en cuenta la caja de la masculinidad, destaca que **quienes están dentro valoran menos que el resto el apoyo de sus parejas, de sus madres y de sus amistades**. También que, en relación al grupo de pares, **el 30% de los jóvenes de dentro de la caja únicamente tiene amigos frente a cifras que oscilan entre el 27% y el 19% de quienes se sitúan al borde o están fuera**. Los hombres que están *dentro* afirman en un 38,8% sentirse cómodos hablando de temas personales y emocionales tanto con amigos como amigas, un porcentaje que asciende al 63,6% en el caso de los hombres que están *fuera de la caja*.

HOMBRES DENTRO O FUERA DE LA CAJA

Gráfico 12. Sentimientos y emociones experimentados en los últimos meses. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad (%)



Los datos globales sobre los **principales sentimientos y emociones experimentados en los últimos seis meses** por los y las jóvenes, muestran **cierta ambivalencia** entre sensaciones negativas como "ansiedad, estrés" (51,6%), "inquietud, preocupación" (27,7%) o "enfado, irritabilidad" (26,9%), y sensaciones positivas como "felicidad" (48,1%), "amor, afecto" (46,5%), "motivación, entusiasmo" (26,4%). De las 10 emociones y sensaciones más mencionadas (que superan el 20%) seis de ellas son de corte positivo y cuatro de corte negativo.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

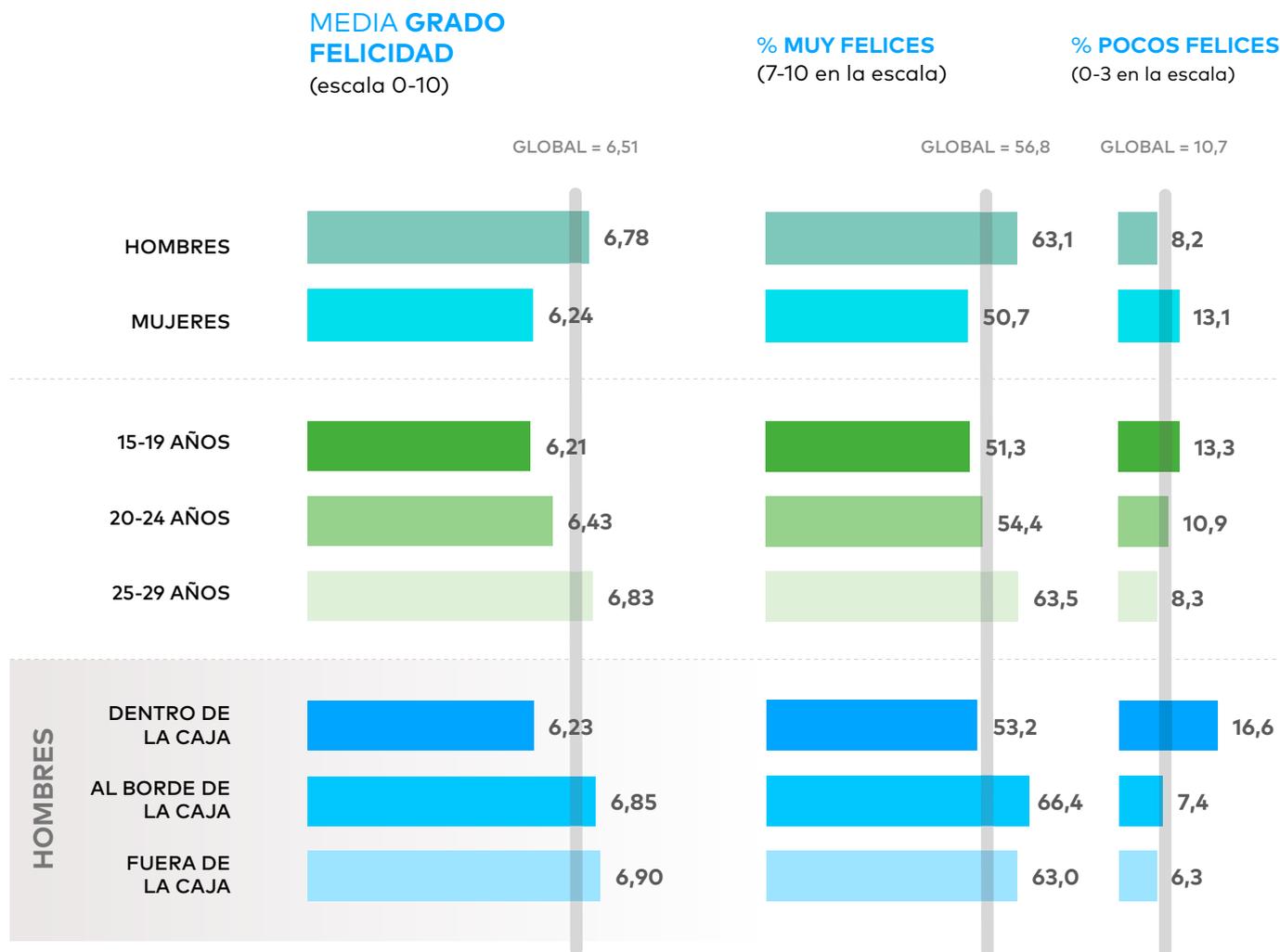
Las **diferencias de género vuelven a ser muy relevantes** puesto que las **mujeres mencionan en un porcentaje significativamente mayor que los hombres las emociones y sensaciones negativas**, tendencia que se ejemplifica con la categoría con más menciones "ansiedad, estrés", un 28,2% entre los hombres y un 65,2% entre las mujeres. También podemos destacar una excepción que se observa en la categoría "amor, afecto", más mencionada por las mujeres (52,6%) que por los hombres (40,7%). Podemos atribuir esta excepción a estereotipos de género que identifican lo femenino con lo emocional y lo masculino con lo racional.

Poniendo el foco sobre los **datos de la caja de la masculinidad** resulta llamativo que quienes están **dentro de la caja mencionan con menos frecuencia que el resto las emociones positivas**, especialmente la sensación de felicidad y amor o afecto, confirmando la tendencia observada anteriormente, **pero también mencionan con menos frecuencia las emociones y sensaciones negativas**. Sólo un 20,7% de quienes están *dentro* afirman haber sentido "ansiedad, estrés" frente al 34,7% de quienes están *al borde* y el 47,9% de quienes están *fuera*. En la misma línea, los de dentro afirman sentirse menos preocupados, enfadados o desanimados y cabe destacar que superan al resto en la categoría de "esperanza". Estos resultados se podrían explicar con el efecto que produce el **mandato de género masculino de invisibilizar las emociones**.

P17. De la siguiente lista de sentimientos y emociones, ¿podrías decir cuáles son los principales que has sentido en los últimos 6 meses? Seleccionar un máximo de 5 sentimientos o emociones. (%) Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

SATISFACCIÓN Y FELICIDAD

Gráfico 13. Grado de felicidad. Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (Escala 0-10) (media) (% muy felices y poco felices)



En una escala de 0 a 10, la posición global de los y las jóvenes sobre el grado de **felicidad declarada** es del 6,51. El porcentaje de jóvenes "muy felices" sería del 56,8%, frente al 10,7% que se declaran "muy infelices", una **tendencia que es positiva de forma general**, aunque con importantes matices.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

Los datos muestran importantes diferencias tanto por **género** como por grupo de edad. Comenzando por el género, resulta evidente que los **hombres tienden a declarar mayores grados de felicidad** que las mujeres, situándose ellos por encima de la media global (6,78) y ellas por debajo (6,24). Esta diferencia también se observa en el porcentaje de muy felices, siendo ellos el 63,1% y ellas el 50,7%, tendencia que se revierte en el porcentaje de muy infelices. La tendencia de las mujeres a mostrar mayores niveles de malestar emocional y psicosocial se ha observado también en [investigaciones previas del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud](#) y se mantiene estable en todo este bloque de análisis.

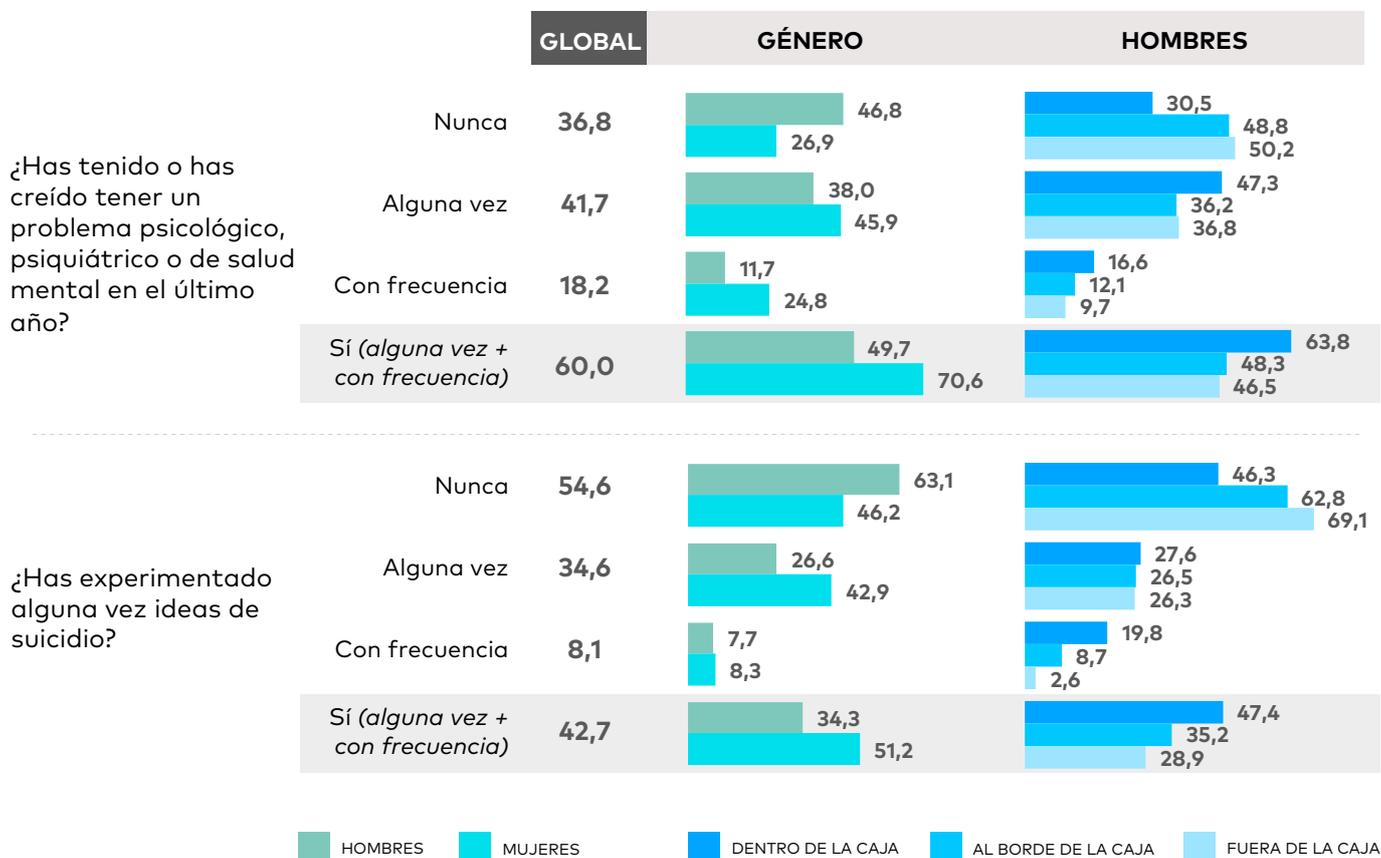
Por **grupos de edad**, vemos una tendencia a declarar **menores grados de felicidad entre jóvenes de menor edad**, situándose por debajo de la media los menores de 24 años y por encima los mayores. Los porcentajes de muy felices aumentan progresivamente con la edad: 51,5% entre jóvenes de 15 a 19 años, 54,4% entre los 20-24 y 63,5% entre 25 y 29 años.

Los datos vinculados a la **caja de la masculinidad** son muy reveladores puesto que son **los hombres dentro de la caja quienes muestran menores grados de felicidad**, siendo los únicos que se sitúan por debajo de las medias globales (6,23), mientras que quienes están *al borde* o *fuera* están por encima (6,85 y 6,90 respectivamente). El porcentaje de muy infelices entre los hombres *dentro* de la caja es el más alto de todas las categorías (16,6%), dato que ilustra el conflicto y la crisis permanente que se experimenta desde posiciones de masculinidad tradicional en el contexto actual.

P15. De forma general, considerando la satisfacción con todos los aspectos de tu vida, ¿cómo valorarías tu grado de felicidad en el momento actual? Utilizar una escala 0-10, donde 0 es "totalmente infeliz" y 10 es "totalmente feliz". (media) (%) Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

SALUD MENTAL E IDEACIÓN SUICIDA

Gráfico 14. Problemas de salud mental e ideas suicidas experimentados. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad (%)



Los datos **globales y por género** muestran unos resultados muy preocupantes que ya se habían identificado en trabajos previos del **Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud** y que indican un claro impacto negativo de la pandemia sobre la salud mental de la juventud.

En este sentido, vemos que **6 de cada 10 jóvenes afirman haber sufrido algún problema** psicológico, psiquiátrico o de salud mental en el último año. Una tendencia similar se observa al analizar la ideación suicida entre la juventud: el 54,6% afirma no haber experimentado nunca ideas de suicidio y un 8,1% las experimenta con frecuencia.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ($p < 0,05$)

Los datos **por género muestran la posición especialmente vulnerable en la que se encuentran las mujeres** en relación a los problemas psicológicos, psiquiátricos y de salud mental. Mientras que un 46,8% de hombres nunca ha experimentado ningún problema, este porcentaje se reduce al 26,9% en el caso de las mujeres. A su vez, un 11,7% de hombres experimentan problemas con frecuencia frente al 24,8% de mujeres.

En la **ideación suicida** también se observa esta diferencia: 34,3% de hombres ha pensado en el suicidio frente al 51,2% de mujeres, siendo las diferencias significativas en la frecuencia "alguna vez".

Por otro lado, al **analizar los resultados en función de las posturas que ocupan los hombres ante la caja de la masculinidad** hay tendencias muy reveladoras. **Quienes se encuentran dentro de la caja muestran una situación significativamente peor** que el resto tanto en términos de salud mental como en vinculación con la ideación suicida. El porcentaje de hombres jóvenes que afirman haber tenido problemas psicológicos, psiquiátricos o de salud mental en el último año es de 63,8% para quienes están dentro de la caja, frente al 46,5% de quienes se encuentran fuera de la misma.

Al observar la ideación suicida la diferencia se intensifica todavía más, puesto que un 19,8% de los jóvenes que se encuentran *dentro* de la caja afirma experimentarlas con frecuencia frente al 8,7% de quienes ocupan posiciones intermedias y sólo el 2,6% de quienes se sitúan *fuera*.

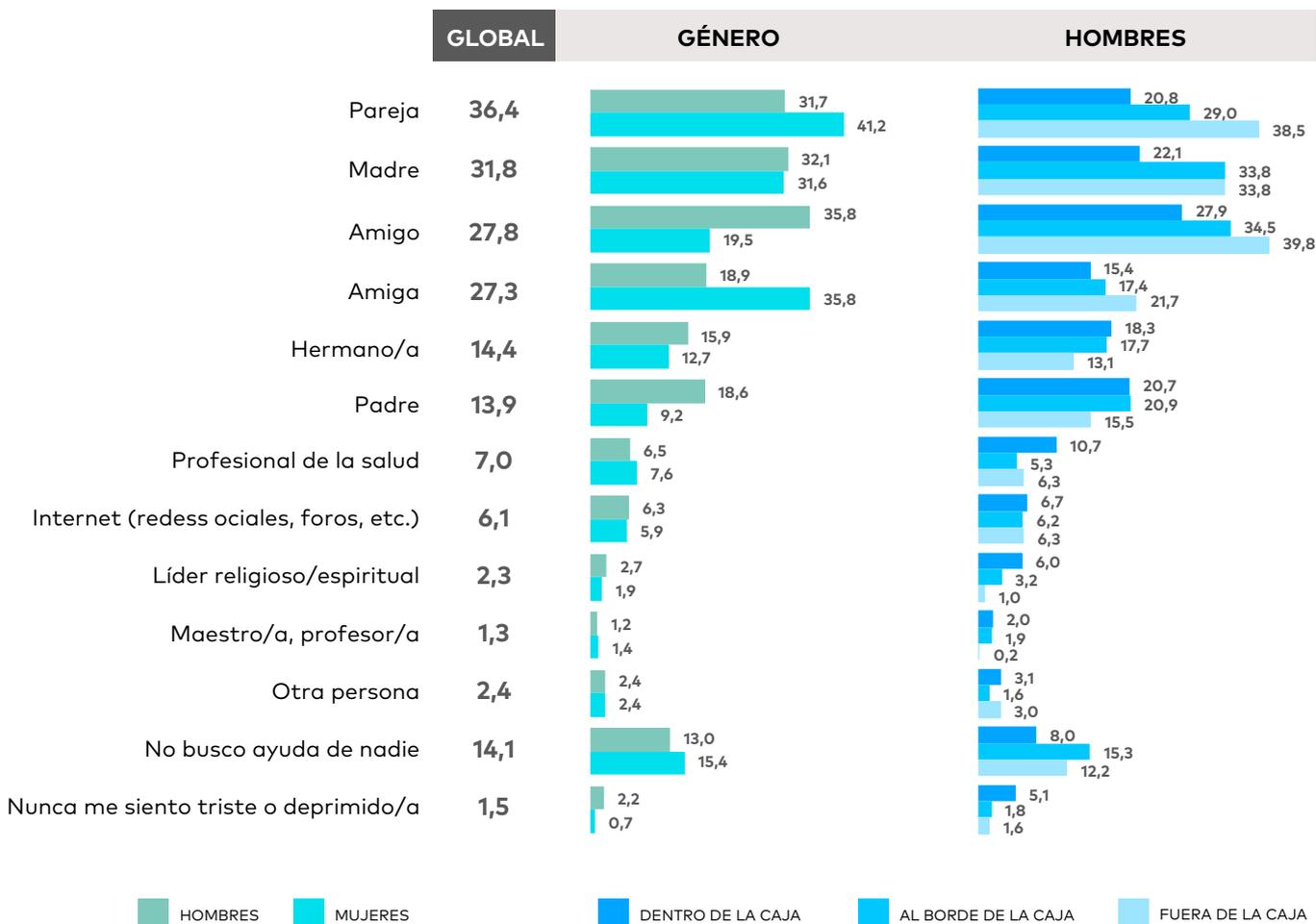
P18. En los últimos doce meses, ¿has tenido o has creído tener alguna vez un problema psicológico, psiquiátrico o de salud mental? (%) No se muestran Ns/Nc.

P19. ¿Has experimentado alguna vez ideas de suicidio? (%) No se muestran Ns/Nc.

Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

FIGURAS DE REFERENCIA EN EL APOYO SOCIOEMOCIONAL

Gráfico 15. Personas a las que se pide ayuda en momentos de tristeza o depresión. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad (%)



Una vez analizado el bienestar y el malestar emocional y psicológico es importante tener en cuenta el apoyo socioemocional con el que cuenta la juventud en su entorno y qué características tiene.

Los porcentajes globales muestra que la **pareja (cuando se tiene) es el principal punto de apoyo** (mencionada por un 36,4% de jóvenes), **seguido de las madres (31,8%)** y de las **amistades**. Llama la atención que los **padres quedan relegados a un sexto puesto**, por detrás de hermanos o hermanas, mencionados solo por un 13,9%.

Un **14,1% no busca ayuda de nadie** cuando se siente triste o deprimido o deprimida y otras fuentes de apoyo, como profesionales de la salud

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

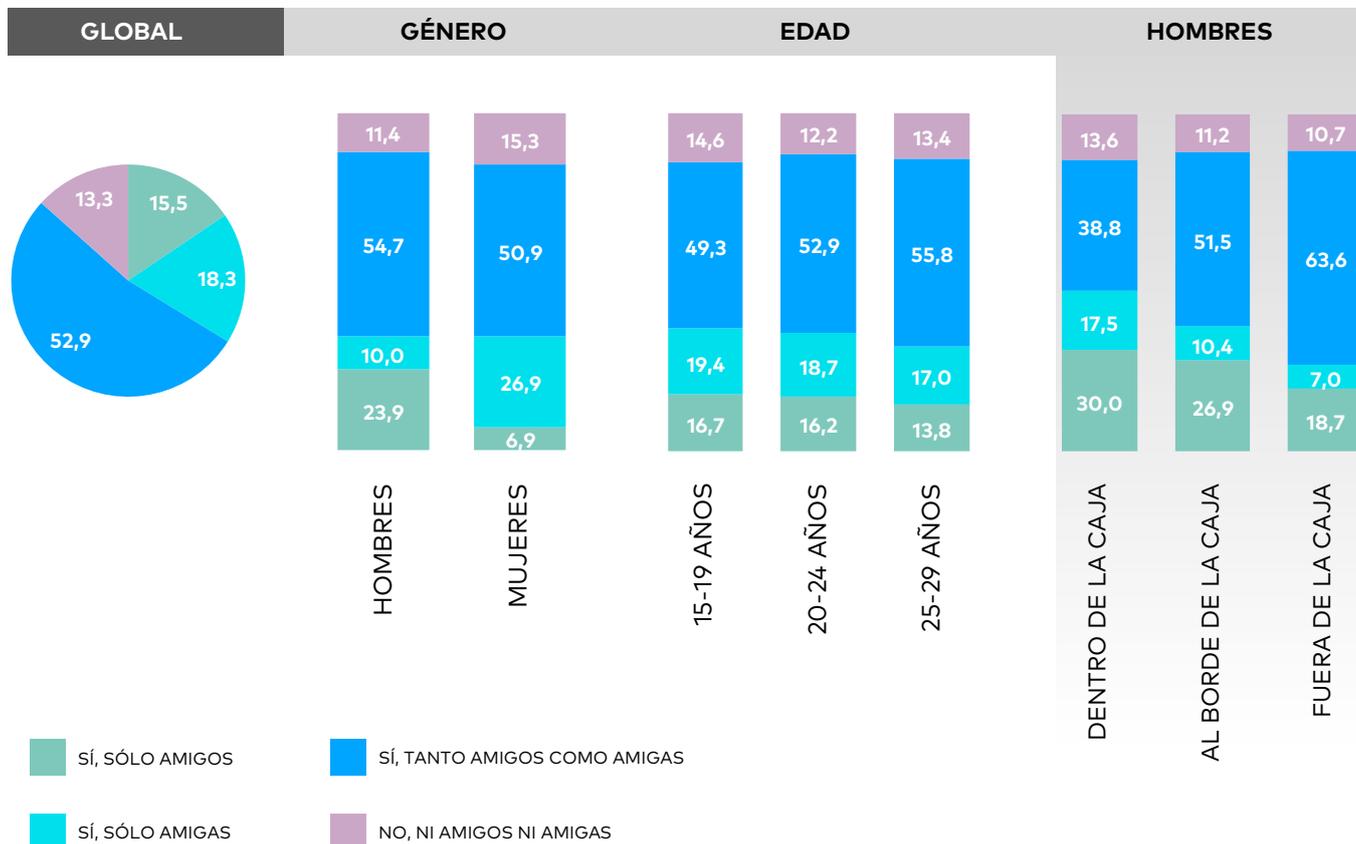
Se observan **importantes diferencias por género**, exceptuando el apoyo que se busca en las madres, que es prácticamente igual para hombres y mujeres (algo más de 3 de cada 10 se apoyan en sus madres cuando tienen problemas). Las **mujeres valoran el apoyo de la pareja en un 41,2%, 10 puntos más que los hombres**, y **ellos valoran en mayor medida el apoyo de sus padres**, un 18,6% frente al 9,2% entre las mujeres. En la relación con el grupo de pares, un 35,8% de hombres se apoyan en sus amigos y el mismo porcentaje de mujeres se apoyan más en sus amigas.

Los datos de la caja de la masculinidad muestran que tanto quienes están *al borde* como quienes están *fuera* siguen tendencias similares a las descritas en los porcentajes globales. No obstante, **quienes están dentro tienden a apoyarse menos en sus parejas y en sus madres**, apoyo que está cerca de equipararse al de sus padres (20,7% frente al 22,1% de las madres). Aunque son porcentajes reducidos, llama la atención que *dentro* de la caja están menos representados quienes no buscan ayuda de nadie, y que están más representados entre los que afirman no sentirse nunca tristes.

P21. Cuando te sientes muy triste o deprimido/a, ¿a qué persona/s pides ayuda en primer lugar? Escoger un máximo de tres personas, a las que suele recurrir con mayor frecuencia. (%) Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

APOYO SOCIOEMOCIONAL

Gráfico 16. Jóvenes con apoyo socioemocional de amigos o amigas. Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (%)



Teniendo en cuenta que la propia masculinidad se construye de forma conjunta con el entorno es relevante analizar hasta qué punto el apoyo socioemocional se produce solo entre personas del mismo género o si se integran tanto amigos como amigas en la red de apoyo.

Los datos globales muestran que **la mayoría (el 52,9%) se sienten cómodos y cómodas hablando sobre temas personales y emocionales tanto con amigos como amigas**. Porcentajes similares se dan entre quienes sólo se apoyan en amigas (18,3%) y sólo en amigos (15,5%) y en un porcentaje minoritario, aunque muy significativo, se colocan quienes no cuentan con una red de apoyo en su grupo de pares (13,3%).

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

Se observa que **el porcentaje de hombres que sólo se apoyan en amigos y el de mujeres que solo se apoyan en amigas, es similar** (23,9% y 26,9% respectivamente). Llama la atención que el porcentaje de mujeres que no cuentan con una red de apoyo es mayor que el de los hombres (15,3% frente al 11,4% respectivamente). En cuanto a los **grupos de edad**, las **diferencias son reducidas** aunque se puede destacar que a medida que aumentan los años crece el porcentaje de jóvenes con apoyos de amigos y amigas.

Los **datos vinculados a la caja de la masculinidad son los que presentan más contrastes**. Quienes están **dentro de la caja son los que más se apoyan solo en hombres (30%) y también solo en mujeres (17,5%)**; mientras que entre quienes están **fuera** solo el 18,7% se relaciona solo con hombres y el 7% solo con mujeres. Teniendo estos datos en cuenta, se comprueba que **cerca de 4 de cada 10 hombres que están dentro de la caja se relacionan tanto con hombres como con mujeres frente a algo más de 6 de cada 10 de quienes están fuera**.

P20. ¿Tienes amigos o amigas con los que te sientas cómodo/a hablando sobre temas personales y emocionales en tu vida? (%) Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

CONSTRUCCIÓN DE LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

¿Cómo es la autopercepción sobre el atractivo de la juventud?

De forma general, teniendo en cuenta tanto la personalidad como la apariencia física, **los y las jóvenes tienden a autoperibirse con un nivel de atractivo positivo**; algo menos de **la mitad se consideran muy atractivos o atractivas y sólo 1 de cada 10 se ve como muy poco atractivo**. Al igual que otros indicadores que miden aspectos vinculados a la autoestima, confianza y autopercepción sobre felicidad, bienestar u otros temas personales, en este indicador también son los hombres quienes puntúan más alto en comparación con las mujeres, aunque sin encontrarse unas diferencias muy amplias: en una escala de 0 a 10 en el nivel de atractivo, la media de los hombres es de 6,29 frente un 6,06 entre las mujeres.

Al observar específicamente a los hombres internamente, teniendo en cuenta el impacto de la caja de la masculinidad, **quienes están dentro se ven a sí mismos significativamente menos atractivos que el resto**, algo que se observa sobre todo en el porcentaje de los que se sienten muy poco atractivos (17,8% los que están dentro y 8% en las otras dos posiciones). En cuanto a los que se sienten muy atractivos, destacan los hombres *al borde* (52,2%) y *fuera* de la caja (48,6%), estando los de *dentro* algo por debajo en proporción (43,7%).

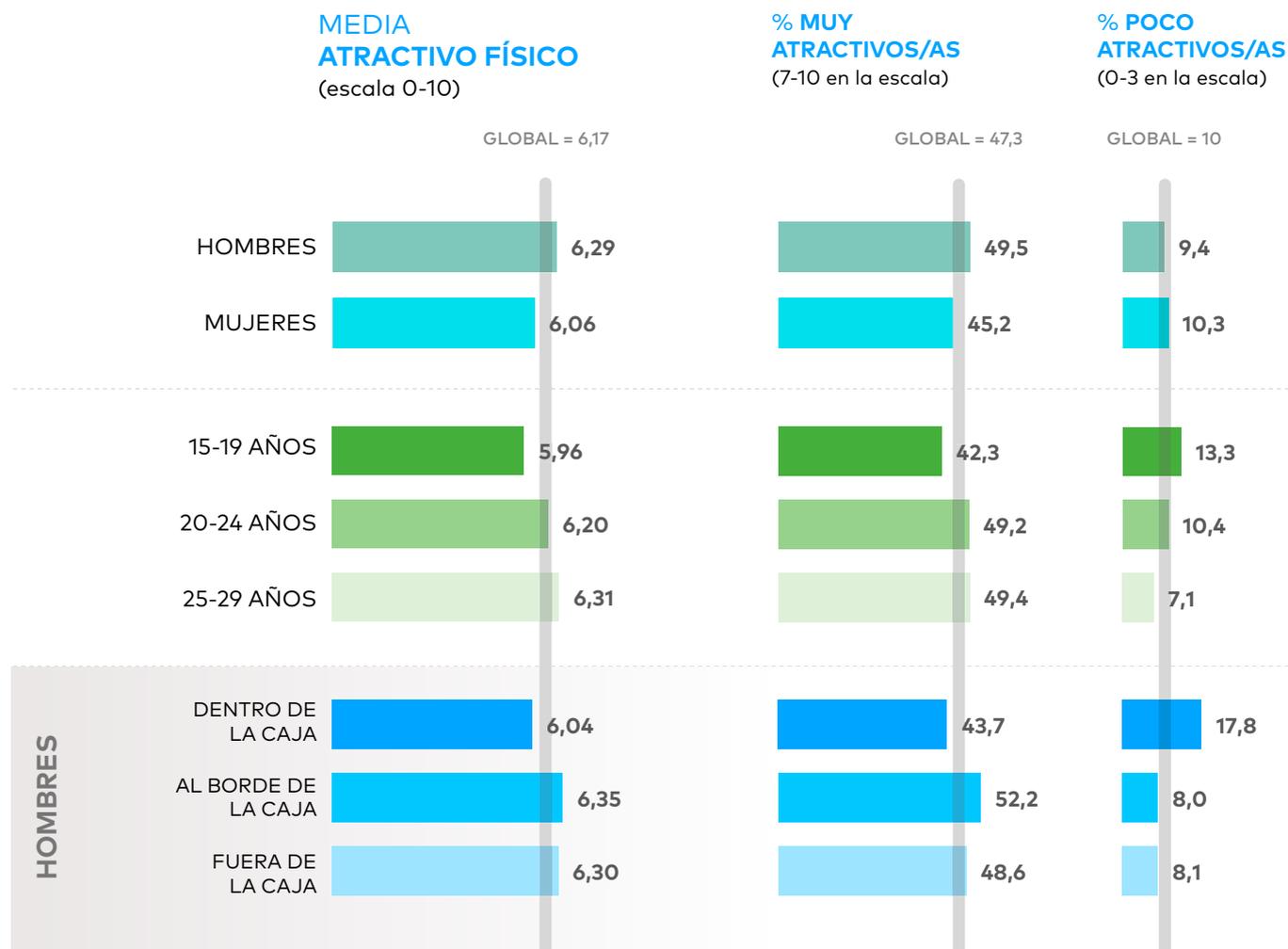
¿Cuánta satisfacción sienten hacia su aspecto físico y cómo les afecta?

Las mujeres muestran un grado de satisfacción menor que los hombres por su aspecto físico (un 27,2% ellas frente al 18,4% ellos). Al preguntar por las partes concretas del cuerpo con las que están menos a gusto, únicamente en el tamaño de los músculos los hombres puntúan en mayor porcentaje que las mujeres (25,1% frente al 15,3%). A su vez, las mujeres muestran una preocupación considerablemente mayor por el aspecto físico en comparación con los hombres (el 31,2% de mujeres se preocupan bastante frente a un 16,8% de hombres).

Teniendo en cuenta la caja de la masculinidad, cabe destacar que **quienes están fuera de la caja declaran en mayor medida estar satisfechos con todos los aspectos de su apariencia física**: el 16,1% de los hombres *fuera* de la caja están satisfechos con su apariencia física en general, frente al 9,3% de los que están *dentro*. Aunque cabe resaltar que **los hombres jóvenes que se sitúan dentro de la caja se muestran menos preocupados por el aspecto físico**: un 19,1% de los que están dentro afirman que no les preocupa, frente al 15% en las otras posiciones. Además, con relación a la caja de la masculinidad y la satisfacción con aspectos concretos de la apariencia, se observa que los hombres *dentro* de la caja reconocen especialmente su insatisfacción con su cabello, sus genitales y su olor corporal, mientras que los de *fuera* de la caja destacan la insatisfacción con el peso, la estatura, los músculos o el rostro.

NIVEL DE ATRACTIVO

Gráfico 17. Autopercepción sobre el atractivo (personalidad, cualidades y apariencia física). Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (Escala 0-10) (media) (% muy atractivos/as y poco atractivos/as)



Un aspecto relevante a la hora de analizar el grado de bienestar y malestar que experimenta la juventud y su nivel de **autoestima está relacionado con su autopercepción sobre el atractivo**. También atendemos a cómo algunos estereotipos ligados al atractivo y a la apariencia definen la masculinidad.

En términos globales, la **media de atractivo autopercebido de la juventud, incluyendo personalidad, cualidades y apariencia física, es de 6,17 en una escala de 0 a 10**. El porcentaje de jóvenes que se ven muy atractivos o atractivas es del 47,3% y sólo 1 de cada 10 se consideran muy poco atractivos o atractivas. Podemos concluir que la **tendencia general es positiva**.

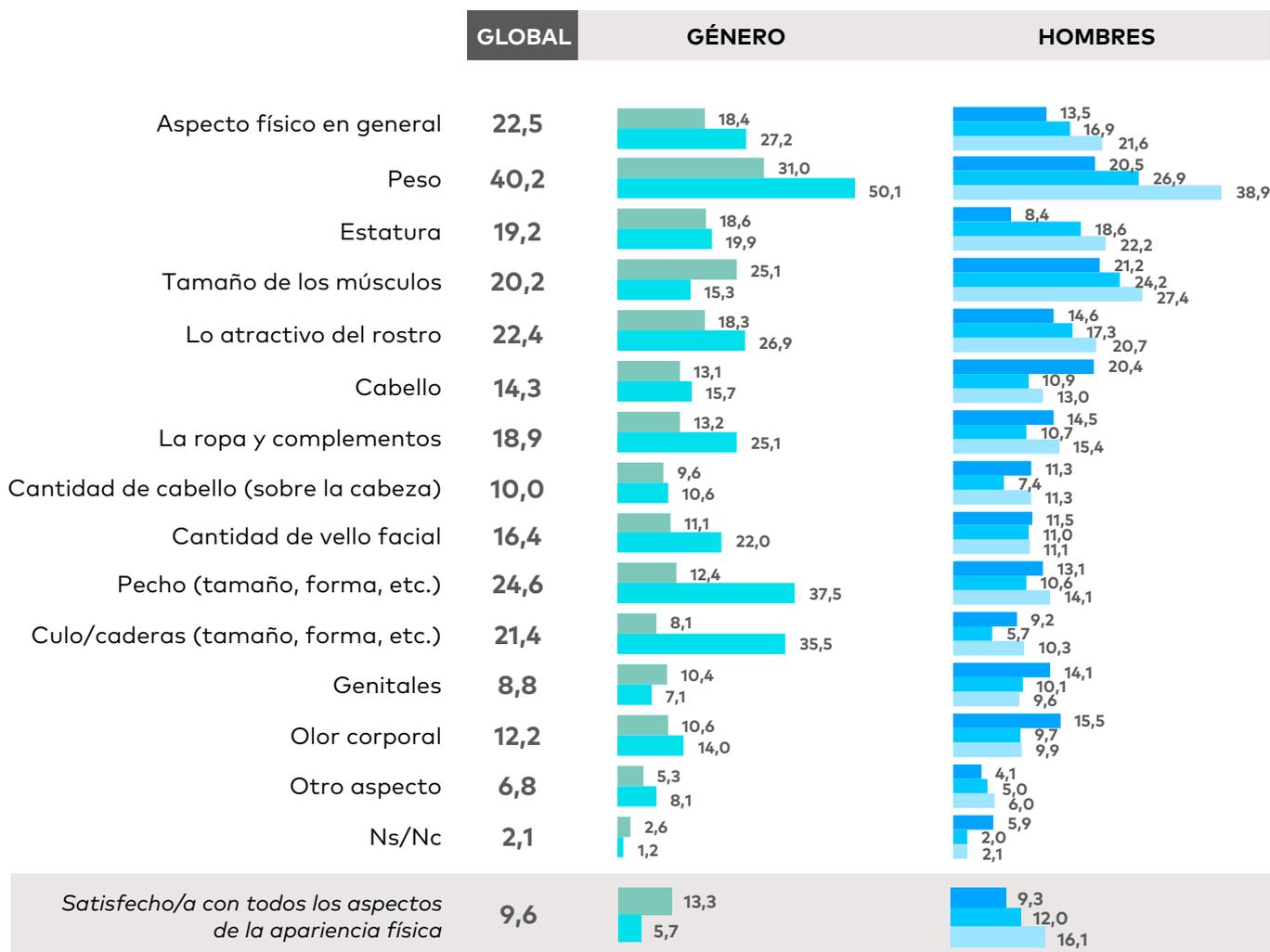
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ($p < 0,05$)

Analizando diferencias por género y edad se observan dos tendencias claras: los hombres se sienten generalmente más atractivos que las mujeres (ellos se sitúan en una media de 6,29 y ellas en 6,29); y los y las jóvenes de menos edad se ven menos atractivos y atractivas (el grupo de 15 a 19 años se sitúa en el 5,96 frente a los otros dos grupos de edad que están por encima de la media).

Por lo que respecta a los resultados vinculados a la caja de la masculinidad, **los hombres dentro de la caja destacan al situarse significativamente por debajo del resto de grupos en el nivel de atractivo percibido**; un 6,04 frente a un 6,35 para los que están *al borde* y un 6,3 entre quienes se ubican *fuera*. Además, un 17,8% de los que están *dentro* de la caja se consideran muy poco atractivos, 10 puntos porcentuales por encima de los otros dos grupos. En el polo opuesto, el grupo intermedio de los que están *al borde* es el que más atractivo se autopercebe, considerándose el 52,2% muy atractivos, seguido de quienes están *fuera*, con un 48,6% que se consideran muy atractivos. Es decir, los hombres jóvenes con visiones más tradicionales de la masculinidad tienden en mayor medida a autopercebirse como menos atractivos que el resto.

SATISFACCIÓN CON EL ASPECTO FÍSICO

Gráfico 18. Aspectos de la apariencia física con los que no se está del todo satisfecho/a. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad (%)



Otro aspecto que queremos abordar en relación al atractivo y al aspecto físico es la satisfacción declarada de los y las jóvenes con diferentes elementos de sus cuerpos. De este modo perseguimos comprobar hasta qué punto se reproducen estereotipos de belleza entre la juventud.

Los datos globales permiten observar que **un 22,5% muestra insatisfacción con su aspecto físico en general** y únicamente **un 9,6% afirma que no cambiaría ningún aspecto de su apariencia física**. En aspectos concretos, el peso, el pecho y las caderas son los elementos que menos satisfacción generan aunque se trata de resultados muy diferenciados por género.

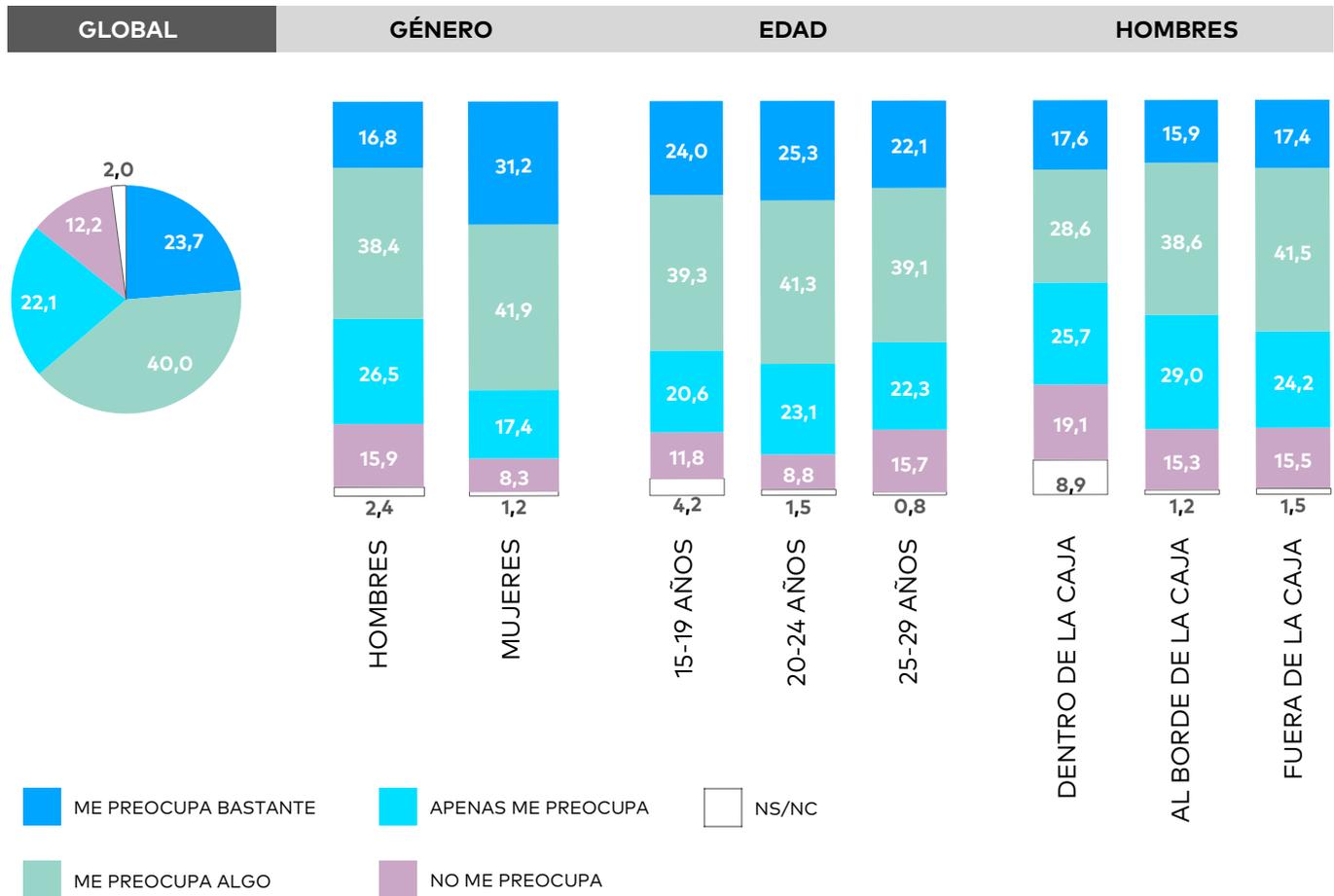
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ($p < 0,05$)

Las **mujeres son mucho más críticas con su aspecto físico**. Sólo un 5,7% de mujeres se muestra satisfecha con todos los aspectos de su apariencia física, frente a un 13,3% de los hombres. En la misma línea, un 27,2% de chicas afirma que cambiaría o no está satisfecha con su aspecto físico en general (18,4% entre los chicos). La insatisfacción con el peso, el pecho o las caderas lo mencionan en un 50,1%, 37,5% y 21,4% de los casos, superando en más de 20 p.p. a los hombres. Por su parte, ellos destacan la poca satisfacción con el tamaño de los músculos (25,1% ellos y 15,3% ellas).

Los resultados relacionados con la caja de la masculinidad muestran que **quienes se encuentran fuera de la caja están más satisfechos con su aspecto físico en general**; el 16,1% de los hombres *fuera* declaran en mayor medida estar satisfechos con todos los aspectos de su apariencia física, frente al 9,3% de los que están *dentro* de la caja. Aunque en el caso de cambiar o no estar del todo satisfechos con el aspecto físico en general son los de *fuera* los que más proporción alcanzan (21,5% los de fuera y 13,5% los de dentro). Al atender a aspectos concretos, los hombres *dentro* de la caja destacan sobre todo su insatisfacción con el cabello, los genitales y el olor corporal, mientras que los de *fuera* de la caja destacan la insatisfacción con el peso, la estatura, los músculos o el rostro.

PREOCUPACIÓN POR EL ASPECTO FÍSICO

Gráfico 19. Grado de preocupación por la imagen externa (aspecto físico). Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (%)



El grado de preocupación por la imagen externa que se proyecta hacia el entorno es un indicador ligado a las presiones sociales que se experimentan a la hora de cumplir con los estándares de belleza establecidos en la sociedad.

Los datos **globales muestran que la mayoría tiene una preocupación media o alta por su aspecto físico**. Un 40% se preocupa "algo" y un 23,7% "bastante", frente a **solo un 12,2% que afirma no preocuparse en absoluto**.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

Las **diferencias por género son muy significativas**, algo que encaja con la presión que han sufrido las mujeres históricamente a la hora de cumplir estándares de belleza más rígidos que los de los hombres. Mientras que un **16,8% de hombres afirma preocuparse bastante, el porcentaje casi llega a doblarse en el caso de las mujeres (31,2%)**. En el polo opuesto, un 15,9% de hombres afirman no preocuparse frente al 8,3% de mujeres.

Por lo que respecta a la **edad, la preocupación por el aspecto físico y por la imagen externa se reduce considerablemente en los grupos de más edad**. Entre los 15 y los 24 años un cuarto de jóvenes afirman preocuparse bastante, porcentaje que desciende al 22% entre los 24 y 29. Lo mismo se observa en el porcentaje de jóvenes que no se preocupan: crece en más de 5 p.p. a partir de los 25 años.

La **caja de la masculinidad** arroja datos muy similares para quienes se encuentran *al borde* y *fuera* de la caja, con porcentajes parecidos al global de los hombres. Sin embargo, destaca entre **quienes están dentro de la caja un porcentaje mayor que afirma no preocuparse (19,1%)** y un 8,9% que no sabe o no contesta. Estos datos pueden ser indicadores de un rechazo al estereotipo del hombre que cuida su aspecto físico como rasgo asociado a lo femenino.

P38. ¿Hasta qué punto te preocupa tu imagen externa, es decir, lo que los demás piensan de ti por tu aspecto físico? (%) Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

PRESIÓN SOCIAL

¿Qué presiones sociales sienten los y las jóvenes?

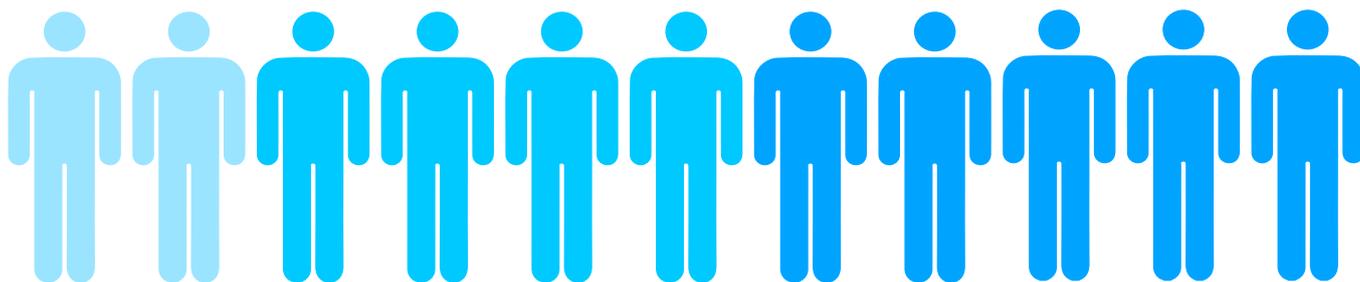
De forma general, la **presión más notable** que sienten las personas jóvenes es **tener que alcanzar el éxito en el trabajo o en los estudios**, que destaca por encima del resto, aunque **también destacan mostrar fortaleza en todo momento, ocultar la tristeza o la ansiedad y tener atractivo físico**.

¿Hay diferencias de género en cuanto a la presión social sentida?

Hay importantes diferencias. En general, **las mujeres sienten una presión mucho más marcada**, destacando la presión por tener éxito en el trabajo o en los estudios, mostrar fortaleza aunque estén nerviosas o asustadas, ocultar la tristeza o la ansiedad, ser físicamente atractivas y tener que hacer las tareas del hogar. **Los hombres suelen experimentar bajos niveles de presión social** y destacan comparativamente por la presión sentida por llevar la iniciativa a la hora de ligar, tener que usar la violencia para defender su reputación o ideas y relacionarse solo con personas heterosexuales, aunque en estos dos últimos casos el nivel de presión es muy bajo. Por tanto, de forma general, se observa que experimentar la masculinidad pasa en gran medida por niveles bajos de presión social.

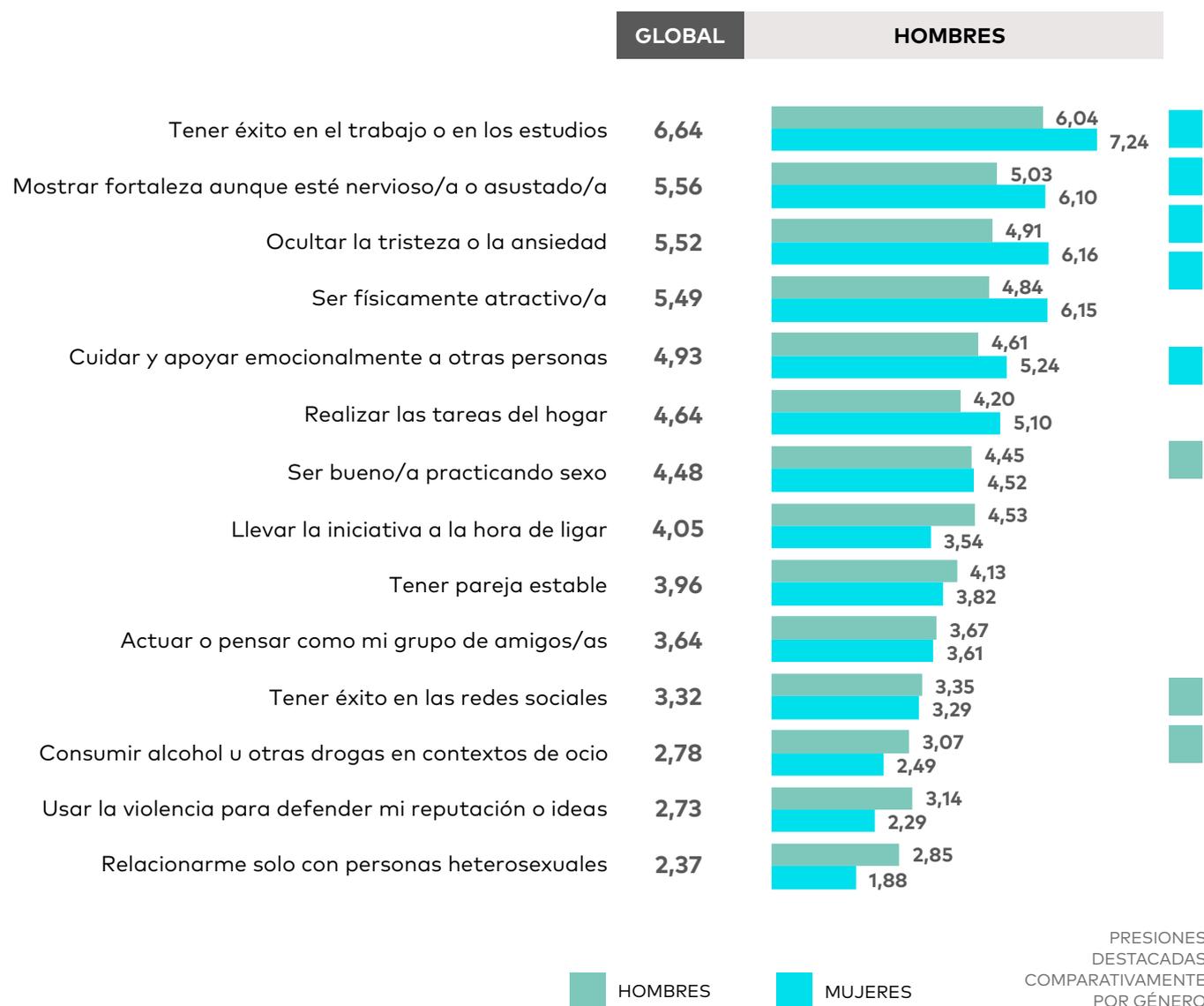
¿La visión de la masculinidad marca la forma en que se experimenta la presión social?

Las diversas formas de ver la masculinidad marcan importantes diferencias entre los hombres en cuanto a cómo sienten las presiones sociales. Los **hombres que se encuentran fuera de la caja de la masculinidad apenas sienten presiones sociales destacadas**, salvo en el caso de tener que lograr éxito en el trabajo o en los estudios. Son los **hombres con visiones más tradicionales de la masculinidad los que sienten mayor presión social** en prácticamente todas las cuestiones consultadas. Si atendemos al tipo de presiones que sienten, en cuestiones como relacionarse sólo con personas heterosexuales, usar la violencia para defender la reputación o ideas, tener éxito en las redes sociales, actuar o pensar como el grupo de amigos y consumir alcohol u otras drogas en contextos de ocio, puntúan por encima de la media, con marcadas diferencias respecto a los hombres de los otros grupos.



PRESIONES SOCIALES

Gráfico 20. Presión social sentida. Global y por género. (Escala 0-10) (media)



De forma global, la **presión social más mencionada que sienten las personas jóvenes es tener que lograr éxito en el trabajo o en los estudios** (media de 6,64 en una escala de 0 a 10 de menor a mayor presión). Hay otras presiones destacadas que se encuentran entre el 5 y el 6 de media: mostrar fortaleza, ocultar tristeza o ansiedad y ser atractivo o atractiva. El resto de cuestiones no suponen niveles elevados de presión social, al menos de forma global.

Por género, detectamos diferentes presiones, tanto en grado como por tipología. Los **hombres tienden a sentir una menor presión de forma general**; por ejemplo, en la categoría más destacada globalmente (tener éxito) tienen una media de 6,04 frente a una media de 7,24 de las mujeres. **Ellas, por su parte, experimentan niveles más altos de presión en general.**

Concretamente, por tipo de presión, las **mujeres destacan por tener éxito en el trabajo o en los estudios, mostrar fortaleza aunque estén nerviosas o asustadas, ocultar la tristeza o la ansiedad, ser físicamente atractivas y realizar las tareas del hogar**, mientras que los **hombres destacan comparativamente en la presión por llevar la iniciativa a la hora de ligar, tener que usar la violencia para defender su reputación o ideas y relacionarse solamente con personas heterosexuales**, aunque en estos dos últimos casos el nivel de presión es muy bajo (por debajo del 3 de media).

P22_P35. A veces, podemos sentir la presión de la familia, amistades, docentes o de la propia sociedad para ser de una determinada manera. ¿Podrías valorar hasta qué punto sientes presión en los siguientes aspectos? Escala 0-10: 0=ninguna presión, 10=mucha presión (media). Base total, N=1.700.

MASCULINIDAD Y PRESIÓN SOCIAL

Gráfico 21. Presión social sentida. Global (sólo hombres) y hombres según visión de la masculinidad. (Escala 0-10) (media)



Al profundizar en las presiones sociales de **los hombres** jóvenes se observa que solo hay dos categorías donde superan el 5 de media: tener éxito en el trabajo o en los estudios (6,04) y mostrar fortaleza aunque estén nerviosos o asustados (5,03); es decir, en general **experimentan niveles bajos de presión social**.

Las formas diferenciales de ver las masculinidad se erigen como factores clave en cuanto a la forma de experimentar las presiones sociales. Las **visiones más tradicionalistas o retrógradas sobre la masculinidad o lo que significa ser hombre apuntan una mayor tendencia en la experimentación de presiones sociales**: los hombres dentro de la caja sienten mayor presión que los hombres más progresistas en todas las categorías consultadas, salvo en el caso de tener éxito en el trabajo o en los estudios.

Las mayores diferencias entre las presiones señaladas en los **hombres según su visión de la masculinidad se dan en el grupo jóvenes dentro de la caja**, que mencionan en mayor medida: **relacionarse sólo con personas heterosexuales, usar la violencia para defender la reputación o ideas, tener éxito en las redes sociales, actuar o pensar como el grupo de amigos y consumir alcohol u otras drogas en contextos de ocio** (categoría esta última que es la única que no supera el 5).

P22_P35. A veces, podemos sentir la presión de la familia, amistades, docentes o de la propia sociedad para ser de una determinada manera. ¿Podrías valorar hasta qué punto sientes presión en los siguientes aspectos? Escala 0-10: 0=ninguna presión, 10=mucha presión (media). Base hombres, N=865.

CONDUCTAS DE RIESGO Y VIOLENCIA

¿Existe una mayor tendencia a los comportamientos peligrosos por parte de los hombres?

Las mujeres jóvenes afirman en mayor medida no realizar las conductas de riesgo consultadas (46,9%, frente al 41,7% de los chicos; 5,2 p.p. de diferencia). Los dos únicos ítems en los que ellas superan a los hombres (conductas sexuales de riesgo e ir en un vehículo con una persona bajo los efectos del alcohol o las drogas) se deben analizar teniendo en cuenta los mandatos de género existentes y el contexto patriarcal en el que vivimos. En investigaciones previas del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud ([Relatos de madres adolescentes en la España actual y Conducción y drogas](#)) pudimos comprobar la presión que algunas chicas sienten con sus parejas sexuales varones para no utilizar métodos anticonceptivos y cómo, al valorar diferentes riesgos, pesa más el miedo a regresar solas a casa que el verse expuestas a un posible accidente por ir en coche con alguien que vaya bajo los efectos de alguna droga.

Por su parte, podemos **destacar en los hombres su mayor predisposición a conducir bajo los efectos del alcohol (13,7% de ellos frente a 9,5% de ellas) o a involucrarse en peleas** (14% de ellos frente a 5,1% de ellas).

Y entre los hombres, notables diferencias: los ubicados *fuera de la caja* declaran en mucha mayor proporción (51,6%) no haber realizado prácticas de riesgo, frente a 37% de quienes están *al borde* y el 27,6% *dentro* de la caja. Se observa, por tanto, una **mayor tendencia a la violencia y las conductas de riesgo entre los hombres con visiones más tradicionales de la masculinidad**.

¿Hay conexiones entre el género y recibir o ejercer violencias?

Por lo que respecta a la **violencia sufrida**, las formas de violencia verbal o en el ámbito *online* no muestran diferencias significativas por género. No obstante, en la violencia física sí destacan los hombres: un 48,8% afirma no haberla sufrido en los últimos seis meses frente al 60,2% de las mujeres. Poniendo el foco sobre la **violencia ejercida** en los últimos seis meses, los hombres ejercen más violencia (en todas sus formas) que las mujeres: un 53,2% de hombres (41,9% de mujeres) se burló de otras personas; un 30,1% (18% de mujeres) insultó, amenazó o publicó fotos para avergonzar y un 37,5% (frente al 20,7% de mujeres) ejerció violencia física en los últimos meses.

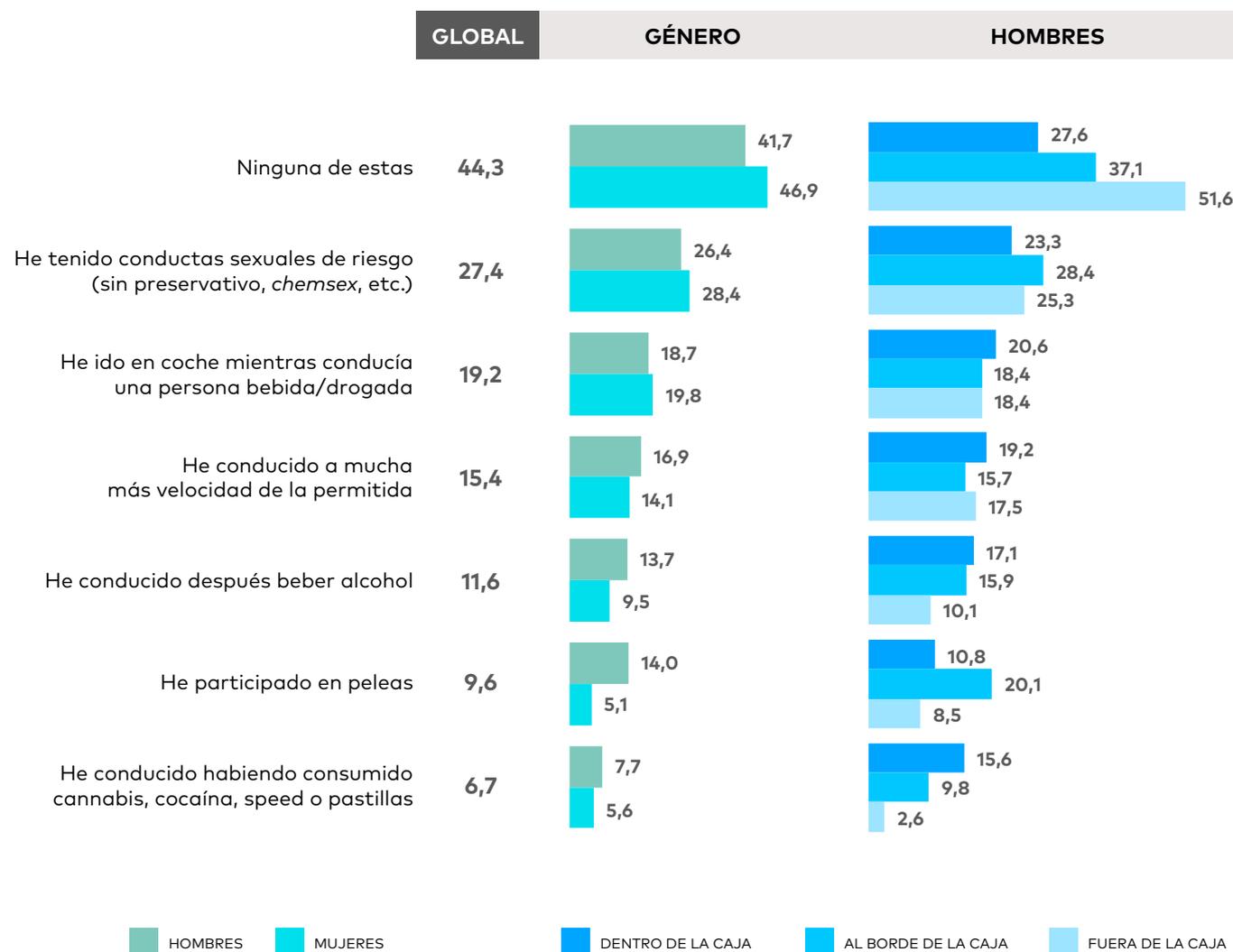
¿Hay relación entre la construcción de la masculinidad y la violencia?

Los datos muestran con claridad que **los hombres que ocupan una posición ligada a la masculinidad hegemónica tradicional, dentro de la caja, tienen una fuerte vinculación con la violencia, tanto sufrida como ejercida**. Llamamos la atención sobre todo los porcentajes para los hombres que han experimentado la violencia con frecuencia o mucha frecuencia en estos perfiles.

Comenzando por la violencia sufrida por quienes están "dentro" de la caja: 36% violencia verbal, 32,5% en el ámbito online y 35,3% violencia física; frente a los 17,2%, 10,6% y 10,8% de los que están "al borde" y los 13%, 4,4% y 3,2% de los que están "fuera". Por lo que respecta a la violencia ejercida la diferencia entre los que están "dentro" y el resto se acentúa todavía más: 36,9% violencia verbal, 29% en el ámbito online y 30,2% violencia física; frente a los 8,1%, 6,6% y 6,8% de los que están "al borde" y los residuales 1,6%, 0,8% y 1,4% de los que están "fuera". Como vemos, a medida que se van ocupando posiciones más alejadas de la "caja de la masculinidad" la relación con la violencia tanto sufrida como ejercida es mucho más lejana.

CONDUCTAS DE RIESGO

Gráfico 22. Realización de conductas de riesgo en los últimos meses. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad (%)



Cerca de la **mitad de jóvenes declara no haber realizado conductas de riesgo** (de las mencionadas) en los últimos meses, 5 puntos más las mujeres. En cuanto a las prácticas realizadas, lo **más común son las conductas sexuales de riesgo**, que señala **1 de cada 4 jóvenes**.

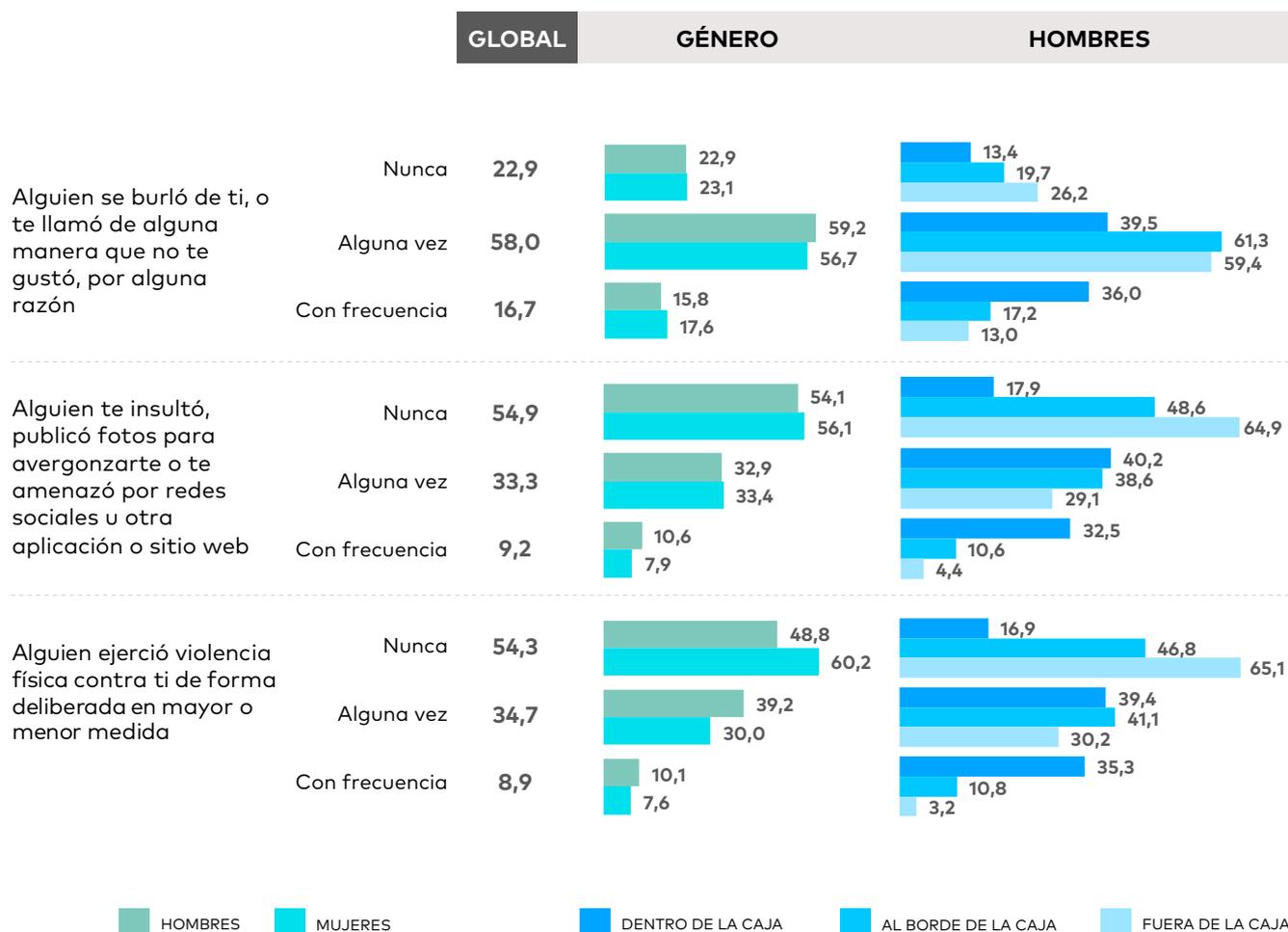
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

Por género, por tanto, **las mujeres jóvenes parecen decantarse menos por las conductas de riesgo**. Por su parte, los **hombres presentan una mayor tendencia a las conductas de riesgo en general**, especialmente a **conducir después de beber alcohol**, participar en **peleas** o **conducir habiendo consumido drogas**.

La tendencia a las conductas de riesgo se agudiza cuando se observa el comportamiento de los hombres en función de su visión de la masculinidad, advirtiéndose una **mayor predisposición a estos comportamientos entre los hombres con posiciones más tradicionales de la masculinidad (dentro de la caja)**. Por ejemplo, entre los hombres *fuera* de la caja, más de la mitad afirma no realizar ninguna de estas conductas de riesgo (51,6%), frente al 27,6% en el caso de los ubicados *dentro* de la caja. Es decir, **solamente 1 de cada 4 jóvenes de visión más conservadora de la masculinidad declara no haber realizado estas conductas de riesgo**.

ACOSO Y VIOLENCIA SUFRIDA

Gráfico 23. Situaciones de acoso y violencia (bullying) sufridas en los últimos meses. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad (%)



La mitad de jóvenes (alrededor del 54%) no ha sufrido insultos, amenazas, violencia física, ni publicaron fotos suyas para avergonzarles en los últimos meses. Sin embargo, 6 de cada 10 declaran que ha sido más habitual la recepción de burlas sufridas alguna vez en los últimos 6 meses.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

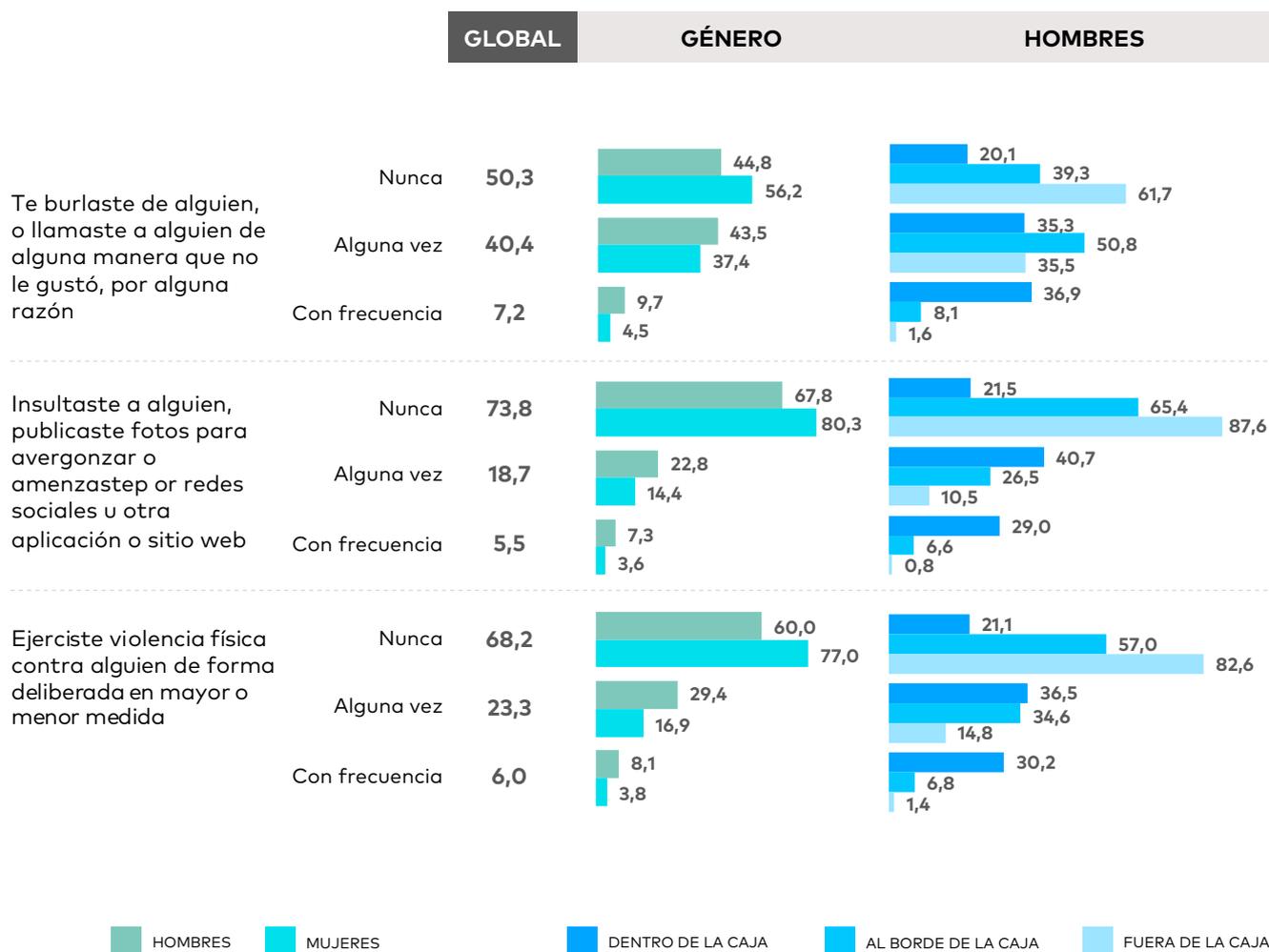
El género no muestra diferencias significativas, salvo en el caso de la **violencia sufrida**, que resulta **más habitual entre los hombres jóvenes** que entre las mujeres.

Donde se aprecian diferencias significativas es en el caso de la visión de la masculinidad, advirtiéndose que entre los hombres *dentro* de la caja hay más tendencia a sufrir acoso y violencia: alrededor de **1 de cada 3 ha sufrido burlas, insultos, amenazas, violencia física u otras formas de acoso con frecuencia** en los últimos meses. Como contraste, los **hombres jóvenes fuera de la caja declaran en mucha mayor medida no haber sufrido estas situaciones**: aproximadamente el 65% no ha sufrido insultos, amenazas, violencia física, ni publicaron fotos suyas para avergonzarles en los últimos meses.

P41_43. En los últimos 6 meses, ¿con qué frecuencia te ocurrieron las siguientes situaciones? (Categorías agrupadas: raramente + alguna vez; con frecuencia + mucha frecuencia) (%) Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

ACOSO Y VIOLENCIA EJERCIDA

Gráfico 24. Situaciones de acoso y violencia (bullying) ejercidas en los últimos meses. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad (%)



Lo más habitual en todos los casos de acoso y violencia expuestos es el hecho de no haberlos cometido; en el caso de insultar, amenazar o publicar fotos para avergonzar hay un 73,8% que nunca lo hizo en los últimos meses, con un porcentaje similar (68,2%) que no ejerció violencia física. Sin embargo, este porcentaje se reduce en cuanto a **burlarse de otras personas**, habiendo un notable **40,4% de jóvenes que sí lo hicieron** en los últimos meses.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

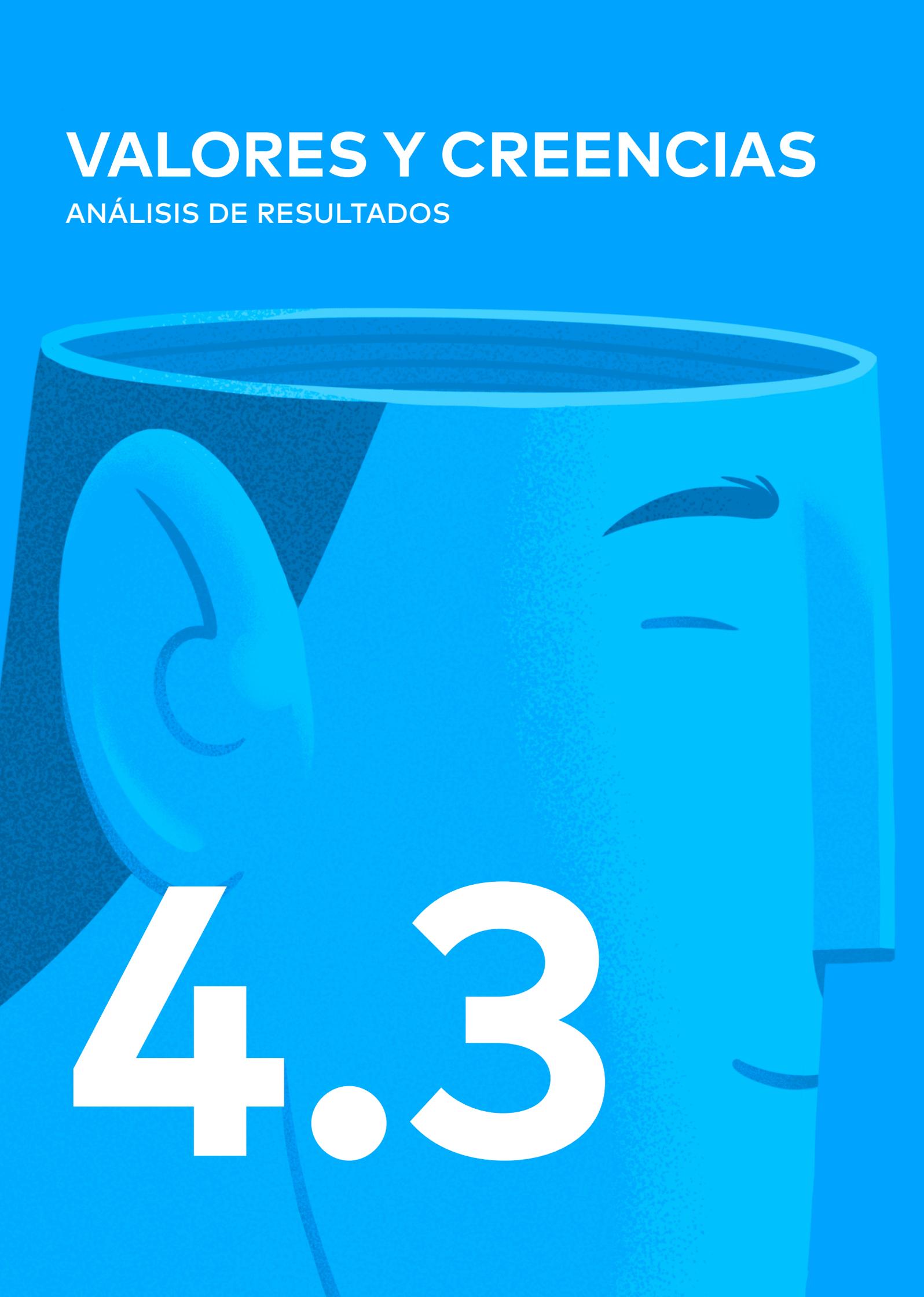
El género resulta determinante a la hora de aproximarse a la violencia ejercida, pues se advierte que los **hombres tienen mayor tendencia a cometer acoso o violencia hacia otras personas**. Un 37,5% de los hombres (frente al 20,7% de mujeres) ejerció violencia física en los últimos meses. Un 30,1% de hombres (18% de mujeres) insultó, amenazó o publicó fotos para avergonzar. Un 53,2% de hombres (41,9% de mujeres) se burló de otras personas.

Sin embargo, hay otra variable que resulta clave también para explicar el acoso y la violencia ejercidos: la forma en que se experimenta la masculinidad o la visión sobre ella. Hay una **mayor tendencia a ejercer violencias entre los hombres jóvenes dentro de la caja**. Por ejemplo, solamente un 21,1% no ha ejercido violencia física en los últimos meses, mientras que este porcentaje asciende al 82,6% en los hombres *fuera* de la caja.

P44_46. En los últimos 6 meses, ¿con qué frecuencia ejerciste las siguientes situaciones? (Categorías agrupadas: raramente + alguna vez; con frecuencia + mucha frecuencia (%)) Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

VALORES Y CREENCIAS

ANÁLISIS DE RESULTADOS



4.3

ROLES, ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y FEMINISMO

¿Cómo valora la juventud los roles tradicionales de género?

Los estereotipos sobre las mujeres son los que menos acuerdo generan entre la población joven; a pesar de ello, **1 de cada 4 los percibe como ciertos** —por ejemplo, el 23,6% tiene un acuerdo alto con que las mujeres nacen mejor preparadas para cuidar a los hijos o hijas— y en todos los casos **el grado de acuerdo es mayor entre los hombres**. La cercanía con *la caja de la masculinidad* también es determinante, ya que quienes están *dentro* llegan a grados de acuerdo por encima del 40%, mientras que quienes están *al borde* se quedan en el 40% o por debajo y quienes están *fuera* descienden a valores inferiores al 20%.

El rasgo estereotipado de que los hombres tienen trabajos más duros que las mujeres es cierto para 4 de cada 10 hombres y 3 de cada 10 mujeres. Llama la atención que con relación a la caja de la masculinidad son los que están al borde quienes lo sostienen en mayor medida. Por otro lado, resulta de interés que la afirmación que genera un mayor grado de acuerdo es la de que los hombres deben aprender a mostrar su vulnerabilidad: 68,4% de mujeres y un 46,7% de hombres —y alcanza el 56,9% para quienes están fuera de la caja—.

¿Cómo ha evolucionado el sentir feminista entre la juventud en los últimos años?

En 2022 un **46,4% de los y las jóvenes se considera feminista, aunque hay importantes contrastes entre hombres y mujeres:** se consideran feministas el 33,6% de hombres y el 59,5% de mujeres. También, se observa que el **48,7% de hombres fuera de la caja se sienten feministas**, frente al **21,5% de los que se encuentran al borde**, el grupo con menor porcentaje —**los de dentro alcanzan el 27,6% de feministas**—. Atendiendo a la evolución en los últimos años, **la tendencia de las mujeres ha sido de aumento en los últimos 5 años: en 2017 había un 46,1% de mujeres feministas y en 2021 un 67,1%**. Sin embargo, se observa cierto descenso de casi 8 p.p. en el último año, por lo que habrá que seguir analizando la tendencia de los próximos estudios. En lo que respecta a los hombres, el porcentaje de feministas pasó del 23,6% en 2017 al 37,3% en el 2019 para reducirse hasta el 32,8% en 2021, dato que se mantiene estable en la actualidad.

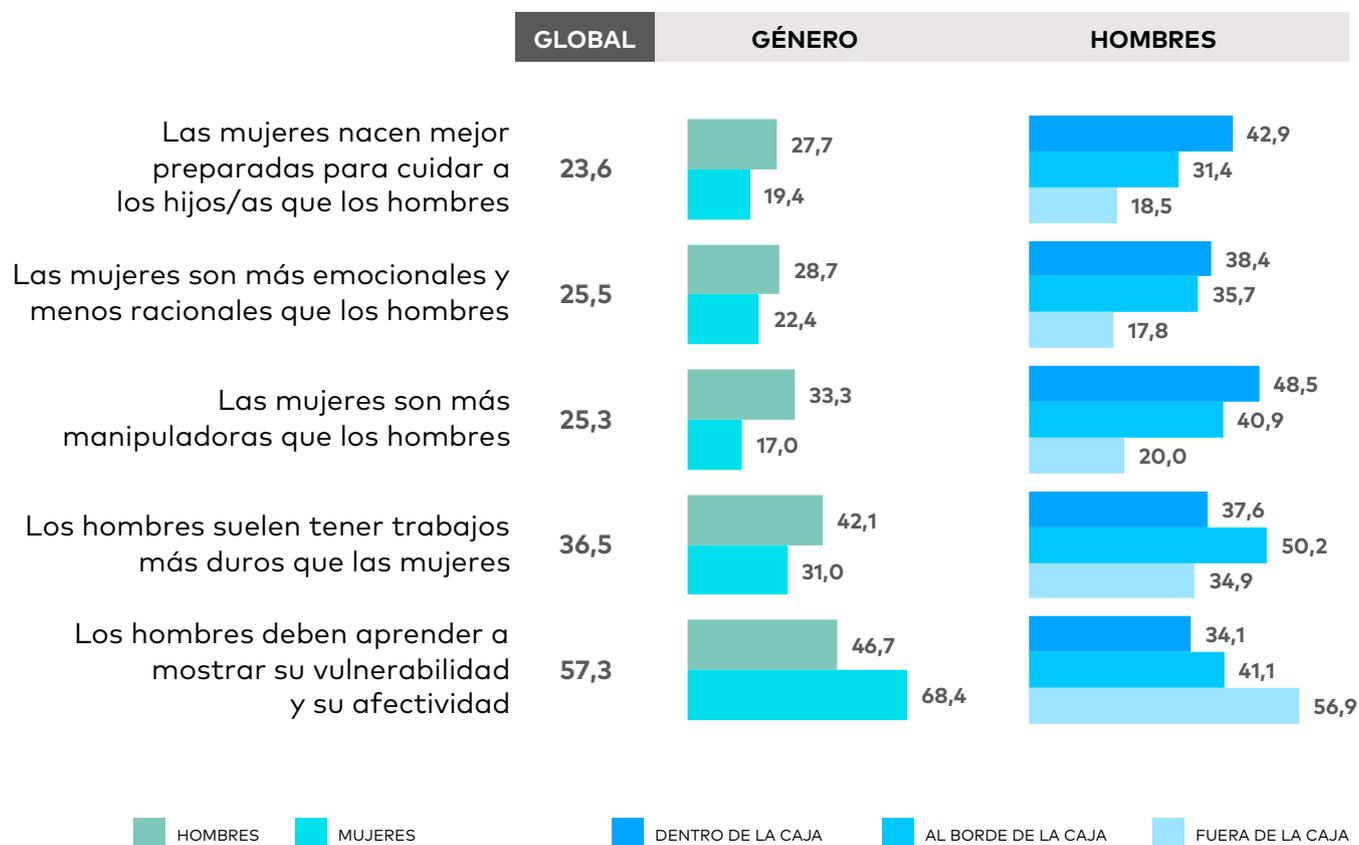
¿Qué actitudes muestra la juventud hacia la desigualdad y el patriarcado?

Es llamativo que afirmaciones que evidencian la desigualdad estructural del sistema patriarcal —la idea de que los hombres tienen privilegios y que deberían autocuestionar su papel en la sociedad— en ningún caso llegan a ser ciertas para más de la mitad de los y las jóvenes, solo lo son para algo más del 40% de mujeres y para algo más del 25% de hombres. A pesar de ello, son los postulados que mayor grado de acuerdo generan, por ejemplo, para el 37,9% de jóvenes "es importante que los hombres se autocuestionen su papel en la sociedad".

Sobre otras afirmaciones que cuestionan al movimiento feminista con diversos argumentos, se observa que 2 de cada 10 mujeres están de acuerdo con que el feminismo dificulta el debate y se utiliza como herramienta política en lugar de gestionar problemas reales, afirmaciones que comparten entre un 30-40% de los hombres. El resto de postulados sobre el feminismo solo los apoya 1 de cada 10 mujeres, mientras que en el caso de los hombres los porcentajes de acuerdo oscilan entre el 20-30%, siendo la dificultad para ligar el argumento que menos acuerdo genera, junto con la idea, también poco aceptada, de que el feminismo no es necesario porque ya existe la igualdad entre hombres y mujeres.

CUALIDADES Y ROLES DE HOMBRES Y MUJERES

Gráfico 25. Grado de acuerdo con cualidades o roles de hombres y mujeres en la sociedad. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad. Acuerdo alto (7-10 en escala 0-10) (%)



Hemos analizado tres roles y rasgos específicos que tradicionalmente y estereotípicamente se han asociado a las mujeres y a la femineidad: **mujeres cuidadoras y criadoras, mujeres emocionales y mujeres manipuladoras**. Por otro lado, hemos abordado dos rasgos estereotípicos asociados tradicionalmente a los **hombres y a la masculinidad: hombres destinados al trabajo duro y hombres que no pueden mostrar vulnerabilidad**. En todos los casos son roles tradicionales construidos desde una masculinidad y una femineidad en oposición que se excluyen mutuamente.

Si atendemos a los datos globales, el **máximo acuerdo** se muestra respecto a la afirmación de que **los hombres deben aprender a mostrar su vulnerabilidad (57,3% de apoyo)**, la única sentencia de la batería que cuestiona las cualidades más estereotipadas de la masculinidad tradicional. Le sigue de lejos, con un 36,5%, la creencia de que los hombres tienen trabajos más duros que las mujeres, y alrededor de **1 de cada 4 jóvenes está de acuerdo** con el resto de **afirmaciones que naturalizan una serie de estereotipos en las mujeres**: su mejor preparación para la crianza y el ser más emocionales y manipuladoras que los hombres.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

Las diferencias por género son evidentes: casi el 70% de las chicas cree que los hombres han de aprender a mostrar sus sentimientos, frente a cerca de la mitad de los chicos; y ellos abogan más que ellas por el resto de afirmaciones, con diferencias que oscilan entre los 11 y los 6 puntos de diferencia, lo que evidencia **posturas más tradicionalistas entre los hombres con relación a los roles de género**.

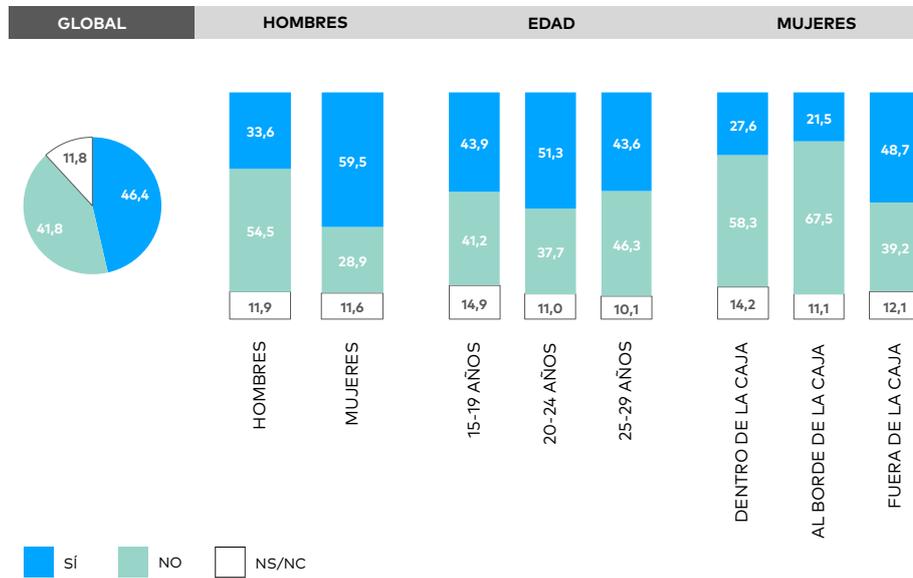
Los hombres *dentro* de la caja sostienen en mucha mayor medida la idea de que las mujeres son manipuladoras (48% frente a un 20% de los que se sitúan *fuera*), que están mejor preparadas para cuidar de los hijos o hijas (43% frente a un 18%) y que son más manipuladoras (48% frente a un 20%). Y, consecuentemente, apoyan en menor medida la afirmación de que los hombres han de mostrar vulnerabilidad (34% frente a un 57%).

En cuanto a la idea de que los hombres suelen tener trabajos más duros que las mujeres es donde el estar *dentro* o *fuera* de la caja marca menos diferencias, siendo aquellos *al borde* quienes lo sostienen en mayor medida.

P68_P73. Con relación a las cualidades y roles de mujeres y hombres en la sociedad, ¿puedes decir hasta qué punto estás de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones? Escala de 0 a 10, en la que 0 es "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo". Categorías agrupadas: acuerdo alto (7-10 en escala) (%). Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

JÓVENES FEMINISTAS

Gráfico 26. Jóvenes que se consideran feministas. Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (%)



El **46,4% de jóvenes se declara feminista**, casi 1 de cada 2, aunque hay un cercano **42% que dice no serlo** y casi un 12% que no se posiciona (No sabe/ No contesta).

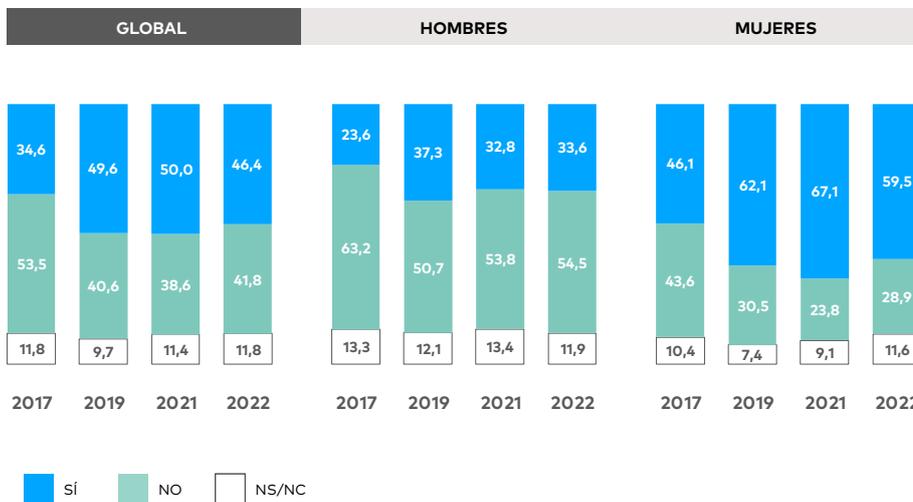
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

Ser o no feminista tiene una fuerte determinación por género. Aproximadamente, **6 de cada 10 chicas jóvenes se declaran feministas, frente a poco más de 3 de cada 10 chicos.**

También, aunque los cifras no varían mucho, se advierten algunas diferencias en base a la edad. Se declaran más feministas en la franja de edad intermedia (20-24 años), y menos feministas en la franja superior (25-29). En las edades más jóvenes hay más indecisión que en los otros grupos de edad (15% de NS/NC).

Entre los hombres hay diferencias evidentes de posturas según su **relación con la masculinidad tradicional**: aquellos *dentro* de la caja dicen no ser feministas en un 58,3% de los casos (frente al 39% fuera de la caja), son los que más señalan el NS/NC, pero no son los que se posicionan como menos feministas de la muestra. Los **hombres al borde de la caja dicen no ser feministas en un 67,5% de los casos**. Los hombres más alejados de la masculinidad tradicional (*fuera* de la caja) son claramente los más feministas, aproximadamente 1 de cada 2 se declara como tal.

Gráfico 27. Jóvenes que se consideran feministas. Evolución 2017-2022. Global y por género (%)



EVOLUCIÓN

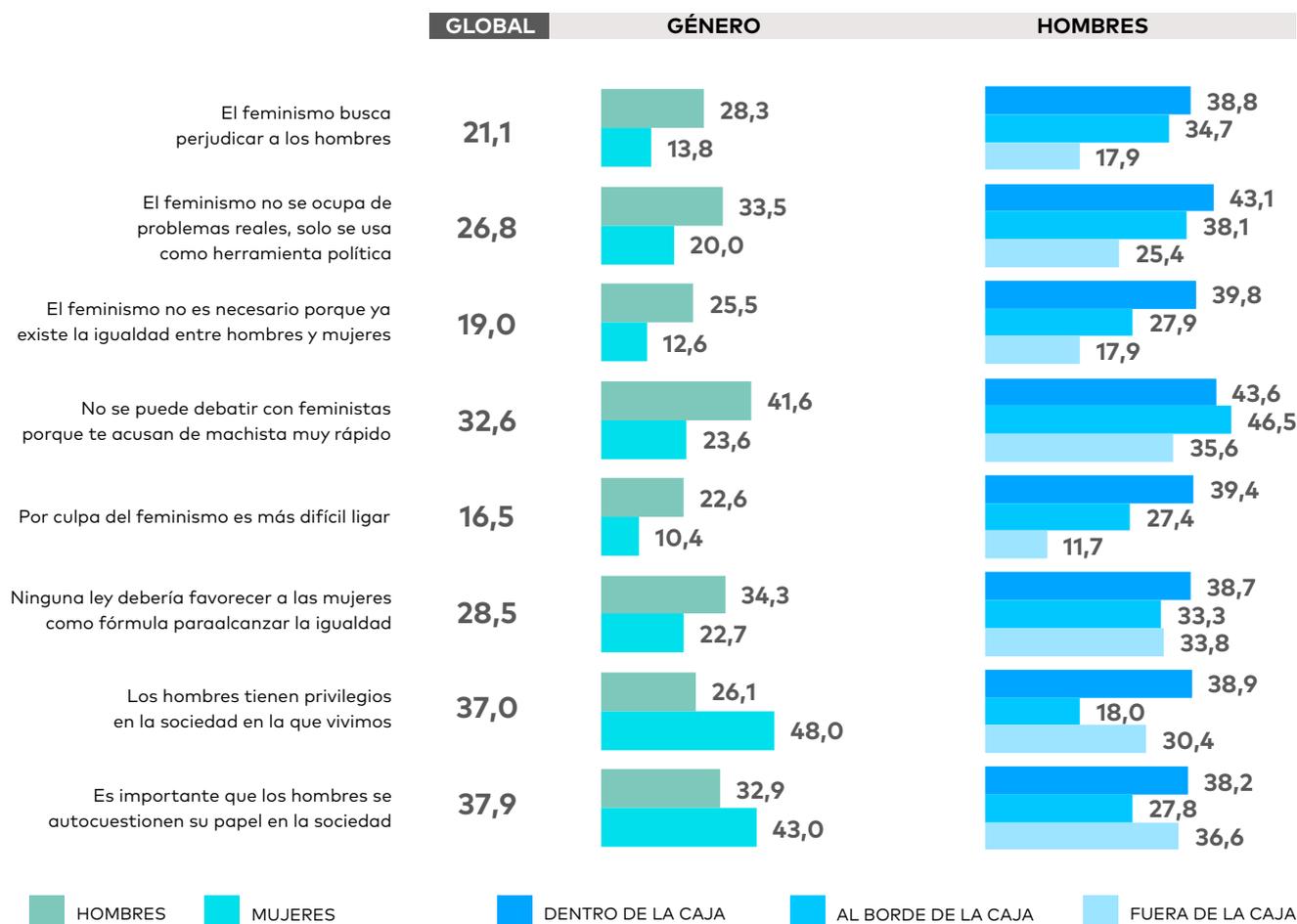
Si se observan los datos de evolución del feminismo juvenil, las **posturas de los hombres se mantienen estables** respecto al 2021. Sin embargo, es **entre las mujeres** donde vemos **algunos cambios: desciende el porcentaje de mujeres que se declaran feministas** (59,5% en 2022 frente a un 67% en 2021), aumenta el de quienes dicen no ser feministas (29% en 2022 frente a un 24% en 2021) y aumentan las respuestas que engrosan los NS/NC (11,6% en 2022 frente a 9% en 2021).

Por tanto, la evolución de **la penetración del feminismo entre la población joven ha experimentado un considerable aumento en los últimos 5 años** (2017-2022), con un aumento global de jóvenes feministas de 11,8 puntos porcentuales; un aumento de 10 p.p. en el caso de los hombres y 13,4 p.p. en el caso de las mujeres. Sin embargo, la tendencia de estos últimos años ha sido un ligero estancamiento, sin apenas cambios desde el año 2019.

P74. ¿Te consideras feminista? Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.
 2022: P74. ¿Te consideras feminista? Base total, N=1.700.
 2021: Barómetro Juventud y Género 2021. Ideas, representaciones y experiencias en una realidad compleja. Base total, N=1.201.
 2019: Barómetro Juventud y Género 2019. Identidades y representaciones en una realidad social compleja. Base total, N=1.223.
 2017: Barómetro Juventud y Género 2017. Base total, N=1.204.

DESIGUALDAD DE GÉNERO Y FEMINISMO

Gráfico 28. Grado de acuerdo con afirmaciones sobre desigualdades de género y feminismo. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad. Acuerdo alto (7-10 en escala 0-10) (%)



En cuanto a cuestiones que tienen que ver con el feminismo y las desigualdades de género hay visiones contrapuestas, aunque, **en general, hay consenso en cuanto a la necesidad del movimiento feminista o la advertencia sobre una sociedad todavía desigual (patriarcado)**. En este sentido, los mayores acuerdos se observan en cuestiones como: importancia de que los hombres autocuestionen su papel en la sociedad (38%) y reconocimiento de los privilegios masculinos (37%).

Sin embargo, se observan también acuerdos relativamente numerosos en cuanto a la dificultad de debatir con feministas (32,6%) y, con algo más del 25% de respuestas, encontramos dos ítems: ninguna ley debería favorecer a las mujeres (28,5%), y el feminismo no se ocupa de los problemas reales (27%).

Los acuerdos más tibios los encontramos en: por culpa del feminismo es más difícil ligar (16,5%) y el feminismo no es necesario porque ya existe la igualdad (19%).

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

Las **mujeres están más de acuerdo con los ítems que cuestionan el rol masculino**: la necesidad de que se autocuestionen (43% ellas, 32,9% ellos) y sus mayores privilegios (48% ellas, 26,1% ellos); y **ellos engrosan en mayor medida que ellas las posturas críticas con el feminismo**: no se puede debatir con feministas (41,6% ellos, frente a 23,6% ellas).

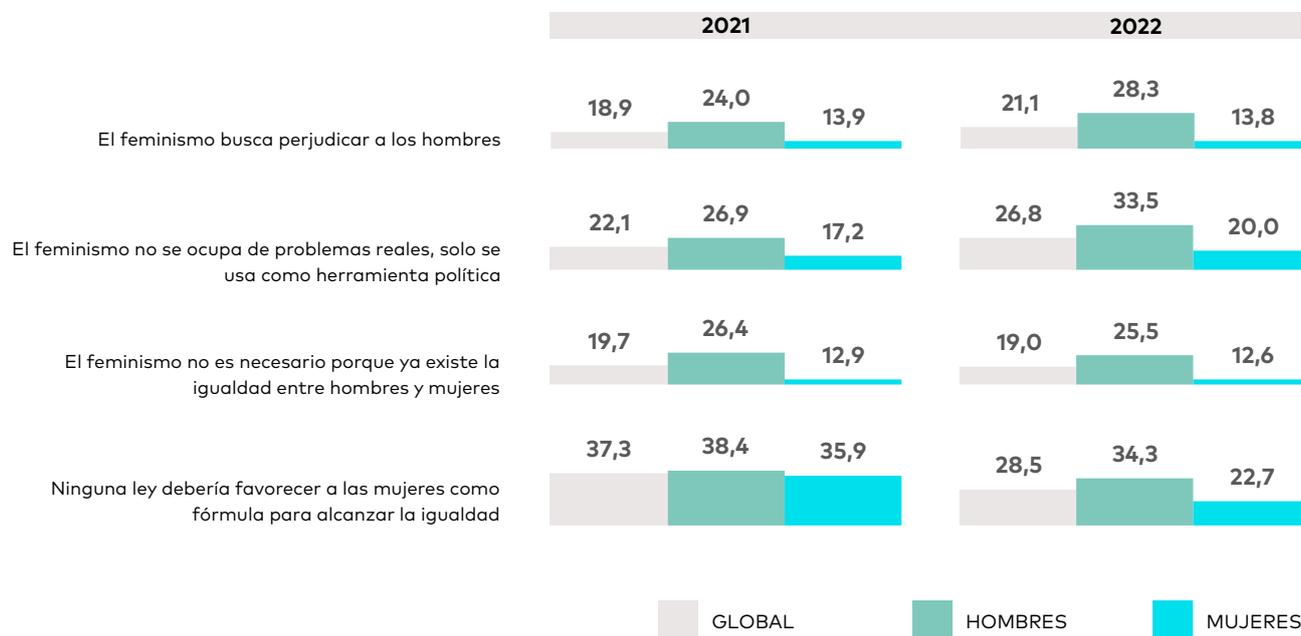
Estar **dentro de la caja** en este caso determina **mayores acuerdos con todas las afirmaciones** de la batería, excepto en el caso de "no se puede debatir con feministas", que es algo superior entre quienes están *al borde*. Es decir, la cercanía con la masculinidad tradicional apunta a posiciones más alejadas del feminismo y de la creencia de una sociedad patriarcal desigual.

La mayor cercanía en las respuestas de quienes están *dentro* y *fuera* de la caja y que abogan por la importancia del autocuestionamiento entre los hombres y el reconocimiento de sus privilegios que, a priori, puede parecer contraintuitiva, probablemente tenga que ver con un sentido diferente en la valoración de dichas afirmaciones.

P75_P82. A continuación, nos gustaría que señalaras tu grado de acuerdo con las siguientes frases, según una escala de 0 a 10, en la que 0 significa que estás "totalmente en desacuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo". Categorías agrupadas: acuerdo alto (7-10 en escala) (%). Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

DESIGUALDAD DE GÉNERO Y FEMINISMO

Gráfico 29. Grado de acuerdo con afirmaciones sobre desigualdades de género y feminismo. Evolución 2021-2022. Global y por género. Acuerdo alto (7-10 en escala 0-10) (%)



EVOLUCIÓN

Algunos de estos ítems sobre el feminismo y la igualdad de género se preguntaron en 2021 y nos permiten ver si hay cambios de posturas.

En algún caso las visiones sobre estas ideas se mantienen estables. Por ejemplo, apenas hay cambios en cuanto a la defensa de que el feminismo busca perjudicar a los hombres, que asciende levemente por un mayor acuerdo entre los hombres en 2022 (28,3% de hombres frente a 24% en 2021). También se mantiene estable el porcentaje de jóvenes que considera que el feminismo no es necesario porque ya existe la igualdad de género, que sigue manteniéndose en el 19% de acuerdo.

Por otro lado, otras **ideas sí que experimentan cambios significativos**. Por ejemplo, **la idea de que ninguna ley debería favorecer a las mujeres pierde apoyo**, pasando del 37,3% de jóvenes que lo apoyaban en 2021 al 28,5% en 2022. Otra creencia que **experimenta cambios, aunque en el sentido contrario, es la de que el feminismo no se ocupa de problemas reales**, sino que solamente se usa como herramienta política, que pasa de un acuerdo del 22,1% en 2021 al 26,8% en 2022, sobre todo por la incidencia de una mayor acuerdo entre los hombres.

RELACIONES DE PAREJA Y VIOLENCIA DE GÉNERO

¿Qué actitudes despliegan los y las jóvenes ante las relaciones de pareja?

La afirmación que **más acuerdo genera con diferencia** es que **resulta imprescindible que cada persona tenga su espacio en una relación de pareja**; cerca de **7 de cada 10 jóvenes están muy de acuerdo**. Sin embargo, pese al alto consenso, se percibe mayor defensa del espacio propio en la pareja entre las mujeres: 73% de mujeres están muy de acuerdo, 14 puntos más que los hombres (59%). La visión de la masculinidad tradicional determina fuertemente esta afirmación, puesto que menos del 40% de quienes están dentro de la caja muestran acuerdo, frente a un 75,4% de los que están fuera.

Por otro lado, las afirmaciones que se alinean con **posturas más conservadoras, ancladas en la idea del amor romántico y del control en la pareja, son las que menos acuerdo generan entre el global de jóvenes**. Mirar el móvil de la pareja para comprobar si te está engañando, los celos como prueba de amor o la necesidad de saber en todo momento dónde está tu pareja no llegan al 15% de acuerdo alto. Sin embargo, poniendo el foco en la caja de la masculinidad destaca que cerca de 4 de cada 10 hombres que están dentro sí se muestran de acuerdo con estas ideas.

Un 39,6% de jóvenes está de acuerdo con la idea de que **un chico debe proteger a su chica** y un 30,8% con que **tener pareja implica una entrega absoluta a la otra persona**. Aunque los hombres muestran, en general, mayor acuerdo, se intuye que la juventud no identifica en estas prácticas rasgos de relaciones tóxicas tradicionales, algo que se observa también en el hecho de que las posiciones de la caja de la masculinidad no son determinantes en estos casos. Sería importante profundizar sobre el significado que los y las jóvenes dan a estos postulados sobre la vida en pareja.

¿Cómo afecta la masculinidad a las actitudes hacia la violencia de género?

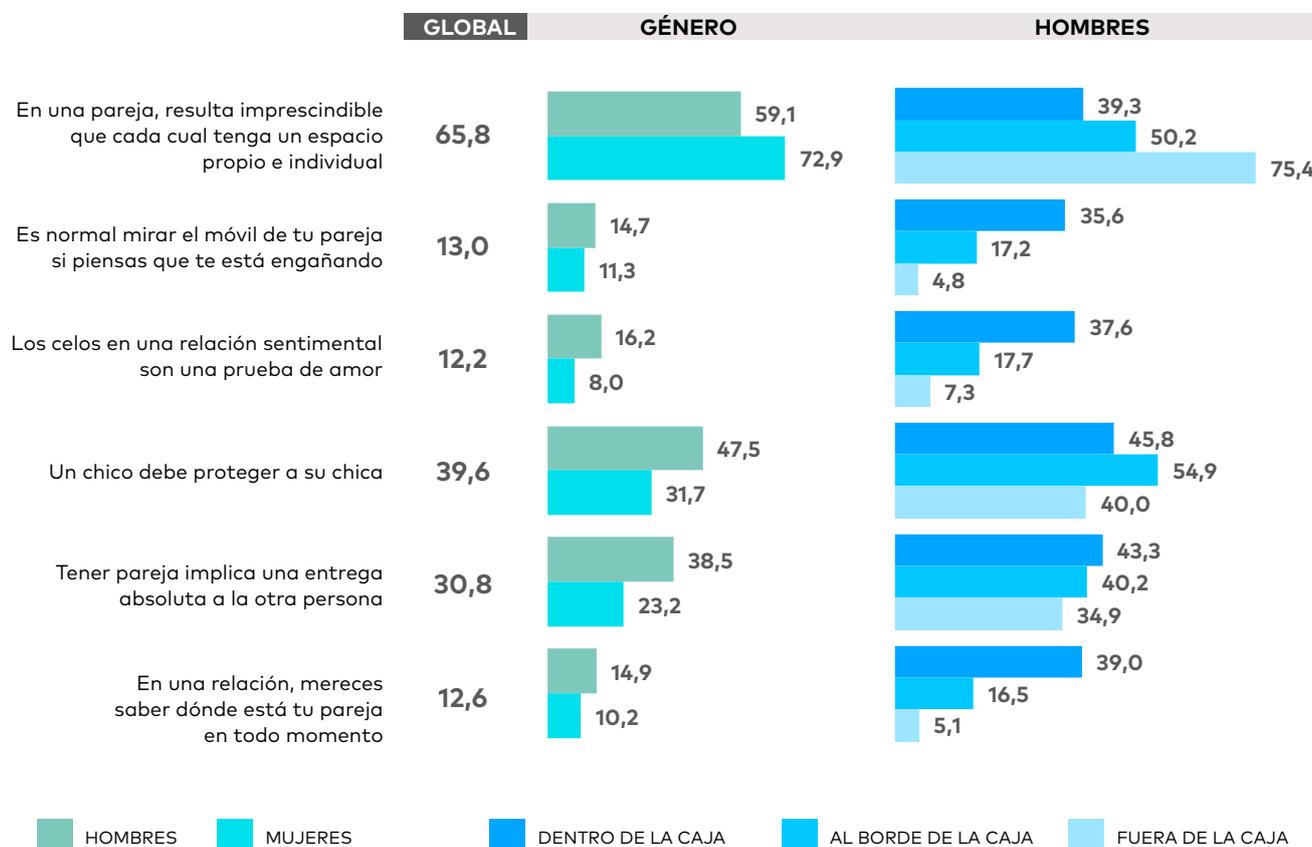
La mayoría de jóvenes defiende que la violencia de género es un problema social muy grave (74,2%); parece una opinión generalizada. No obstante, el **consenso se vuelve menos evidente al atender a las posiciones de los hombres jóvenes según la caja de la masculinidad**. Entre los hombres que están *fuera* de la caja hay 83% de acuerdo, frente al 43,2% entre los hombres que se ubican *dentro*; 40 p.p. de diferencia.

En el polo opuesto, encontramos afirmaciones que niegan, invisibilizan o minimizan el impacto de la violencia de género, que en el global no llegan al 15% de acuerdo. No obstante, se perciben diferencias entre las posturas de hombres y mujeres y, sobre todo, hay posturas muy diferenciadas entre los hombres según la **caja de la masculinidad**; aproximadamente **4 de cada 10 hombres dentro de la caja afirman que la violencia de género no existe, que solo algunas mujeres pueden llegar a ser víctimas o que si es de poca intensidad no es un problema**.

En otros casos las tendencias son menos evidentes. Ante la idea de que "la violencia de las mujeres hacia los hombres no se tiene en cuenta lo suficiente", la mitad de jóvenes se muestra de acuerdo y no hay diferencias significativas entre géneros o visión de la masculinidad. También, un 42% de jóvenes está de acuerdo con que "los hombres están desprotegidos ante las denuncias falsas". En este caso los hombres muestran mayor acuerdo, siendo la diferencia de 10 puntos porcentuales con las mujeres, aunque la visión de la masculinidad no resulta determinante. Una vez más, cabría profundizar en el significado que se asocia a estas afirmaciones y el modo en el que determinados discursos que victimizan a los hombres han permeado en el imaginario colectivo juvenil.

RELACIONES DE PAREJA

Gráfico 30. Grado de acuerdo con afirmaciones sobre relaciones de pareja. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad. Acuerdo alto (7-10 en escala 0-10) (%)



DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

Las **mujeres sostienen posturas más tolerantes en pareja** que los hombres: apoyan con 10 puntos más que ellos la necesidad de tener un espacio propio en la pareja, y 15 puntos menos que ellos la entrega absoluta o que un chico deba proteger a su chica, aunque continúa habiendo apoyos importantes en ambos grupos a estas situaciones.

Entre los hombres hay claras diferencias en algunas afirmaciones al atender a la visión de la masculinidad. El 75% que se sitúa *fuera* de la caja cree en la necesidad de que cada cual tenga su espacio en pareja, frente al 39% ubicado *dentro*. Y **estar dentro de la caja supone un mayor acuerdo con el ejercicio de la violencia de control**, con porcentajes entre el 35-39%. **Menores distancias se producen con la creencia de que "un chico debe proteger a su chica"**, lo que demuestra lo extendida y normalizada que está esta creencia.

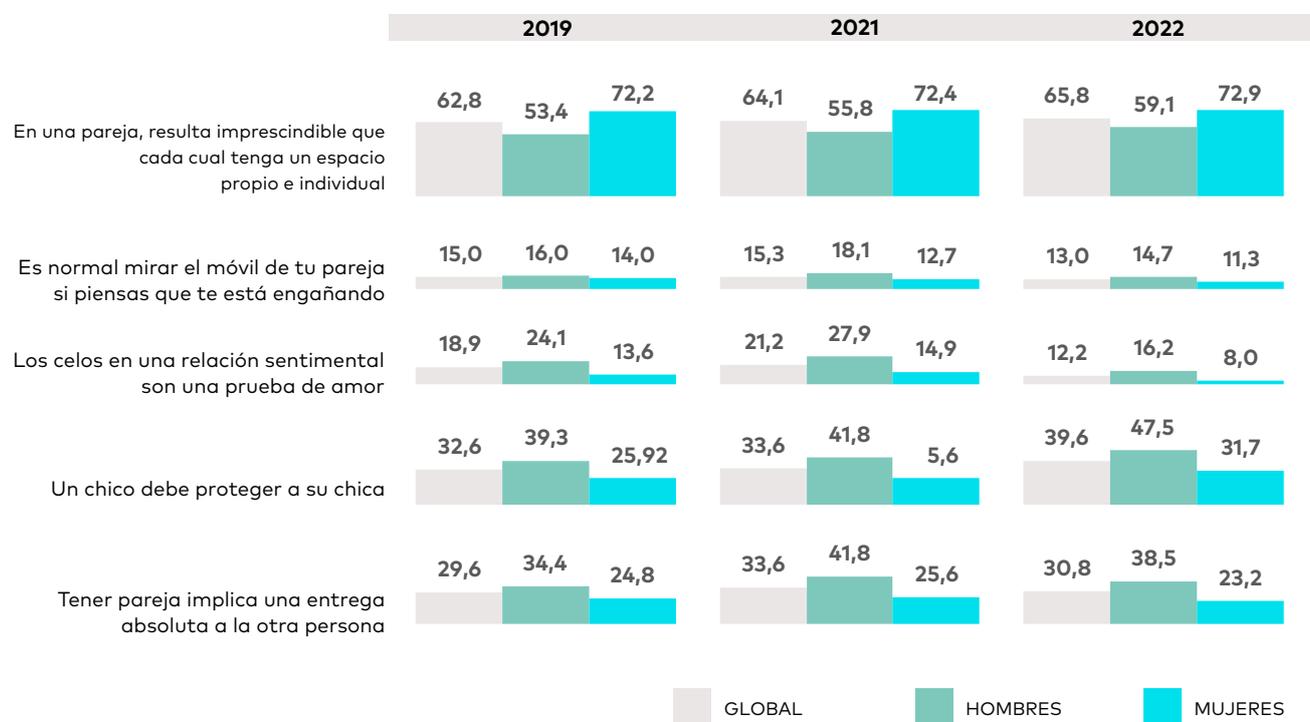
La afirmación que más acuerdo genera en cuanto a las relaciones de pareja entre la juventud es que **es imprescindible que cada persona tenga su espacio propio e individual en una relación, defendida con acuerdo alto por el 65,8%** de los y las jóvenes.

Pese a que esta afirmación es la que más apoyos concentra, sigue habiendo porcentajes muy significativos de apoyo al **rol protector del hombre en la pareja** (39,6%) y a la **entrega absoluta** a la otra persona en pareja (30,8%). También está presente la **violencia de control**, con porcentajes alrededor del 12% (celos como prueba de amor, saber donde está tu pareja en todo momento y control del móvil).

P84_P89. El siguiente listado plantea diversas cuestiones vinculadas a las relaciones de pareja. ¿Puedes decir hasta qué punto estás de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones? Escala de 0 a 10, en la que 0 es "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo". Categorías agrupadas: acuerdo alto (7-10 en escala) (%). Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

RELACIONES DE PAREJA

Gráfico 31. Grado de acuerdo con afirmaciones sobre relaciones de pareja. Evolución 2019-2022. Global y por género. Acuerdo alto (7-10 en escala 0-10) (%)



EVOLUCIÓN

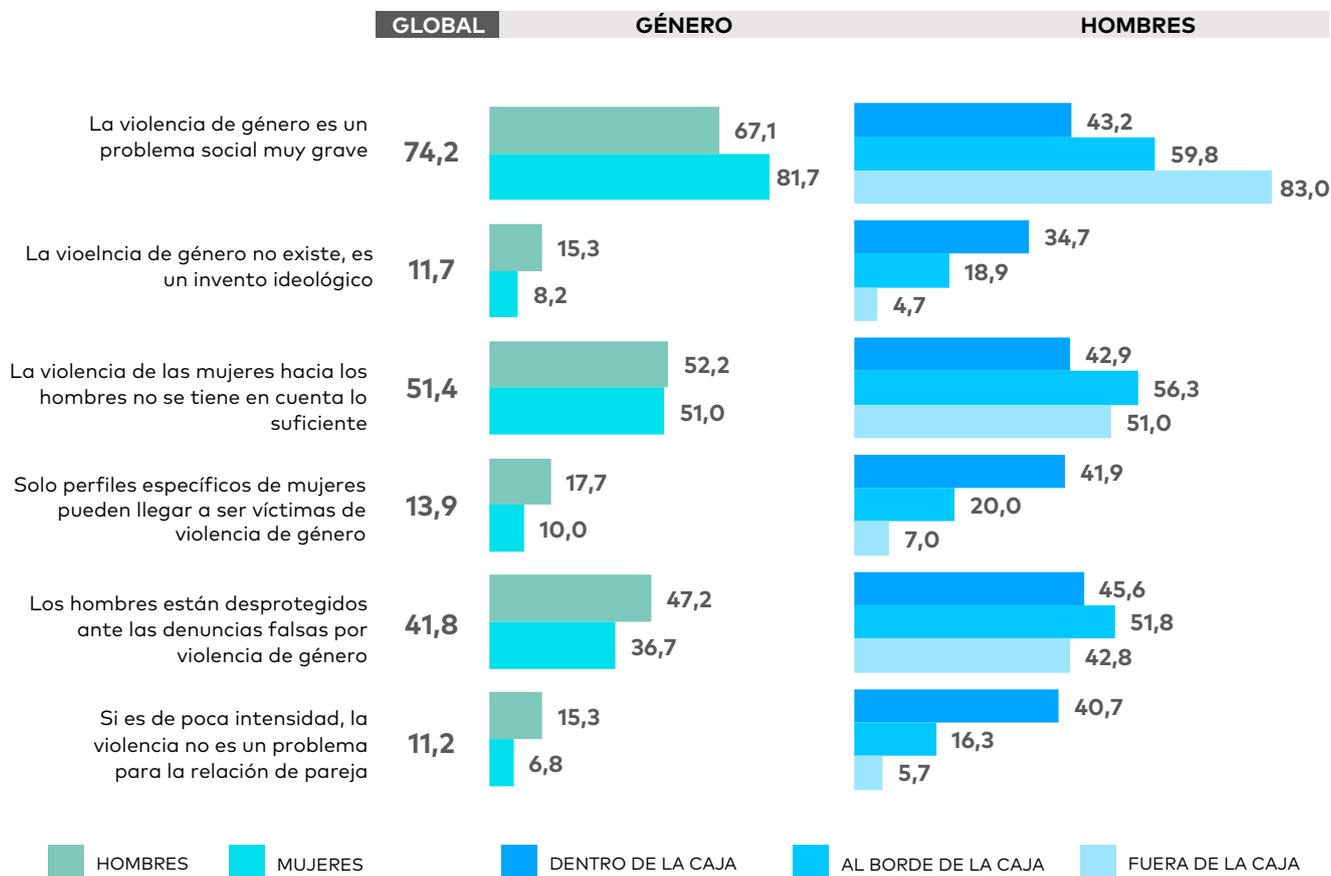
En anteriores informes del **Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud** se abordó también el acuerdo con estas cuestiones relativas a las relaciones de pareja, por lo que se puede analizar su evolución. En este sentido, **no hay grandes alteraciones, aunque se pueden apuntar ciertas tendencias de cambio.**

Destacan principalmente los cambios en dos creencias. Por un lado, pierde apoyo la idea de que los celos son una prueba de amor, que pasan del 18,9% de acuerdo en 2019 a apenas el 12,2% en 2022, con una importante reducción de hombres que apoyan esta creencia. Por otro, una idea que gana apoyo es la de que un chico debe proteger a su chica, que pasa del 32,6% de acuerdo en 2019 al 39,6% en el último año.

P84_P89. El siguiente listado plantea diversas cuestiones vinculadas a las relaciones de pareja. ¿Puedes decir hasta qué punto estás de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones? Escala de 0 a 10, en la que 0 es "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo". Categorías agrupadas: acuerdo alto (7-10 en escala) (%). Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.
 2021: Barómetro Juventud y Género 2021. Ideas, representaciones y experiencias en una realidad compleja. Base total, N=1.201.
 2019: Barómetro Juventud y Género 2019. Identidades y representaciones en una realidad social compleja. Base total, N=1.223.

VIOLENCIA DE GÉNERO

Gráfico 32. Grado de acuerdo con afirmaciones sobre violencia de género. Evolución 2019-2022. Global y por género. Acuerdo alto (7-10 en escala 0-10) (%)



Al preguntar sobre la violencia de género a la población joven se extrae una idea clara y es que hay una gran consenso sobre que se trata de un problema social muy grave: **3 de cada 4 jóvenes está de acuerdo con que la violencia de género es un problema social muy grave.**

Hay otras cuestiones sobre las que hay amplios acuerdos: la violencia de las mujeres hacia los hombres no se tiene cuenta lo suficiente (51,4%) y la desprotección de los hombres frente a denuncias falsas (42%). Lejos, con acuerdos entre el 11-14%, se encuentran el resto de ítems, lo que refuerza la idea del **poco acuerdo que despiertan afirmaciones negacionistas o invisibilizadoras de la violencia de género** entre la juventud.

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (p < 0,05)

Pese al amplio consenso juvenil con relación a la violencia de género, se observan algunas diferencias entre hombre y mujeres. **Las mujeres creen en mayor medida que la violencia de género es un problema social muy grave** (14 p.p. más que ellos) y **apoyan comparativamente menos que ellos el resto de afirmaciones.**

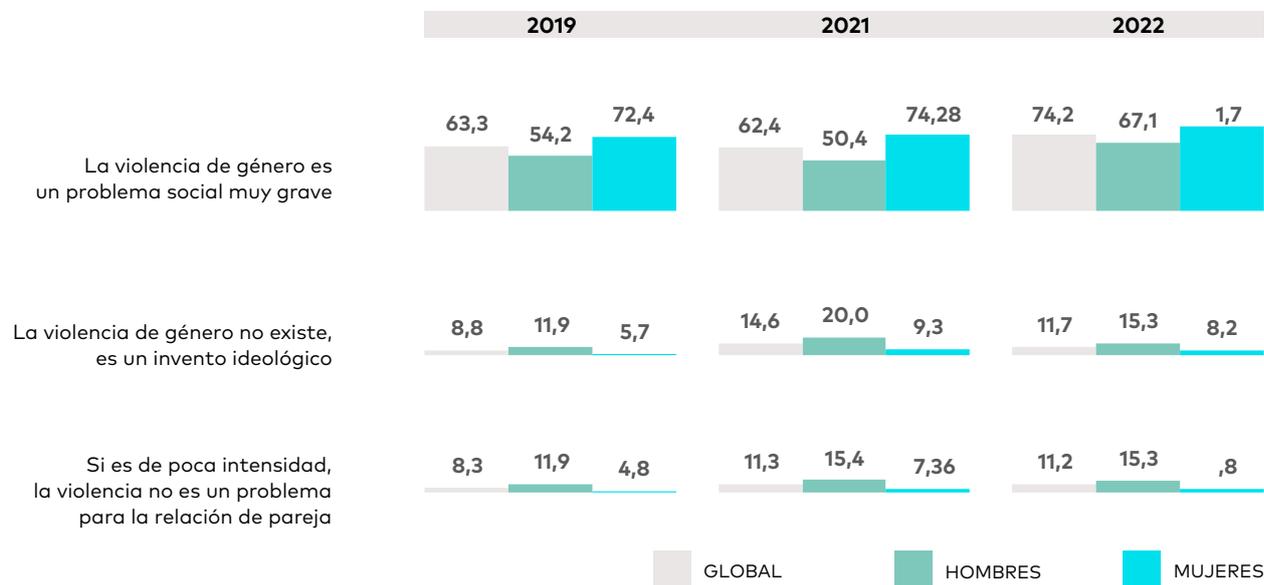
Además, al profundizar en el caso de los hombres según la caja de la masculinidad se observan aún más diferencias. Un 83% de hombres fuera de la caja cree en la gravedad social del problema, frente a menos de la mitad de **dentro de la caja** (43%). Estar *dentro* de la caja marca claramente la postura de los hombres en **apoyo al negacionismo de la violencia de género** (un 34,7% cree que es un invento ideológico, y un 40,7% que si es de poca intensidad la violencia no es un problema para la pareja) y en **sostener que solo ciertos perfiles de mujeres pueden llegar a ser víctimas de esta violencia** (42%).

Es **llamativo el consenso** que hay entre chicos y chicas con que **la violencia de las mujeres hacia los hombres no se tiene en cuenta lo suficiente**, así como los **abultados porcentajes de chicos (47%) y chicas (37%) que hablan de la desprotección masculina frente a denuncias falsas** por violencia de género. Un apoyo que también se percibe en el propio grupo de hombres, sobre todo entre aquellos ubicados *al borde* de la caja.

P90_P95. Las siguientes afirmaciones reflejan algunas opiniones acerca de la VIOLENCIA DE GÉNERO (física, sexual, económica, de control...) y su impacto en la sociedad. ¿Cuál sería tu grado de acuerdo con cada una de estas afirmaciones? Valorar en una escala de 0 a 10, donde 0 es "nada de acuerdo" y 10 es "totalmente de acuerdo". Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

VIOLENCIA DE GÉNERO

Gráfico 33. Grado de acuerdo con afirmaciones sobre violencia de género. Evolución 2019-2022. Global y por género. Acuerdo alto (7-10 en escala 0-10) (%)



EVOLUCIÓN

Respecto al estudio de 2021, aumenta la percepción de que la violencia de género es un problema social muy grave, tanto entre chicos (17 puntos) como entre chicas (8 puntos), y disminuye el acuerdo con que la violencia de género no existe (1 punto menos entre las chicas y 5 puntos menos entre los chicos). En cambio, se mantienen estables los porcentajes de apoyo hacia la trivialización de la violencia si es de poca intensidad.

P90_P95. Las siguientes afirmaciones reflejan algunas opiniones acerca de la VIOLENCIA DE GÉNERO (física, sexual, económica, de control...) y su impacto en la sociedad. ¿Cuál sería tu grado de acuerdo con cada una de estas afirmaciones? Valorar en una escala de 0 a 10, donde 0 es "nada de acuerdo" y 10 es "totalmente de acuerdo". Base total, N=1.700; Base hombres, N=865.

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

5.1. EL PATRIARCADO CONDENSADO EN UNA CAJA

La estructura de nuestra sociedad ha estado siempre marcada por el estatus de los hombres y de las mujeres y los roles diferenciados esperados y exigidos. Esta es la **estructura del patriarcado**, una organización social que se ha enquistado a lo largo de la historia como un agente de jerarquización, conflicto y acumulación de poder que sitúa a las mujeres en una posición de subordinación ante los hombres, apuntalando la desigualdad de género en la sociedad. Esta estructura se mantiene gracias a una **ética patriarcal**, el conjunto de valores morales que justifican el **reparto desigual del poder** en función del género, que dotan de un valor añadido a toda una serie de elementos que culturalmente se han vinculado a la masculinidad, generando beneficios prácticos y privilegios contrastables para los hombres. El elemento central que sustenta la construcción social del patriarcado es la división entre el poder y la valoración asociada a la esfera pública, que ocupan los hombres, y la esfera privada asociada a las mujeres.

El orden patriarcal también implica el establecimiento de **mecanismos de control** y penalizaciones sociales como fórmula de gestión de conflictos ante cualquiera que se desvíe de la norma social. Estos mecanismos afectan especialmente a las mujeres, pero también limitan y pautan el rango de actitudes y comportamientos de los hombres. La distribución desigual de los roles se apoya en **varias formas de violencia**: a) una violencia social y económica invisibilizada, que genera repartos injustos desde una engañosa apariencia de neutralidad y su aceptación generalizada en la sociedad, que, al mantener y perpetuar el orden establecido, consigue una autolegitimación y naturalización del mismo; b) una violencia estructural que discrimina a las mujeres mediante elementos como la "doble jornada laboral", la precarización de sectores feminizados o la necesidad de demostrar continuamente —y en mayor medida que los hombres— su valía en otros sectores; c) una violencia de género física, sexual y psicológica que mantiene y refuerza las pautas establecidas por el orden patriarcal. La estructura social patriarcal, por tanto, se produce y reproduce a través de procesos de socialización diferencial de género a los que las personas se ven expuestas desde que nacen. El modo en el que diferentes agentes de socialización —la familia, el grupo de pares, la escuela, los medios de comunicación, etc.— interactúan con una persona cambia, es distinto en función del género con el que la identifican y esto, a su vez, afecta a los comportamientos, actitudes, experiencias y expectativas de la propia persona.

La presente **investigación permite evidenciar, en parte, el proceso de socialización diferencial de género** preguntando por la presencia desde la infancia de las nociones de «**ser un hombre de verdad**» y «**ser una mujer de verdad**» en el entorno cercano. Es llamativo que para más de 6 de cada 10 jóvenes estas ideas han formado parte de sus vidas a medida que han ido creciendo y es incluso más indicativo que, entre quienes se identifican con valores más tradicionales, estas nociones están presentes para 8 de cada 10 jóvenes. Teniendo esto en cuenta, hemos sistematizado algunos de los principales elementos asociados a la

masculinidad como modelo del orden patriarcal, lo que hemos denominado como **masculinidad hegemónica tradicional**. Principalmente nos hemos basado en los siguientes **mandatos de género masculinos**: a) el hombre fuerte y rudo que, a diferencia de las mujeres, no necesita mostrarse vulnerable o cuidar su aspecto; b) el hombre como ser racional y objetivo frente al carácter emocional y, por tanto, más voluble y subjetivo de las mujeres; c) el hombre como garante de seguridad, estabilidad y manutención en el modelo de familia nuclear tradicional basado en la mujer cuidadora; d) el hombre como cisheterosexual siempre disponible para tener relaciones sexuales y necesitado de tenerlas; e) el hombre como controlador legítimo y portavoz de las mujeres, incluyendo el uso de la violencia como herramienta para mantener el orden. Teniendo en cuenta estas dimensiones, se ha diseñado lo que hemos denominado la **«caja de la masculinidad»**, como representación simbólica de la masculinidad hegemónica tradicional, con el fin de dimensionar la relación de la juventud con la misma y el impacto que tiene sobre sus vidas.

5.2. LOS EFECTOS DE LA CAJA

5.2.1. Militantes contra la igualdad

Un **porcentaje significativo de la juventud se alinea con la caja de la masculinidad: 14% en el caso de los hombres y 5,8% entre las mujeres**—1 de cada 10 en el global de jóvenes—. Se trata de jóvenes que valoran como ciertas o positivas afirmaciones que actualmente asociamos a un machismo y un sexismo de épocas pasadas, pero que sigue estando presente en la actualidad. Se trata, sin embargo, de **porcentajes reducidos** en el global de la población juvenil y esto no tiene otra **explicación que el avance hacia valores basados en la igualdad, que han propiciado el afianzamiento de los movimientos feministas**.

Los datos muestran que un 46,4% de jóvenes se considera feminista frente a un 41,8% que dice no serlo, y hay un consenso mayoritario en que la violencia de género es un problema social muy grave (74,2%). En definitiva, la **mayor parte de la juventud parece alejarse del modelo de la masculinidad hegemónica tradicional** y el valor de la igualdad genera un consenso social elevado.

A pesar de estos porcentajes mayoritarios, siguen detectándose contradicciones y posturas ambivalentes, diferencias muy notables en función de algunas variables sociodemográficas, así como **jóvenes fuertemente vinculados a la caja de la masculinidad**. Hay sectores de la población que buscan mantener o restaurar la masculinidad hegemónica tradicional y se oponen a su resquebrajamiento, y existen **varios factores que nos pueden ayudar a interpretar estas posturas**:

- 1 En primer lugar, resulta evidente el **distanciamiento de posturas entre las y los jóvenes**: en todas las secciones del estudio se mantiene la tendencia que ubica a las mujeres en los posicionamientos más alejados de la caja de la masculinidad; de hecho, el **porcentaje de hombres que se identifican con los valores de la masculinidad hegemónica tradicional es más del doble que el de las mujeres**. Esta exacerbación de la hombría sirve a los hombres para reafirmarse en el aparato de la dominación masculina, en palabras de Bourdieu (2018), en un contexto lleno de incertidumbre y transformaciones en las relaciones de género. Muestra de ello es, por ejemplo, el grado de acuerdo entre estos perfiles ante

la afirmación «*el feminismo busca perjudicar a los hombres*», que llega al 39% para quienes están *dentro de la caja*, y solo al 18% de quienes están *fuera*.

Las mujeres, por su parte, siempre han liderado la lucha por romper el orden social tradicional de género, que invariablemente supone una pérdida de derechos para ellas y una posición de subordinación con respecto a los hombres.

- 2 En segundo lugar, hay dos variables opuestas que marcan las posiciones de algunos hombres dentro de la *caja de la masculinidad*. Por un lado, **la clase social alta** (autopercebida) —un 25% de los hombres que se autoubican en las clases altas están a su vez ubicados *dentro de la caja*— y, por otro lado, la vulnerabilidad socioeconómica más extrema, pues los resultados indican que experimentar situaciones de **carencia material severa** también suponen un acercamiento a valores tradicionales (21,7%), elemento fuertemente vinculado a las **dificultades para acceder a estudios** medios y universitarios, siendo el nivel de estudios otro factor determinante en relación a la *caja de la masculinidad* —el 18,9% de los hombres jóvenes con sólo estudios secundarios o menos está *dentro de la caja* frente al 7,8% de los hombres con estudios superiores—. Resulta complejo leer estos datos, y sería necesario realizar otras aproximaciones metodológicas para profundizar en la naturaleza de estas posiciones, pero parece razonable apuntar algunas hipótesis. En línea con el trabajo de Bourdieu (1993), en el extremo de la vulnerabilidad podemos suponer que los malestares, la incertidumbre y la precariedad pueden ir de la mano de la necesidad de certezas, de valores pautados, asentados, incuestionables, que dotan de identidad al sujeto y le dan sentido. En un contexto neoliberal como en el que vivimos, el espíritu de competición y emprendimiento se vuelve un imperativo y traslada sobre los individuos la responsabilidad de alcanzar cualquier tipo de movilidad social. Ante esto, los hombres que experimentan carencias materiales severas se ven obligados a desplegar mecanismos para compensar la sensación de frustración e impotencia que les aflige (Walker & Roberts, 2018). En este ámbito, la masculinidad hegemónica tradicional funciona dando un marco de referencia y de sentido, sostenido en una suerte de sensación de control, dominación, poder y privilegios asociados al hombre y la virilidad y a su lugar en el mundo. El tipo ideal de hombre fuerte, exitoso, ambicioso, competitivo, proveedor e independiente, con capacidad de tomar decisiones, de tener autocontrol y guiar su vida, al mismo tiempo, encaja con posiciones de poder asociadas a las **clases más altas**, y puede estar asociado con la defensa y normalización de determinados privilegios, entre ellos, los que conlleva el patriarcado. Además, aunque adoptar posturas que rompen con el valor de la igualdad —uno de los pilares del estado de bienestar— expone a sanciones sociales, como hipótesis podemos inferir que una posición privilegiada en la estructura social como la de las clases altas puede llegar a suponer un mayor grado de impunidad ante el incumplimiento de normas sociales.

- 3 Un tercer factor fundamental para explicar la proximidad a la *caja de la masculinidad* lo encontramos en el **posicionamiento ideológico más conservador** —16,9% *dentro de la caja* entre jóvenes que declaran posiciones ideológicas de derechas— y **el sentir religioso** —20,4% *dentro de la caja* entre quienes declaran mayor religiosidad—, dos variables muy interrelacionadas. Más allá de argumentos que defiendan el valor de la igualdad en nuestra sociedad como garante de la justicia y como eje central de las democracias occidentales, hay dogmas de fe y sentires políticos que ensalzan el orden social patriarcal como modelo ideal. Se asocia el patriarcado a la estabilidad y al progreso de la sociedad

y cualquier desviación se interpreta como un riesgo que puede llevar al caos social. Muestra de ello son los posicionamientos de acuerdo de quienes están *dentro de la caja* ante afirmaciones sobre **roles tradicionales de las mujeres** —como que ellas están mejor preparadas para criar y cuidar o que son más emocionales que los hombres—, entre 20 y 30 puntos porcentuales más que en posiciones *fuera de la caja*.

No se puede dejar de mencionar la estrecha relación existente, y que la literatura pone de manifiesto, entre estas posturas más conservadoras y los argumentos que cuestionan la desigualdad o la existencia de la violencia de género, con un espacio público cada vez más visible, que genera comunidad y legitima estos discursos, y que encuentra un campo de expansión especialmente en el ámbito digital (Júarez-Miro & Toff, 2021; Bonet Martí, 2020). La masculinidad hegemónica tradicional no deja de ser una construcción simbólica de un "pasado glorioso" basado en el orden y la estabilidad en el que algunos hombres depositan sus esperanzas de alcanzar el bienestar y, como analiza Kimmel (2013), este enfoque ha sido instrumentalizado por el aparato político para reforzar sus argumentos y recoger ese descontento.

A la vista de los datos, insistimos en la necesidad de seguir investigando sobre el tema para definir con más exactitud los perfiles vinculados a la masculinidad hegemónica tradicional y generar material cualitativo que profundice en los discursos y sentires. En cualquier caso, **una de las conclusiones fundamentales de la investigación es que posicionarse dentro de la caja tiene un gran impacto sobre la vida de los hombres jóvenes y, en concreto, genera efectos claramente perjudiciales.**

- Con relación a la **construcción de la propia subjetividad e identidad de género**, los hombres ubicados *dentro de la caja* se sienten menos libres que el resto para ser «ellos mismos» en su vida cotidiana y al preguntarles por su visión sobre lo que significa «ser un hombre» muestran una visión mucho más estereotipada (relacionada con atributos como la supuesta agresividad y la inmadurez natural de los hombres).
- También muestran **dificultades a la hora de expresar sus emociones** puesto que apuntan frecuencias considerablemente más bajas que el resto a la hora de sentir cualquier tipo de emoción, tanto las positivas como las negativas. En el ámbito del **malestar psicológico y de la salud mental** identificamos un impacto drástico, puesto que en estos perfiles hay mucha más frecuencia en las declaraciones de haber sufrido problemas de esta naturaleza (de al menos 15 puntos porcentuales más), problemática que se evidencia incluso más en la ideación suicida, donde estos perfiles prácticamente triplican al resto en la categoría de «alta frecuencia».
- Otro indicador vinculado al malestar emocional es la autopercepción del **atractivo**; el porcentaje de jóvenes *dentro de la caja* que se consideran muy poco atractivos es del 17,8%, frente al 8% para el resto. En la misma línea, al poner el foco sobre el **aspecto físico**, se observa que son quienes en menor medida se sienten satisfechos con todos los aspectos de su cuerpo (un 9,3% frente al 16,1% de los que están *fuera*). Como hipótesis, podemos argumentar que, en ciertos casos, la insatisfacción con el atractivo o con el aspecto físico puede estar relacionada con una percepción de rechazo por parte de la sociedad y especialmente de las mujeres. Actualmente, posturas vinculadas a la masculinidad hegemónica tradicional tienden a ser minoritarias y esto puede dificultar que se generen vínculos en el plano afectivo-sexual. Como analizan

García-Mingoy Díaz-Fernández (2022), surgen toda una serie de subculturas masculinas —MGTOW (siglas en inglés de Men Going Their Own Way), incels (abreviatura de la expresión en inglés involuntarily celibate), etc.— que despliegan comportamientos misóginos, en parte, por sentirse rechazados a la hora de tener relaciones sexuales o de pareja. Es indicativo en este sentido que, en nuestro estudio, la afirmación “por culpa del feminismo es más difícil ligar” es suscrita por 4 de cada 10 jóvenes dentro de la caja y solo por 1 de cada 10 de quienes están *fuera*.

- La **presión social percibida** es otro punto en el que la masculinidad tradicional también pesa en negativo. Mientras que quienes están *fuera de la caja* apenas sienten presiones, exceptuando el ámbito el trabajo o los estudios, quienes están *dentro* se sienten presionados en prácticamente todos los ámbitos abordados, incluyendo cuestiones en las que nadie más se siente interpelado, o que resultan residuales, como las relacionadas con la violencia, la homofobia o el consumo de sustancias.
- Una tendencia parecida se observa en la realización de **conductas de riesgo**: sólo 3 de cada 10 hombres jóvenes *dentro de la caja* afirman no haber realizado conductas de riesgo en los últimos meses, mientras que para posiciones intermedias serían 4 de cada 10 y la mitad para posiciones más alejadas de la caja. En la misma línea, la vinculación de la masculinidad hegemónica tradicional con la **violencia (sufrida y ejercida)** también resulta evidente. En todas las formas de violencia estos perfiles afirman verse expuestos a ella de una forma u otra con mucha más frecuencia que el resto, diferencias que se acentúan especialmente en las formas de violencia ejercida, que son prácticamente inexistentes entre quienes se sitúan *fuera de la caja* y rondan el 30% para quienes están *dentro*.

En definitiva, **mantener posturas dentro de la caja de la masculinidad tiene consecuencias ciertamente negativas sobre la vida de los hombres**. No obstante, es sumamente importante **enfaticar que los efectos de la caja tienen consecuencias directas e incluso más graves sobre la vida de las mujeres**, que sufren de primera mano la discriminación y la violencia engendrada por estas posturas. Muestra de ello es la actitud que tienen los hombres *dentro de la caja* ante las **relaciones de pareja y la violencia de género**. Las actitudes más vinculadas con el control de los hombres sobre sus parejas —mirar el móvil de la pareja, los celos como prueba de amor y saber dónde está en todo momento— generan un grado de acuerdo alto para algo menos de 4 de cada 10 jóvenes que están *dentro de la caja*, mientras que para quienes están fuera el porcentaje más alto es del 7,3%. Por lo que respecta a la violencia de género, entre el 35% y el 40% de quienes están *dentro de la caja de la masculinidad* niegan que exista, la invisibilizan, atribuyéndola solo a perfiles específicos, o minimizan sus efectos y gravedad; porcentajes que para quienes están fuera de la se mantienen por debajo del 7% de acuerdo.

Como analizan García-Mingoy Díaz-Fernández (2022) y García García (2010) al poner el foco sobre las masculinidades juveniles, las expresiones de hipermasculinidad pueden aglutinar y generar comunidades que se reafirman y retroalimentan, algo que resulta muy evidente en el entorno digital, que actúa como espacio seguro donde buscar información y producir sentido en el proceso de construcción de su subjetividad y su identidad como hombres. Así, las subculturas masculinas digitales ancladas en este tipo de valores generan un abanico de espacios nicho con cabida para todo tipo de enfoques relacionados con la masculinidad

hegemónica tradicional, que permite alimentar y generar comunidad alrededor de una identidad masculina anclada en el orden social patriarcal, que les proporciona seguridad en un contexto cada vez más cambiante y hostil.

5.2.2. El posmachismo de las posiciones intermedias

Las **posiciones intermedias**, quienes se encuentran *al borde de la caja de la masculinidad*, son, a su vez, las más complejas de interpretar, a pesar de tratarse de la **posición mayoritaria** entre los hombres jóvenes, **un 44,7%** se sitúa *al borde*. Estas posiciones se corresponden con esas masculinidades híbridas que identifica la literatura (Bridges & Pascoe, 2014), que negocian con un entorno cambiante formas diversas de ser y estar. Es fundamental visibilizar esas posturas intermedias, tratar de entender qué elementos de la caja cuestionan y cuáles normalizan, con el fin de comprender formas más sutiles de dominación y ejercicio del poder de los hombres sobre las mujeres, así como estrategias de negociación y resistencia ante la masculinidad tradicional hegemónica desplegadas en estos perfiles. La necesidad y la responsabilidad a la hora de fomentar el valor de la igualdad entre hombres y mujeres para estos perfiles es mayúscula, como observa Delgado (2021).

Una reflexión clave sobre este grupo de jóvenes situados *al borde de la caja* es que no podemos confundir su posición intermedia con una tendencia. Resulta francamente imposible saber si se encuentran "entrando" o "saliendo" de la *caja de la masculinidad* y, por lo tanto, inferir un pronóstico sobre su evolución en el futuro. Sin embargo, lo que sí se puede analizar es que se encuentran en un proceso intenso de negociación de la propia masculinidad, que plaga sus actitudes de **contradicciones y ambigüedades**, reflejadas en múltiples ámbitos.

De forma general, tienden a mostrar un menor grado de acuerdo que quienes están *dentro de la caja* ante afirmaciones alineadas con la versión más tradicional de la masculinidad hegemónica. No obstante, la media global de la juventud ante los 17 indicadores que componen la *caja de la masculinidad* en una escala de 1 a 4, es de 1,59 y quienes se sitúan al borde puntúan un 1,95. Es decir, se encuentran **muy por encima de la media, más próximos al acuerdo con la visión sobre la masculinidad hegemónica tradicional** que al desacuerdo. De hecho, son el grupo que menor sentir feminista registra (un 21,5% se declara feminista, frente al 27,6% de quienes están *dentro de la caja*).

Para explicar este tipo de datos, que pueden parecer contraintuitivos, es importante introducir el concepto de **posmachismo** (Martínez-Jiménez & Zurbano-Berenguer, 2019). La crisis de la posmodernidad ha generado un cambio adaptativo fundamental en la ética patriarcal y el machismo tradicional. La generalización y normalización de las reivindicaciones feministas en las últimas décadas y especialmente la institucionalización del valor de la igualdad en organismos públicos desde los años 60, ha transformado el modo en el que se perciben los conflictos ligados al género. De este modo, la **estrategia del machismo tradicional del conflicto frontal para mantener a las mujeres en una posición de subordinación deja de ser efectiva**. Muestra de ello es el relativamente pequeño porcentaje de jóvenes, chicos y chicas, que se posicionan *dentro de la caja* (1 de cada 10 jóvenes).

De la **adaptación a este nuevo contexto del orden social y la ética patriarcal surgen los postulados posmachistas**, que parten de una aceptación formal de la igualdad mientras se despliegan una serie de estrategias paralelas que persiguen la protección del orden

social patriarcal. Los procesos de emancipación laboral, jurídica y económica que han experimentado las mujeres en las últimas décadas se instrumentalizan como argumento para defender que la igualdad entre hombres y mujeres, en esencia, ya ha sido alcanzada, por lo que los movimientos feministas dejan de ser necesarios (Gill, 2017). Esta estrategia permite convertir a las luchas feministas contemporáneas en estrategias interesadas de las mujeres, que buscan acumular privilegios, por lo que deberían ser descartadas. De este modo, a través de la crítica a las demandas de cambio de los movimientos feministas se acaban perpetuando los valores tradicionales y referencias clásicas de la ética patriarcal. Se articula una lógica de **"cambio continuista" o de "continuidad en el cambio"** basada en un alejamiento formal de las nociones tradicionales del androcentrismo, pero con el objetivo final de afianzar a los hombres en su posición de poder.

Así, los avances en igualdad propiciados por los feminismos en las últimas décadas han forzado cierta adaptación de las expresiones del machismo hasta configurar lo que conocemos como posmachismo. Se siguen persiguiendo los mismos objetivos, pero desde una apariencia de neutralidad y cientificismo. A través de acciones inconexas y hechos puntuales se articula una crítica acumulada hacia el feminismo, descrito como interesado y perjudicial para el conjunto de la sociedad, y se promueve indirectamente el afianzamiento del orden social patriarcal establecido.

Cuando hablamos de **quienes se encuentran al borde de la caja hay muchos indicadores que dan a entender que se trata de jóvenes con planteamientos posmachistas**, de forma más o menos consciente.

- Para empezar, el posmachismo no cuenta con una ideología propia que les pueda definir, pero sus planteamientos parten de que la **desigualdad de género —al menos en su versión más perjudicial— es algo del pasado y, por tanto, las reivindicaciones de igualdad tienden a ser interesadas** y contraproducentes para la sociedad en su conjunto (Basu, 2016). Esta tendencia se observa al analizar reacciones como las que ostentan ante el feminismo, con acuerdos por encima del 35% ante afirmaciones como que "busca perjudicar a los hombres" (34,7%) o que "no se ocupa de problemas reales, solo se usa como herramienta política" (38,1%), solo 5 puntos porcentuales por debajo, aproximadamente, de quienes están *dentro de la caja*.
- Otro argumento basado en la crítica a los movimientos feministas y empleado por la lógica posmachista es que los **hombres se han convertido en víctimas** de un contexto social en el que se están perdiendo los valores de una igualdad real porque las políticas de igualdad están sobreprotegiendo a las mujeres. Se argumenta que vivimos en una sociedad ginocentrista y se percibe el feminismo como responsable de la discriminación y el borrado de los hombres, pues el monopolio del estatus de víctimas lo ostentan las mujeres, y los hombres se ven expuestos a un constante escrutinio criminalizador (Allan, 2016; Gotell y Dutton, 2016; Rothermel, 2020). Quienes se posicionan *al borde* muestran este tipo de actitudes, con apoyos del 46,5% ante afirmaciones como: "no se puede debatir con feministas porque te acusan de machista muy rápido", porcentaje que supera a todos los demás grupos; o "los hombres suelen tener trabajos más duros que las mujeres", apoyado por la mitad de los que están *al borde* y duplicando a quienes ocupan otras posiciones con respecto a la caja. En la misma línea, al valorar si "los hombres tienen privilegios en la sociedad en la que vivimos" solo un 18% se muestra de

acuerdo, porcentaje que en los otros grupos supera el 30%.

- Este tipo de actitudes críticas con los movimientos feministas perpetúan en última instancia los valores tradicionales de la ética patriarcal, adoptando una **apariencia de neutralidad** y presentándose como garantes del interés común, tanto para hombres como para mujeres. Los hombres se presentan a sí mismos como imparciales y objetivos y conciben a las mujeres como manipuladoras e interesadas. Ante las afirmaciones "las mujeres son más manipuladoras que los hombres" o "las mujeres son más emocionales y menos racionales que los hombres", el grado de acuerdo entre los que están *al borde de la caja* es del 40,9% y 35,7% respectivamente, porcentajes muy elevados y solo algo menos de 10 puntos porcentuales por debajo de quienes se sitúan *dentro de la caja*.
- Un elemento más que facilita el camuflaje de la ética patriarcal en los discursos posmachistas es un **maquillaje de la estética tradicional de lo masculino**. Los mandatos de género masculinos han tendido a dibujar una imagen de los hombres como seres rudos que no tenían por qué preocuparse por su aspecto físico, ocupados en quehaceres más importantes y distanciados del cuerpo y las emociones. La preocupación por la apariencia y el aspecto físico era considerada un atributo femenino y, como ya hemos analizado, los hombres *dentro de la caja* tienden a mostrar una preocupación baja por su apariencia. Quienes están *al borde*, sin embargo, sí se muestran preocupados por el aspecto físico y la imagen externa que transmiten, de hecho, prácticamente el mismo porcentaje que quienes están *fuera de la caja* (83,5%) afirman preocuparse en alguna medida por su aspecto físico. Otro rasgo que apunta a esta transformación es que, al preguntar por adjetivos que se atribuyen a sí mismos como hombres, el cuarto con más menciones (detrás de trabajadores, responsables e independientes) es el de sensibles y tiernos, atributo mencionado por el 33,5%. Vemos, por tanto, como además de verse como trabajadores e independientes, muy en consonancia con esa visión del hombre ocupado en la esfera pública, autosuficiente y proveedor, se reivindican algunas posturas tradicionalmente asociadas a los roles femeninos, como la preocupación por el aspecto físico o la ternura. Esto puede responder a diferentes presiones y estrategias, como la generalización y extensión también hacia los hombres de la presión por la imagen, sobreexpuestos como estamos a las redes sociales y a unos cánones de belleza establecidos (Pope et al. 2001); al cuestionamiento por parte de los hombres de las presiones que sufren para no mostrar sus emociones o, sencillamente, a la deseabilidad social que lleva a algunos hombres a subrayar otro tipo de atributos.

Los datos muestran que **la categoría intermedia de al borde de la caja no es, ni mucho menos, una categoría neutra**. No obstante, no podemos afirmar que los y las jóvenes que encajan en este grupo estén adoptando estratégicamente mecanismos posmachistas para promover en última instancia la ética patriarcal. Puede tratarse de jóvenes que están comenzando a identificar los privilegios masculinos y las desigualdades a las que están expuestas las mujeres, y que progresivamente tenderán a posturas más alineadas con valores igualitarios.

En cualquier caso, sí hemos podido identificar posturas alineadas con mecanismos posmachistas de forma generalizada. Es fundamental enfatizar y problematizar esta realidad, puesto que se trata del grupo más numeroso entre los hombres y se vuelve prioritario comprender qué argumentos y narrativas se están desplegando para poder contrarrestar algunos de los aspectos más nocivos.

Una vez más, es al analizar las **actitudes ante la violencia de género** donde más evidente se hace la necesidad de abordar este problema, puesto que al considerarse víctimas de la sociedad actuales se sientan las bases para la banalización —y legitimación— de la violencia contra las mujeres como respuesta a un feminismo opresor. Aunque en las posiciones más drásticas, las que directamente niegan la existencia de la violencia de género, los hombres que se sitúan *dentro de la caja* son los que destacan, mientras que en otras actitudes más sutiles son quienes están *al borde* quienes engrosan los porcentajes de acuerdo. Esto se evidencia en las afirmaciones: "la violencia de las mujeres hacia los hombres no se tiene en cuenta lo suficiente" y "los hombres están desprotegidos ante las denuncias falsas por violencia de género", que generan un 56,2% y un 51,8% de acuerdo respectivamente, superando al resto de grupos. El argumento que sostiene que las denuncias de las mujeres a los hombres por violencia, malos tratos o violaciones son en gran medida falsas, se ha convertido en un punto clave para el posmachismo, porque representa perfectamente la supuesta desprotección de los hombres ante el ginocentrismo de la estructura social y jurídica que amplifica la voz de las mujeres y desacredita la de los hombres (García-Mingo & Díaz-Fernández, 2022; Rafail & Freitas, 2019). Y es en la categoría intermedia de la caja donde mayores porcentajes de acuerdo se registran ante las dos afirmaciones sobre violencia hacia los hombres. Sin embargo, es importante señalar que estas afirmaciones alcanzan grados de acuerdo altos en todos los grupos de hombres e, incluso, entre las mujeres. Por tanto, se trata de consensos que parecen transversales y se vuelve crucial evidenciarlos para rebatirlos.

5.2.3. ¿Salir de la caja como liberación?

Cuando hablamos de las categorías de la *caja de la masculinidad* tenemos que remarcar que **no dejan de ser constructos teóricos y metodológicos** que nos sirven para dimensionar y ordenar sentires hacia la igualdad de género y sus consecuencias, pero en absoluto son una receta perfecta para identificar masculinidades en toda su complejidad y diversidad, ni sus categorías son posiciones estancas o cerradas. Quienes se sitúan *fuera de la caja* tienden a distanciarse de los postulados más alineados con la masculinidad hegemónica tradicional, o con la mayoría de ellos, pero también en sus respuestas observamos **ambigüedades y contradicciones que indican un proceso inacabado** en las transformaciones y la reflexión colectiva que debemos llevar a cabo sobre la masculinidad.

Como ya hemos señalado, resulta fundamental destacar la **diferencia entre las posturas de hombres y mujeres**: un 41,3% de los hombres se sitúan *fuera de la caja* frente al 74,9% de mujeres. Esta diferencia tan drástica indica que los y las jóvenes coexisten con percepciones fuertemente diferenciadas sobre lo que implica ser un hombre y lo que debería significar. Mientras que 3 de cada 4 mujeres muestran un rechazo frontal a los mandatos de género masculino tradicionales, menos de la mitad de los hombres comparten esta actitud. Esta diferencia se observa también en el sentir feminista, suscrito por 6 de cada 10 mujeres y sólo por algo más de 3 de cada 10 hombres. Esta diferencia no deja de ser preocupante y muestra la necesidad de seguir poniendo el foco sobre la masculinidad.

Centrándonos en los **hombres que se sitúan fuera de la caja**, al definirse a sí mismos, son quienes menos se ajustan al modo en el que consideran que la sociedad percibe a los hombres: agresivos, trabajadores, inmaduros, fríos y poco emocionales, líderes y resolutivos —atributos mencionados por más del 39% de media y por orden de relevancia—. Un 38,3%

afirma ajustarse muy poco a esta concepción de "ser hombre", lejos de quienes están *al borde* o *dentro*, donde los porcentajes son el 18,8% y del 14,6% respectivamente. A su vez, al poner el foco sobre los atributos con los que se identifican, los cinco más mencionados son: trabajador, responsable, sensible y tierno, empático e independiente, superando en todos ellos a las menciones de los otros grupos, especialmente en el caso de quienes están *dentro de la caja*. Por tanto, quienes se posicionan *fuera de la caja* se distancian en mayor medida de la idea prototípica del hombre ensalzada por el orden social patriarcal.

Dicho esto, **queremos destacar que, en la gran mayoría de indicadores relacionados con experiencias vitales, bienestar y malestares, son el grupo que mejores resultados —por positivos— obtiene:**

- En las variables ligadas al **bienestar emocional, psicológico y de salud mental** son quienes menos problemáticas declaran haber sufrido. Se sienten más cómodos consigo mismos (el 62,7% afirma ser muy fiel a sí mismo) y, en general, parecen más conectados con su afectividad y sus emociones: aunque sienten más ansiedad y estrés y otras emociones negativas que el resto (47,9%), también sienten en mayor porcentaje las emociones positivas como amor y afecto (47,5%). Junto con quienes están *al borde*, son los que más felicidad declaran (el 63% dicen ser muy felices) y son los que en mayor porcentaje no han sufrido problemas psicológicos o de salud mental (50,2%) ni han tenido nunca ideaciones suicidas (69,1%).
- A nivel **relacional**, son el grupo más dispuesto a pedir ayuda a su grupo de pares (4 de cada 10) y también quienes cuentan tanto con amigos como con amigas en su entorno (el 63,6%). También son quienes menos presiones sociales sienten en todos los ámbitos, excepto en el relacionado con el trabajo y los estudios. A su vez, están en mayor porcentaje **satisfechos con su aspecto físico** en general (16%) y, junto a los que se sitúan al borde, los que más atractivos se sienten.
- El efecto de situarse *fuera de la caja* también **es positivo al analizar las conductas de riesgo y exposición a la violencia**. Son, con diferencia, el grupo que menos conductas de riesgo realiza (51,6% declara no realizar ninguna de las mencionadas en el estudio) y también quienes menos ejercen y sufren las diversas formas de violencia analizadas. El mayor porcentaje de violencia sufrida es el relacionado con los insultos y las burlas, donde un 13% afirma haberlos experimentado en los últimos meses, mientras que en la violencia ejercida el porcentaje no llega al 2% en prácticamente ninguna de las categorías. Podemos afirmar que alejarse de los postulados de la masculinidad hegemónica tradicional convierte el ejercicio de la violencia en algo completamente residual y, a su vez, reduce drásticamente el verse expuesto a la misma como víctima.

Resulta claro, por tanto, que existe una **correlación entre el bienestar personal y psicológico y el adoptar modelos de masculinidad alejados de la masculinidad hegemónica tradicional**. Consideramos que visibilizar esta realidad puede ser un argumento con mucho potencial para la incidencia social y política.

Si atendemos al **modo en el que se valoran los roles tradicionales de hombres y mujeres**, se observan importantes diferencias en relación a los otros grupos. Para empezar, **cerca de la mitad se considera feminista (48,7%)**, mientras que el resto no llegan al 30%, y también

es mucho menor el porcentaje de hombres *fuera de la caja* que critican directamente a los movimientos feministas por interesados o perjudiciales (menos del 20%). Ante las afirmaciones que generalizan a las mujeres como cuidadoras, manipuladoras o seres emocionales, obtienen porcentajes de acuerdo menores al 20% (al menos 10 puntos porcentuales menos que el resto). A su vez, destacan la necesidad de que los hombres deben aprender a mostrar su vulnerabilidad y su afectividad, 56,9%, frente al 41,1% de quienes están *al borde* o el 34,1% de quienes están *dentro*.

Sobre las **relaciones de pareja**, son quienes más valoran la independencia personal de cada uno (75,4%) y quienes menos condonan comportamientos de vigilancia y control (menos del 8% los consideran aceptables). También cabe destacar que **son el colectivo que más problematiza la violencia de género** como una lacra social, un 83% considera que la violencia contra las mujeres es un problema social muy grave, y menos del 7% esgrime argumentos que minimizan, invisibilizan o niegan este tipo de violencia. Como vemos, prácticamente en todos los frentes, quienes se sitúan *fuera de la caja* optan por postulados que parten de la igualdad entre hombres y mujeres como un valor positivo que se debe defender.

A pesar de que todas estas actitudes entroncan con aspectos que asociamos a una masculinidad emancipada de los mandatos de género tradicionales, también observamos **indicadores** que lo que pueden estar señalando son una serie de desplazamientos entre los hombres *fuera de la caja* a otro tipo de masculinidad, alejada sí de la hegemónica tradicional, pero que conforma un **nuevo sujeto masculino neoliberal**, con categorías y formas renovadas pero que no necesariamente tienen que suponer una ruptura con el orden patriarcal.

Existe toda una corriente teórica que analiza el modo en el que el **contexto socioeconómico neoliberal** en el que vivimos no solo afecta a las instituciones, normas y derechos de la ciudadanía, sino también a las relaciones sociales, los estilos de vida y la construcción de subjetividades con la figura del emprendedor como centro del modelo (Moruno, 2015; López & Gómez, 2018; Taylor, 2015). La idea de la **"subjetividad emprendedora"** se basa en la aplicación de dinámicas de innovación, esfuerzo, autonomía, autosuficiencia y autogestión en experiencias de la vida cotidiana desde la lógica de "hacerse a uno mismo" (Serrano-Pascual & Fernández-Rodríguez, 2018). La definición de empoderamiento se ha ido transformando en este sentido para indicar un desarrollo personal en lugar de sus anteriores significados más vinculados a la reivindicación y la acción colectiva, y esto ha trasladado la responsabilidad ante la desigualdad o el desempleo de un marco colectivo a un marco individualizado.

Este tipo de desarrollos se relacionan directamente con los procesos de **construcción de masculinidades** en la actualidad, puesto que **el modelo neoliberal y la subjetividad emprendedora se adaptan perfectamente al modo en el que se concibe lo que significa ser un hombre** (Cornwall, 2016; Salzinger, 2016; Walker & Roberts, 2018).

Para ejemplificar la importancia de los modelos económicos, productivos y laborales en la construcción de la masculinidad, podemos recurrir a las respuestas del cuestionario sobre el **modo en el que se percibe a los hombres**. El atributo que más menciones registra es el de **"trabajador"**, tanto en la percepción de los chicos (50,8%) como en la de las chicas (38,8%). En un contexto neoliberal, considerarse "trabajador" se relaciona directamente con la lógica de la subjetividad emprendedora que atraviesa todas las construcciones de la masculinidad.

En el caso de los hombres que se sitúan *fuera de la caja* son, en muchos sentidos, quienes mejor **encarnan esta lógica neoliberal como nuevo estándar para la masculinidad contemporánea**: son quienes más se asocian con el atributo de "trabajador" (54,9%) y con el atributo "independiente" (41%). En la misma línea, la lógica del autocuidado y de la preocupación por uno mismo, también destaca entre quienes están *fuera*. Aunque, como ya hemos comentado, son quienes más satisfechos se sienten con "todos los aspectos de su cuerpo", a la vez que son quienes más cambiarían su aspecto físico en general, especialmente el peso (38,9%), el tamaño de sus músculos (27,4%) y la estatura (22,2%). Estos datos se podrían asociar al valor de la búsqueda de la mejora personal, central en la subjetividad emprendedora.

Por otro lado, varios autores y autoras analizan como **la masculinidad hegemónica tradicional choca con el modelo de crecimiento económico neoliberal**, basado en la flexibilidad, movilidad y adaptabilidad de la fuerza de trabajo, y con una figura del obrero colectivo cada vez más debilitada (Walker & Roberts, 2018). La falta de empleos estables rompe con el mito del "varón proveedor" y la movilidad dificulta la posibilidad de establecerse como "páter familias" en una familia nuclear. A su vez, rasgos como la docilidad, los bajos salarios o incluso la comercialización del cuerpo, que tradicionalmente se han asociado a la femineidad, se han vuelto transversales y cada vez más necesarios a la hora de establecerse en un mercado de trabajo neoliberal (Salzinger, 2016; Takeyama, 2010).

La lógica de la subjetividad emprendedora, y la incompatibilidad entre la cultura neoliberal del empleo flexible y dócil con los modelos de masculinidad hegemónica tradicional, hacen que la interiorización de estos elementos sea sobre todo visible entre los hombres que se sitúan *fuera de la caja*, una categoría no exenta de problemáticas que puede generar sus propias formas de malestar. Por todo ello, queremos volver a insistir en que los constructos teóricos generados sólo nos permiten apuntar tendencias e hipótesis, y sería fundamental seguir profundizando con otros aparatos metodológicos en esta cuestión.

5.3. REFLEXIONES FINALES: ROMPER LA CAJA

El análisis ha permitido identificar **cuatro tendencias** generales: en **primer** lugar, la mayoría de hombres y mujeres rechazan los valores tradicionales representados por la *caja de la masculinidad*, el valor de la igualdad y la conciencia sobre la desigualdad de género están muy extendidos entre la juventud. En **segundo** lugar, los hombres se posicionan mucho más que las mujeres en posturas cercanas a la ética patriarcal y a las ideas de la masculinidad hegemónica tradicional. En **tercer** lugar, hemos comprobado que cuanto mayor es el alineamiento con este tipo de posturas más consecuencias negativas se experimentan en el plano del bienestar emocional y psicológico, a nivel relacional y en la exposición a las conductas de riesgo y violencia. Y, en **cuarto** lugar, un mayor acercamiento a la masculinidad hegemónica tradicional también supone construcciones altamente preocupantes y nocivas sobre la violencia de los hombres hacia las mujeres, al banalizarla, negarla y, en última instancia, legitimarla.

Cabe destacar que estas tendencias coinciden en su mayoría con la investigación de Equipundo (antes Promundo-US) (Heilman et al. 2017) que acuñó el término de la *caja de la masculinidad* en su análisis comparativo de **Estados Unidos, Reino Unido y México**.

A pesar de que las normas y los mandatos de género asociados a lo que significa ser un "hombre de verdad" siguen muy presentes en la sociedad española, la mayoría de mujeres y hombres apoyan la igualdad de género. Esa afirmación no está reñida con que hay un porcentaje significativo de jóvenes que siguen refugiándose en posturas que los colocan dentro de la *caja de la masculinidad*. La percepción de la masculinidad, imbuida de ambigüedades y contradicciones, como hemos visto, muestra un evidente resquebrajamiento de los modelos tradicionales; y todo esto se observa ya con claridad en el citado estudio y en contextos tan diferentes como los abordados por Heilman, Barker y Harrison.

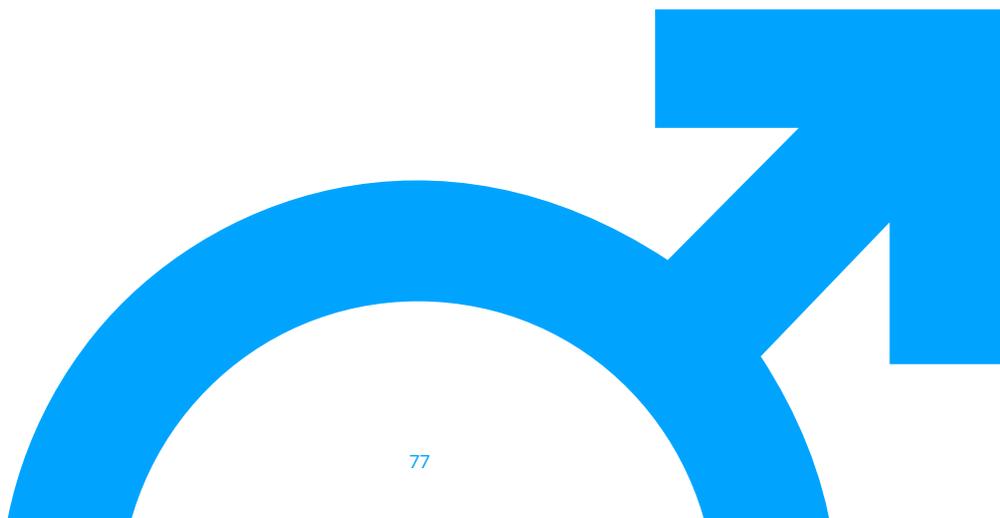
Las tendencias mencionadas hasta este punto son una constante a lo largo de todo nuestro análisis, pero no **son las únicas**, pues se han detectado algunos elementos en los que coinciden en gran medida todos los hombres, independientemente de su posición respecto a la *caja de la masculinidad*, y una gran parte de mujeres también.

- En este sentido, destacamos las afirmaciones que sitúan a los **hombres en una posición vulnerable** o expuestos a injusticias en la sociedad actual. Encontramos ejemplos en el grado de acuerdo registrado frente a las siguientes afirmaciones: los hombres suelen tener trabajos más duros que las mujeres, las feministas dificultan el debate porque acusan de machismo con laxitud, la violencia de las mujeres hacia los hombres no se tiene en cuenta lo suficiente y los hombres están desprotegidos ante las denuncias falsas por violencia de género. En todas ellas el grado de acuerdo de los hombres *fuera de la caja* es mayor del que cabría esperar y, aunque inferior, se iguala bastante con el de los hombres *dentro y al borde de la caja*. A su vez, el acuerdo entre las mujeres llega incluso a igualarse prácticamente al de los hombres en afirmaciones como la falta de atención que recibe la violencia de las mujeres hacia los hombres (tanto hombres como mujeres se sitúan por encima del 50% de acuerdo). Lo que esto puede indicar es que hay un **consenso muy extendido en el imaginario juvenil de la existencia de ciertas injusticias hacia los hombres en la sociedad actual**, lo que requiere una mayor y mejor pedagogía sobre qué es y cómo se aborda, con qué medidas, la desigualdad y la violencia de género, y la necesidad de manejar enfoques que no subrayen el señalamiento de culpables, sino que busquen complicidad en la propuesta de soluciones.
- Otro punto a destacar se vincula a la idea de lo que ha de ser una pareja, puesto que se observa cierta **prevalencia del mito del amor romántico** en la juventud en su conjunto. Las afirmaciones "un chico debe proteger a su chica" y "tener una pareja implica una entrega absoluta a la otra persona" generan grados de acuerdo muy similares en las tres posiciones de la caja para los hombres, superando siempre el 30%, y por encima del 20% en el caso de las mujeres.
- Por último, hay un elemento más sobre el que cabría profundizar en futuras aproximaciones vinculado a los **privilegios masculinos**, puesto que resulta de difícil interpretación. Frente a las afirmaciones de que "los hombres tienen privilegios en la sociedad en la que vivimos" y "es importante que los hombres autocuestionen su papel en la sociedad", los porcentajes de acuerdo son tibios entre los hombres ubicados al *borde de la caja*, por debajo del 28%, y superan el 30% en los extremos, entre quienes están *dentro* y quienes están *fuera*. Suponemos que se evidenciarían sentidos diferentes en cuanto a la postura con la que unos u otros sostienen su argumentación, pero se vuelve necesaria una nueva aproximación al campo para profundizar en los discursos.

Como **reflexión final**, queremos insistir en que los modelos de masculinidad que hemos definido en este estudio — *dentro, al borde y fuera de la caja de la masculinidad*— no dejan de ser constructos teóricos y tipos ideales que en la práctica adoptan fórmulas mucho menos estancas. Las **masculinidades son "híbridas"**, en términos de Bridges y Pascoe (2014), y como tales se encuentran en permanente negociación, conflicto y transformación con el entorno. Muestra de ello son las tendencias que reflejan los análisis longitudinales desarrollados por el **Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud** de la **Fundación FAD Juventud** sobre la construcción del género en la juventud (Ballesteros et al., 2019; Ballesteros et al., 2017; Rodríguez et al., 2021; Sanmartín et al., 2019). En cualquier caso, la reconfiguración de la masculinidad es un proceso evidente y el resultado está siendo todo un abanico de **"masculinidades emergentes"** más o menos ajustadas a los mandatos tradicionales (García & De la Cruz, 2022).

Por otro lado, el análisis que hemos desarrollado nos permite afirmar que la masculinidad hegemónica tradicional resulta extremadamente limitante y genera una sensación de presión permanente a la hora de diferenciarse de la feminidad y de demostrar la virilidad en el espacio público. A pesar de que eso nos muestran los datos, hay un porcentaje importante de hombres que se sienten víctimas de un supuesto orden social ginocentrista y buscan apoyos afectivos y refuerzos sociales en la hipermasculinidad y en la misoginia. Esto se traduce en un perjuicio para el bienestar de los hombres que se ajustan más al modelo de la *caja de la masculinidad* y, a su vez, en una actitud peligrosa y preocupante hacia las mujeres, puesto que camufla los efectos y legitima la discriminación y la violencia que sufren.

A pesar de que buscar nuevas vías para expresar y vivir la propia masculinidad basadas en la justicia social y la igualdad entre hombres y mujeres puede resultar complejo, pues supone una permanente reflexión sobre uno mismo y una búsqueda de nuevos referentes, también implica una liberación de todas las cargas asociadas a los mandatos de género tradicionales. **Es a través de esta reflexión donde se rompe la caja de la masculinidad** facilitando un acercamiento al modelo de masculinidades igualitarias. Y, en aras de avanzar en esta tarea, parece crucial encontrar un camino para atender las necesidades socioafectivas de los hombres que se sienten amenazados por la pérdida de poder y estatus en la sociedad actual, para desarticular la misoginia y el antifeminismo. Las políticas públicas deben encontrar el modo de transmitir ese sentir liberador para los hombres frente a las opresiones de los mandatos de género, así como seguir trabajando para concienciar a la sociedad sobre el peligro y la gravedad de la violencia contra las mujeres.



BIBLIOGRAFÍA



BIBLIOGRAFÍA

- Aguado-Bloise, E. (2019). *Mujeres y hombres frente al desempleo. El caso español en la primera crisis del siglo XXI*. Valencia: Tirant Humanidades. Quaderns Feministes.
- Allan, J. A. (2016). "Phallic Affect, or Why Men's Rights Activists Have Feelings". *Men and Masculinities*, 19(1), 22–41. <https://doi.org/10.1177/1097184X15574338>
- Ballesteros, J.C.; Gómez Miguel, A., Kuric, S. & Sanmartín, A. (2022). *Jóvenes en pleno desarrollo y crisis pandémica. Cómo miran al futuro*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.7043142
- Ballesteros, J.C, Rubio, A., Sanmartín, A. & Tudela, P. (2019). *Barómetro Juventud y Género 2019*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.3337953
- Ballesteros, J.C., Sanmartín, A. & Tudela, P. (2018). *Barómetro Juventud y Género 2017*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.3531923
- Basu, S. (2016). "Looking through misogyny: Indian men's rights activists, law, and challenges for Feminism". *Canadian Journal of Women and the Law*, 28(1), 45–58. <https://doi.org/10.3138/cjwl.28.1.45>
- Bonino, L. (2002). "Masculinidad hegemónica e identidad masculina". *Dossiers feministes*, 6, pp.7-35.
- Bonet-Martí, J. (2020). "Analysis of discursive strategies used in the construction of the anti-feminist discourse in social networks". *Psicoperspectivas*, 19(3). <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol19-Issue3-fulltext-2040>
- Bourdieu, P. (1993). *La miseria del mundo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (2018). *La dominación masculina* (12th ed.). Barcelona: Anagrama. Colección Argumentos.
- Bridges, T. & Pascoe, C. J. (2014). "Hybrid masculinities: new directions in the Sociology of men and masculinities". *Sociology Compass*, 8 (3), pp. 246-258.
- Burin, M., Jiménez Guzmán, M. L. & Meler, I. B. (comps.). (2007). *Precariedad laboral y crisis de la masculinidad: impacto sobre las relaciones de género*. Buenos Aires: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.
- Butler, J. (2001). *El género en disputa*. México D. F.: Paidós.
- Cantos Vicent, R. (2016). *Hombres, mujeres y drogodependencias: explicación social de las diferencias de género en el consumo problemático de drogas*. Madrid: Fundación Atenea.
- Connell, R. (2003). *Masculinidades*. México D. F.: Universidad Autónoma de México.
- Cornwall, A. (2016). Introduction: masculinities under neoliberalism. In A. Cornwall, F. G. Karioris, & N. Lindisfarne (Eds.), *Masculinities under neoliberalism* (p. 285). Zed Books.
- Delgado, L. S. (2021). "La teoría no crece en los árboles". Claves conceptuales para abordar las masculinidades jóvenes" en Rodríguez-del-Pino, J. A., Masanet, E. y González, M^a. E. (eds.) (2021). *Moldear hombres. Juventud y representación de las masculinidades en la sociedad actual*. Barcelona: Icaria.
- Domínguez, J. & Otero, J. (2018). *Guía didáctica Construyendo feminidades y masculinidades alternativas, diversas e igualitarias*. UNESCO. https://www.unescoetxea.org/dokumentuak/guia_fem.pdf, [23/08/2022].
- García García, A. (2009). *Modelos de identidad masculina: representaciones y encarnaciones de la virilidad en España (1960-2000)*. [Tesis]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/9537/1/T31015.pdf> [06/09/2022].

- García García, A. (2010). "Exponiendo hombría. Los circuitos de la hipermasculinidad en la configuración de prácticas sexistas entre varones jóvenes". *Revista Estudios de Juventud*, 89, junio 10. Injuve.
- García Luque, A. & De la Cruz Redondo, A. (2022). "Masculinidad hegemónica versus masculinidades igualitarias: una aproximación teórica". *Revista Estudios de Juventud*, 125, marzo 2022. Injuve.
- García-Mingo, E. & Díaz-Fernández, S. (2022). *Jóvenes en la manosphere. Influencia de la misoginia digital en la percepción que tienen los hombres jóvenes de la violencia sexual*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud. DOI:
- Gil Calvo, E. (2006): *Máscaras masculinas. Héroe, patriarcas y monstruos*, Barcelona, Anagrama.
- Gill, R. (2017). "The affective, cultural and psychic life of postfeminism: A postfeminist sensibility 10 years on". *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), 606–626. <https://doi.org/10.1177/1367549417733003>
- Gotell, L., & Dutton, E. (2016). "Sexual violence in the "manosphere": Antifeminist men's rights discourses on rape". *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*, 5(2), 65–80. <https://doi.org/10.5204/ijcsd.v5i2.310>
- Heilman, B., Barker, G. & Harrison, A. (2017). *La caja de la masculinidad: un estudio sobre lo que significa ser hombre joven en Estados Unidos, el Reino Unido y México*. Washington DC y Londres: Promundo-US y Unilever.
- Jociles, M. J. (2001). "El estudio de la masculinidad. Panorámica general". *Gazeta de Antropología*, 17, 1–14.
- Kimmel, M. (2013). *Angry White Men: American Masculinity at the End of an Era*. New York: Nation Books.
- López, R. R., & Gómez, E. B. (2018). El perfil del emprendedor. Construcción cultural de la subjetividad laboral postfordista. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 36(2), 265–284.
- Martínez-Guirao, J. E. & Téllez, A. (2016). "El efecto de la crisis y el desempleo desde una perspectiva de género". *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 11, 351-372. doi: <http://dx.doi.org/10.18002/cg.v0i11.3613>
- Martínez-Jiménez, L., & Zurbano-Berenguer, B. (2019). "Posmachismo, violencia de género y dinámicas de opinión en los cybermedios. Aproximaciones a la realidad española a partir de la experiencia de eldiario.es". *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 16(2), 213–228. <https://doi.org/10.5209/tekn.65173>
- Masanet, E. & González, M^a. E. (2021). "Ocio y amistad como elementos de construcción de la masculinidad en los jóvenes", en Rodríguez del Pino, Juan A., Masanet, Erika & González, M^a. E. (eds.). (2021). *Moldear hombres. Juventud y representación de las masculinidades en la sociedad actual*. Barcelona: Icaria.
- Miro, C. J., & Toff, B. (2022). "How Right-Wing Populists Engage with Cross-Cutting News on Online Message Boards: The Case of ForoCoches and Vox in Spain". *International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/19401612211072696>
- Moruno, J. (2015). *La Fábrica del Emprendedor. Trabajo y política en la Empresa-Mundo*. Madrid: Akal.
- Navajas-Pertergás, N. (2021). "Y Dios creó al Spornosexual: imagen corporal, juventud y masculinidad a inicios del S.XXI" en Rodríguez del Pino, Juan A., Masanet, Erika y González, María Eugenia (eds.) (2021): *Moldear hombres. Juventud y representación de las masculinidades en la sociedad actual*, Icaria.
- Pope Jr, H. G., Olivardia, R., Borowiecki III, J. J., & Cohane, G. H. (2001). "The Growing Commercial Value of the Male Body : A Longitudinal Survey of Advertising in Women' s Magazines". *Psychotherapy and Psychosomatics*, 70, 189–192.
- Rafail, P., & Freitas, I. (2019). "Grievance Articulation and Community Reactions in the Men's Rights Movement Online". *Social Media and Society*, 5(2). <https://doi.org/10.1177/2056305119841387>
- Ranea Triviño, B. (2021). *Desarmar la masculinidad. Los hombres ante la era del feminismo*. Madrid: La Catarata.

- Rodríguez, E., Calderón, D., Kuric, S. & Sanmartín, A. (2021). *Barómetro Juventud y Género 2021. Identidades, representaciones y experiencias en una realidad social compleja*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.5205628
- Rodríguez-del-Pino, J. A., Erika, M. R., & Sanjuan, M. E. G. (2021). *Moldear hombres. Juventud y representación de las masculinidades en la sociedad actual*. Barcelona: Icaria.
- Rodríguez-del-Pino, J. A. (2021): "La forja del hombre. Socialización de género y construcción de la masculinidad en la juventud", en Rodríguez del Pino, Juan A., Masanet, E. & González, M^a. E. (eds.) (2021): *Moldear hombres. Juventud y representación de las masculinidades en la sociedad actual*. Barcelona: Icaria.
- Rothermel, A. K. (2020). "The Other Side": Assessing the Polarization of Gender Knowledge through a Feminist Analysis of the Affective-Discursive in Anti-Feminist Online Communities. *Social Politics*, 27(4), 718–741. <https://doi.org/10.1093/sp/jxaa024>
- Ruiz Repullo, C. (2018). "La perversa relación entre violencia machista y la masculinidad hegemónica. Un análisis desde la adolescencia". *Revista Nuevas Tendencias en Antropología*, 9, 2018, pp. 99-113.
- Rodríguez, E., Calderón, D., Kuric, S. & Sanmartín, A., (2021). *Barómetro Juventud y Género 2021. Identidades, representaciones y experiencias en una realidad social compleja*. Madrid. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.5205628
- Salzinger, L. (2016). Re-Marking Men: Masculinity as a Terrain of the Neoliberal Economy. *Critical Historical Studies*, 3(1), 1–25. <https://doi.org/10.1086/685553>
- Sanfélix, J. (2020): *La brújula rota de la masculinidad*, Valencia: Grupo editorial Tirant lo Blanch.
- Sanmartín, A., Ballesteros, J. C., Calderón, D. & Kuric, S. (2022). *Barómetro Juvenil 2021. Salud y bienestar: Informe Sintético de Resultados*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.6340841
- Sanmartín, A., Tudela, P., Ballesteros, J. C. & Rubio, A. (2019): *Barómetro juventud y género 2019. Violencia y acoso*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.3518992
- Scharff, C. (2016). The Psychic Life of Neoliberalism: Mapping the Contours of Entrepreneurial Subjectivity. *Theory, Culture and Society*, 33(6), 107–122. <https://doi.org/10.1177/0263276415590164>
- Serrano-Pascual, A., & Fernández-Rodríguez, C. (2018). De la metáfora del mercado a la sinécdoque del emprendedor: la reconfiguración política del modelo referencial de trabajador. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 36(2), 207–224. <https://doi.org/https://doi.org/10.5209/CRLA.60694>
- Subirats, M. (2020): "El género masculino, entre la obsolescencia y la impostación", en A. Téllez et. al (eds.): *Hombres, género y patriarcado: reflexiones, cuerpos y representaciones*, Madrid, Dykinson.
- Takeyama, A. (2010). Intimacy for sale: Masculinity, entrepreneurship, and commodity self in Japan's neoliberal situation. *Japanese Studies*, 30(2), 231–246. <https://doi.org/10.1080/10371397.2010.497579>
- Téllez, A. (2017). "Sobre cómo el machismo perjudica a los hombres". *Igualdad de género e identidad masculina* (pp. 6–21). Elche: Universidad Miguel Hernández.
- Téllez, A., López, F. P., Aguado, A. L., Albelda, J. S., Ribera, J. C., & Poquet, C. F. (2017). *Igualdad de género e identidad masculina*. Elche: Universidad Miguel Hernández.
- Walker, C., & Roberts, S. (2018). Masculinity, Labour and Neoliberalism: Reviewing the Field. In C. Walker & S. Roberts (Eds.), *Masculinity, labour, and neoliberalism. Working-class men in international perspective* (pp. 1–29). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-63172-1>

METODOLOGÍA



FICHA TÉCNICA

UNIVERSO

Adolescentes y jóvenes entre los 15 y 29 años residentes en España.

MUESTRA

Técnica de recogida de información. Encuesta online con cuestionario cerrado (panel online).

Tamaño de la muestra final. 1.700 personas.

Tipo de muestreo. Muestreo estratificado por afijación proporcional.

Cuotas. Selección aleatoria de casos en base a género (mujeres, hombres, otro*) y edad (15-19, 20-24 y 25-29 años).

Ponderación. Se han ponderado los datos según nivel de estudios (3 grupos de estudios terminados: hasta secundarios obligatorios (incluyendo 4º ESO, PCPI, FP básica); secundarios posobligatorios (Bachillerato, FP grado medio); superiores (universitarios, FP grado superior, posgrado, máster, doctorado).

Error muestral. Bajo supuesto de muestreo aleatorio simple (MAS) y máxima heterogeneidad ($p=q=0,5$) y con un nivel de confianza del 95%, el error es $\pm 2,36\%$.

FECHA DE REALIZACIÓN

El trabajo de campo se realizó en el mes de mayo de 2022.

EXPLOTACIÓN ESTADÍSTICA

ANÁLISIS UNIVARIADOS

Se han calculado las **frecuencias absolutas y relativas (%)** para todas las variables del cuestionario.

También se han calculado los **promedios** (excluyendo NS/NC) para las variables de escala.

Para algunas **preguntas de escala** (escalas de valoración, grado de acuerdo, etc.) **se han agrupado las categorías** para tratarlas como variables nominales, normalmente asumiendo las categorías entre 7 y 10 como de "acuerdo alto", "impacto alto", etc.; las categorías 4 a 6 como "medio"; y las de 0 a 3 como "bajo".

TABLAS DE CONTINGENCIA

Análisis cruzados de variables por género, edad, nivel de estudios, clase social, carencia material, situación laboral, hábitat, pareja, forma de convivencia, orientación sexual, religiosidad, ideología y discapacidad. Para dichos cruces se han calculado las **frecuencias absolutas y relativas** (% de columna), así como las **pruebas de significatividad chi-cuadrado** (χ^2).

CONSTRUCCIÓN DE LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

El concepto de la «**caja de la masculinidad**» utilizado en este informe surge de un estudio previo desarrollado por **Equimundo (antes Promundo-US)**, denominado *La caja de la masculinidad: un estudio sobre lo que significa ser hombre joven en Estados Unidos, el Reino Unido y México*. Este concepto alude a un **conjunto de creencias y valores** transmitidos por padres, madres, familias, medios de comunicación, pares y sociedad en general que, a través de procesos de socialización, influyen, fomentan o presionan hacia unos mandatos de género determinados, de manera que se entienda la masculinidad de una forma concreta alineada con el contexto social heteropatriarcal. Así, **estar dentro de la caja de la masculinidad se relaciona con visiones tradicionales de la masculinidad**.

Pese a basarse en un estudio previo, **la variable de la «caja de la masculinidad» se ha construido ad hoc para nuestra propia investigación sobre masculinidades juveniles**, motivo por el cual resulta inviable realizar una comparación entre los resultados obtenidos en el caso de España con los casos previos de Estados Unidos, Reino Unido y México. Se han utilizado **dos preguntas en el cuestionario** que incluyen una serie de cuestiones relativas a visiones tradicionales de lo que significa ser hombre. Concretamente, son las siguientes preguntas:

P52_P60. Teniendo en cuenta tu opinión, independientemente de lo que piense el resto de la sociedad, ¿podrías decir hasta qué punto estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

- P52. Un hombre que no se defiende cuando otros abusan de él, es débil*
- P53. Los hombres deberían resolver sus problemas personales por sí mismos sin pedir ayuda a los demás*
- P54. Un hombre no debería llorar en público*
- P55. Es lógico que los hombres usen la violencia para obtener respeto si es necesario*
- P56. No es bueno que se enseñe a un niño cómo cocinar, coser, limpiar la casa y cuidar a niños más pequeños*
- P57. Los hombres deberían ser realmente los que traigan dinero al hogar y sostengan a sus familias, no las mujeres*
- P58. Un hombre siempre debería tener la última palabra sobre decisiones en su relación o matrimonio*
- P59. Un niño debe evitar jugar desde pequeño a "cosas de niñas"*
- P60. Un hombre de verdad nunca puede ser afeminado*

P61_P68. También, teniendo en cuenta exclusivamente tu opinión, ¿podrías decir hasta qué punto estás de acuerdo o en desacuerdo con estas afirmaciones?

- P61. Un hombre debería tener la mayor cantidad de parejas sexuales que pueda*
- P62. Si un hombre no tiene suficiente sexo con su pareja es comprensible que cometa una infidelidad*
- P63. Es normal que un hombre recurra a la prostitución para tener sexo*
- P64. Es normal que un hombre piropee a una mujer que no conoce en un espacio público si le parece atractiva*
- P65. No es aconsejable que los hombres heterosexuales tengan amigos homosexuales*
- P66. Los hombres de verdad son heterosexuales*
- P67. Las mujeres no buscan hombres que se preocupan demasiado por su aspecto y forma de vestir*
- P68. Un hombre que pase mucho tiempo ocupándose de su apariencia no es muy masculino*

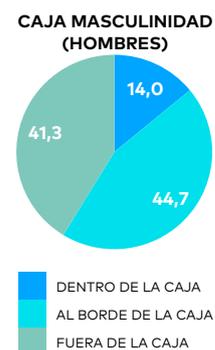
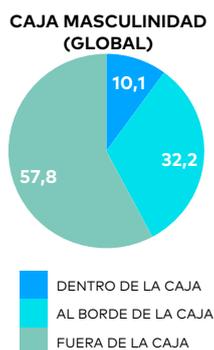
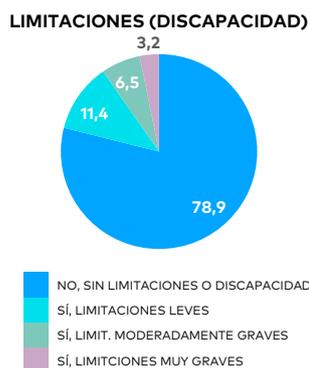
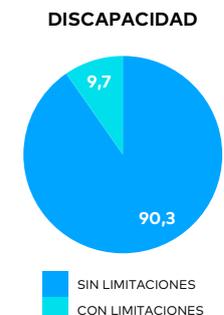
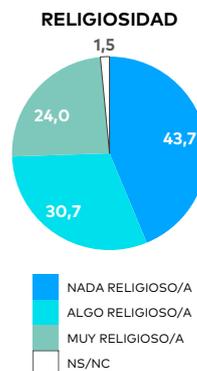
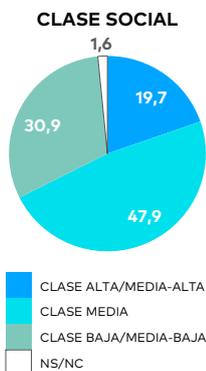
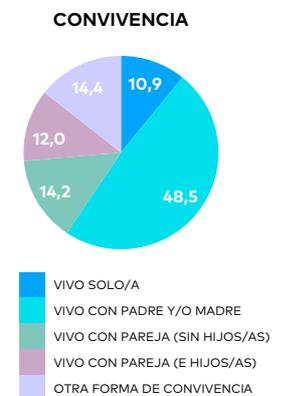
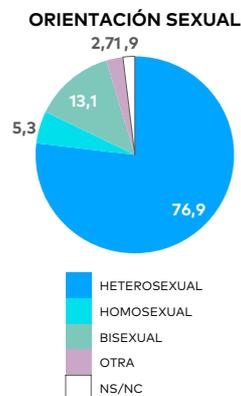
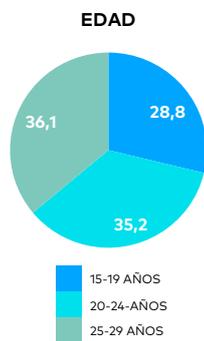
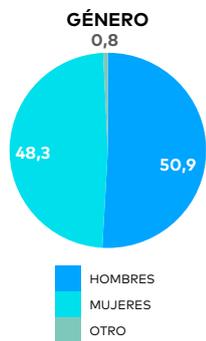
Cada uno de estos indicadores responde a diversas dimensiones relacionadas con visiones tradicionales de la masculinidad, de manera que se comprenda un espectro amplio de la masculinidad hegemónica tradicional: vulnerabilidad (P52, P53, P54), (hiper)sexualidad (P61, P62, P63, P64), valores sociales (P56, P57, P58, P59), identidades de género (P60, P65, P66), apariencia física (P67, P68) y violencia (P55).

Las **categorías de respuesta** a estas dos preguntas se basan en una **escala de grado de acuerdo de 1 a 4**: 1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=De acuerdo, 4=Totalmente de acuerdo. Esta escala permite medir el posicionamiento hacia el desacuerdo o el acuerdo, sin punto medio, de manera que se empuje a las personas encuestadas a posicionarse. A partir de las respuestas se elabora la **media aritmética entre todos los indicadores** y, dependiendo del resultado, los casos se clasifican «dentro» o «fuera» (o «al borde») de la caja.



CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

Base: N=1.700



Base: N=865

Centro
Reina Sofía
sobre adolescencia
y juventud

fad



✓ POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL