

LA CAJA DE LA MASCULINIDAD



UN ESTUDIO
SOBRE LO QUE
SIGNIFICA
SER HOMBRE
JOVEN

EN
ESTADOS
UNIDOS,
EL
REINO UNIDO
Y
MÉXICO



AXE



PROMUNDO

LA CAJA DE LA MASCULINIDAD:

Un estudio sobre lo que significa ser hombre joven
en Estados Unidos, el Reino Unido y México

Brian Heilman - Gary Barker - Alexander Harrison

2017



AXE



LA CAJA DE LA MASCULINIDAD:

Un estudio sobre lo que significa ser hombre joven en Estados Unidos, el Reino Unido y México

Autores:

- Brian Heilman (Promundo-US), Gary Barker (Promundo-US) y Alexander Harrison (Unilever)

Recolección de datos cualitativos:

- **México:** Yahir Zavaleta (Fondo de Jóvenes Líderes sobre VIH), José Eduardo Magos (Consultor independiente) y Humberto Rodríguez (Promundo-US)
- **Reino Unido:** Martin Robb (The Open University) y Sandy Ruxton (Consultor independiente)
- **Estados Unidos:** Humberto Rodríguez (Promundo-US) y Tyvon Hewitt (Latin American Youth Center)

Recolección de datos cuantitativos:

- Brad Callander, Harry Young, Natasha Alter, Danielle Beukes y Sonal Haribhai (Kantar TNS UK)

Agradecimientos:

Los autores agradecen a Magaly Marques de Promundo-US por la coordinación general del proyecto en 2016. A Tafazal Mohammad, Craig Taylor y Owen Thomas de Working With Men, así como a Ruben Vemba del Young Dads' Collective del Family and Childcare Trust, y a GREAT Initiative, les agradecemos su apoyo en la tarea de organizar los grupos focales en el Reino Unido. Gracias también a Louise Millard, Georgina Middlemiss, Nicky Brown y Agota Solyomi de la Open University por su apoyo administrativo. Agradecemos igualmente al Latin American Youth Center en Washington DC por haber organizado los grupos focales y seleccionado a los hombres jóvenes que participaron en ellos en Estados Unidos, y a Ángel Conto del Instituto de la Juventud de la Ciudad de México (INJUVE) por el apoyo brindado al proceso y por haber facilitado la sede para los grupos focales en esa capital. Gracias a Michael Reichert por sus útiles sugerencias, las cuales nos permitieron reforzar el informe.

Por sus valiosos aportes, muchas gracias a Claire McHardy de Axe, marca líder de Unilever en cuidado personal masculino y a Eric Ostern de Unilever Global Partnerships & Advocacy.

A Alexa Hassink, Nina Ford y Annaick Miller de Promundo-US, nuestros agradecimientos por coordinar la producción de este informe; a Alejandra Adoum por la traducción del texto al español; a Patricia Ardila por la edición del mismo; y a Blossoming.it por el diseño gráfico y diagramación de la publicación.

Pero sobre todo, queremos agradecer a todos los hombres jóvenes que participaron en este estudio por su tiempo y su honestidad. Sin su colaboración no hubiera sido posible realizar este informe.

Cita bibliográfica sugerida:

Heilman, B., Barker, G. y 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.

Acerca de:

Promundo agradece a Axe por haberle encomendado esta investigación sobre el estado de la masculinidad en Estados Unidos, el Reino Unido y México. Este estudio orientará las iniciativas globales y locales de Axe, así como su misión más general, para ayudar a eliminar algunas de las presiones y etiquetas perjudiciales a las que se enfrentan los hombres jóvenes en el mundo entero. A final de cuentas, un mundo de hombres que se liberan de su “encajamiento” es un lugar mejor para todos, hombres y mujeres. Axe ha asumido este reto porque liberarse de la caja de la masculinidad no es algo que los jóvenes puedan hacer por sí solos. Es una tarea que involucra el trabajo mancomunado de todos para cambiar las estrechas nociones sociales acerca de la masculinidad.

Promundo realizó esta investigación con el apoyo de Axe y con la colaboración de socios en Estados Unidos, el Reino Unido y México. Fundada en Río de Janeiro, Brasil, en 1997, Promundo es una organización que trabaja en la promoción de la igualdad de género y en la creación de un mundo libre de violencia con la participación activa de los hombres y los niños colectivamente con las mujeres y las niñas. Las oficinas de Promundo en Estados Unidos, Brasil y Portugal, y su afiliado en la República Democrática del Congo, colaboran para cumplir esta misión conduciendo investigación aplicada que construya la base de conocimientos sobre las masculinidades y la igualdad de género; desarrollando, evaluando y ampliando intervenciones y programas de género transformadores; y abogando por la defensa de la igualdad de género y la justicia social en los ámbitos nacional e internacional.

PROMUNDO:

1367 Connecticut Avenue NW
Suite 310
Washington DC 20036
Estados Unidos
www.promundoglobal.org

AXE:

Unilever House
100 Victoria Embankment
London EC4Y 0DY
Reino Unido
www.unilever.com

ÍNDICE

Resumen ejecutivo	8
I. <i>¿Por qué este estudio?</i>	12
II. <i>Con quiénes hablamos: acerca del estudio</i>	15
III. <i>La caja de la masculinidad: explorando las presiones sociales y actitudes individuales relacionadas con lo que significa ser hombre</i>	19
a. El contenido de la caja de la masculinidad: siete pilares de lo que se supone que es “un hombre de verdad”	21
b. Las presiones sociales	24
c. La interiorización de la caja de la masculinidad	27
IV. <i>Lo que esto implica: la vida dentro de la caja de la masculinidad</i>	32
a. Satisfacción con la vida y confianza en sí mismos	33
b. Salud mental	36
c. Amistad y búsqueda de apoyo	38
d. Comportamientos de riesgo	46
e. Atractivo físico	47
f. Bullying y violencia	49
V. <i>Análisis: el sinuoso camino desde “estar atrapado” hasta “liberarse” de la caja de la masculinidad</i>	54
a. Una mirada más detenida a Estados Unidos	55
b. Una mirada más detenida al Reino Unido	57
c. Una mirada más detenida a México	58
VI. <i>Conclusión</i>	60
Apéndices	62

Lista de recuadros, figuras y cuadros

Recuadros

Estudiar lo que significa ser hombre	13
Un vistazo a la encuesta	15
¿Qué queremos decir con "dentro o fuera de la caja de la masculinidad"?	20
"Nos convertimos en lo que creían que éramos"	26
"Buscas la felicidad de tu familia y la buena crianza de tu hijo"	30
¿Cómo construimos la escala de la caja de la masculinidad?	33
¿A quién recurren?	41
"[Él tendría que] cortar todos sus vínculos familiares y estar por su cuenta"	45
Definiciones de bullying y violencia	50

Figuras

3.1 – "Un hombre de verdad..."	20
3.2 – "La caja de la masculinidad" en siete pilares	23
4.1 – Músculos, peso y apariencia de mi cuerpo	48
5.1 – Quintiles del espectro entre "estar atrapados en la caja de la masculinidad" y "liberarse de ella"	55
5.2 – Sinuoso camino, Estados Unidos	56
5.3 – Sinuoso camino, Reino Unido	57
5.4 – Sinuoso camino, México	58

Cuadros

2.1 – Tamaño de la muestra	16
2.2 – Características en la muestra en la encuesta	17
2.3 – Distribución regional de los encuestados	18
3.1 – Presiones de las parejas, amigos y familia	24
3.2 – Presión social para embonar en la caja de la masculinidad	25
3.3 – Las normas de la caja de la masculinidad	28
3.4 – Divergencia con las normas de la caja de la masculinidad	31
4.1 – Satisfacción con la vida	34
4.2 – Síntomas de depresión y pensamientos suicidas	36
4.3 – Amistades solidarias	39
4.4 – Situaciones de vulnerabilidad emocional	40
4.5 – Cuando te sientes muy triste o deprimido, ¿a quién recurre primero para pedir ayuda?	41
4.6 – Tiempo libre ideal y real	43
4.7 – Homofobia y amistades	44
4.8 – Abuso del alcohol y riesgos al conducir	46
4.9 – Atractivo físico	48
4.10 – Bañarse, arreglarse, vestirse	49
4.11 – Sufrir bullying	51
4.12 – Cometer bullying	52
4.13 – Cometer acoso sexual	52
4.14 – Intervenir en peleas	53

RESUMEN EJECUTIVO

¿Qué significa “ser hombre” en 2017?

¿Qué significa ser un hombre joven? ¿Cómo se supone que debe actuar un hombre? ¿Qué tanto pesan estas expectativas en las vidas de los hombres jóvenes? Estas preguntas podrían sonar anticuadas en un momento de enormes cambios sociales con respecto al género. En varios ámbitos de la vida social y profesional, las mujeres se están acercando cada vez más a la igualdad. Diversas sexualidades e identidades de género han irrumpido y hacen presencia en la sociedad en general. En esta nueva realidad, ¿es irrelevante hacer investigación sobre la *masculinidad* o sobre lo que significa ser hombre? Pensamos que no. Más aún, son estas mismas transformaciones y tensiones sociales las que la hacen imprescindible. Con el fin de entender mejor estas realidades, nosotros —Promundo, Axe y nuestros colaboradores en la investigación— construimos una muestra aleatoria representativa de hombres jóvenes de 18 a 30 años en Estados Unidos, el Reino Unido y México que refleja la diversidad étnica y social de cada país. Paralelamente a la encuesta, conformamos grupos de discusión con hombres jóvenes en cada uno de los tres países mencionados, de manera que escuchamos en sus propias palabras lo que significa ser hombre.

Con el fin de indagar y responder a estas y otras preguntas, e inspirados por el trabajo de Paul Kivel y "Oakland Men's Project", construimos una herramienta a la que llamamos "caja de la masculinidad"; esta alude a un conjunto de creencias transmitidas por los padres, las familias, los medios de comunicación, los pares, las mujeres y otros miembros de la sociedad que presionan a los varones para que se comporten de una cierta manera. Estas presiones les exigen valerse por sí mismos sin pedir ayuda, actuar como machos, ser físicamente atractivos, ceñirse a roles de género que son rígidos, ser heterosexuales, realizar proezas sexuales y resolver los conflictos por medio de la agresión. Para los propósitos de este estudio, los hombres que están “dentro de la caja de la masculinidad” son aquellos que interiorizan en mayor grado estos mensajes y presiones que les comunican, entre otras cosas, que “un chico que no confronta una provocación física es débil” o que “un gay no es ‘un

hombre de verdad”. Por otro lado, los jóvenes que se encuentran “fuera de la caja” son aquellos que rompieron con estas expectativas que rechazan estos comportamientos y en su lugar adoptan ideas y actitudes más positivas y originales sobre lo que debe creer un hombre y sobre cómo debe actuar.

La vida en la caja de la masculinidad

Los resultados del estudio evidencian que la caja de la masculinidad está más viva que nunca en Estados Unidos, el Reino Unido y México, y que tiene efectos graves, reales y problemáticos en las vidas de los hombres jóvenes. El estudio demuestra efectos negativos en seis ámbitos:

Satisfacción con la vida y confianza en sí mismos:

¿Los hombres que están dentro de la caja de la masculinidad, son más felices o más infelices?

La respuesta es incierta. En México no encontramos vínculos entre las actitudes propias de estar dentro de la caja y la satisfacción con la vida o el bienestar. Sin embargo, en Estados Unidos y en el Reino Unido observamos que los jóvenes que se rigen por las normas más rígidas acerca de lo que significa “ser un hombre” también dicen ser “El hombre”. Aparentemente los jóvenes que están dentro de la caja se sienten recompensados de alguna manera por llenar estas expectativas sociales, incluso si en análisis posteriores se demuestra que esa no es toda la historia de la vida dentro de la caja.

Salud mental:

El estado de salud mental de los hombres jóvenes es preocupante. Sus pretensiones ocultan profundas inseguridades, depresión y frecuentes pensamientos suicidas. En Estados Unidos y en el Reino Unido, la probabilidad de que los hombres que están dentro de la caja cumplan con estándares de diagnóstico inicial de depresión son mayores —y estadísticamente significativas— que las de aquellos que están fuera de ella. Más aún, las tasas de pensamientos suicidas entre todos los jóvenes son preocupantes, pero especialmente entre aquellos que siguen dentro de la caja.

Amistad y búsqueda de apoyo:

Es más probable que los hombres jóvenes reporten brindar apoyo emocional a otros que sentirse emocionalmente vulnerables o buscar ayuda para ellos mismos. De conformidad con la norma dictada por la caja de la masculinidad según la cual los hombres deben valerse por sí mismos sin pedir ayuda, los participantes en el estudio tienden a lidiar con sus emociones con poco o ningún apoyo de otros. Y si lo buscan, acuden a las mujeres que forman parte de sus vidas y casi nunca a su padre u otros hombres. Vemos también que el temor a parecer vulnerables o gay todavía ejerce una poderosa influencia en su comportamiento, particularmente entre los hombres que están dentro de la caja.

Comportamientos de riesgo:

La caja de la masculinidad es un lugar de comportamientos sumamente riesgosos, particularmente de borracheras extremas y conducir en estado de ebriedad. Muchos hombres jóvenes asocian el “ser un hombre de verdad” con el abuso del alcohol y la conducción en estado de ebriedad, arriesgando así sus vidas y las de los demás al tratar de cumplir este estándar perjudicial.

Atractivo físico:

Las nociones de los hombres jóvenes acerca del atractivo físico a día de hoy se asocian concretamente con la masa muscular y la figura corporal, y no con un sentido de la confianza y el atractivo más interior e individual. Aproximadamente dos tercios de los encuestados declararon estar satisfechos o muy satisfechos con su atractivo físico. No obstante, la cifra de los que están satisfechos con el tamaño de sus músculos es mucho menor, tal que a casi la mitad de todos los encuestados les gustaría cambiar su peso o su figura corporal.

Bullying y violencia:

La caja de la masculinidad es un sitio sumamente violento y con repercusiones negativas para los hombres jóvenes y para quienes les rodean. En Estados Unidos y en el Reino Unido, los hombres que están dentro de la caja reportan haber ejercido actos de bullying físicos o virtuales contra sus pares seis o siete veces más que los que están fuera de la ella. En México, los que se ajustan al primer perfil indican haber cometido acoso sexual tres veces más que los que se ajustan al segundo perfil. En Estados Unidos y en el Reino Unido, los jóvenes que están dentro de la caja reportan haberlo hecho seis veces más.

Como muestran estos resultados, los daños que conlleva vivir según las normas de la caja de la masculinidad son considerables. Superan incluso la satisfacción que a los jóvenes les pueda producir el ajustarse exitosamente a estas normas, y así ser "hombres de verdad". Los jóvenes que se ajustan a las reglas de la caja tienen mayores probabilidades de arriesgar su salud y bienestar, apartarse de sus amistades cercanas, resistirse a buscar ayuda cuando la necesitan, sufrir de depresión y pensar con frecuencia en poner fin a sus vidas. También tienen mayores probabilidades de usar la violencia contra otros —verbal, virtual y físicamente— y de acosar sexualmente a las mujeres. Lo mismo se revela en lo que respecta a sufrir violencia en carne propia, practicar comportamientos riesgosos como emborracharse y tener entre dos y tres veces más accidentes de tráfico. Al mismo tiempo es menos probable que entablen relaciones y amistades estrechas.

Liberarse de la caja

El proceso de liberarse de la caja de la masculinidad no es perfectamente lineal y tampoco sencillo. El estudio revela algunas tendencias contradictorias. Los hombres jóvenes que están dentro de la caja se muestran más satisfechos con sus vidas, aunque por ejemplo, presentan más síntomas de depresión. Asimismo, se adhieren a las normas de género más rígidas, pero se sienten más libres para transgredir algunas de ellas, ya sea llorando ante sus amigos varones o dedicándole mucho tiempo al arreglo personal.

¿Esto tiene sentido? Decimos que sí. Las anteriores son descripciones fieles y lógicas de los dilemas que supone enfrentarse a ideales sociales y contradictorios de la masculinidad. Estos jóvenes obtienen ciertos beneficios al permanecer en la caja de la masculinidad: los dota de un sentido de pertenencia y de estar a la altura de lo que se espera de ellos. Es posible que sus amigos y sus padres los alaben, pero cuando esas mismas normas los encaminan a ser agresivos, a evitar tener amigos gays, a reprimir sus emociones y a pelear cuando alguien los amenaza, la caja les exige que aparenten ser lo que no son. Los resultados del estudio evidencian cuán violenta y solitaria puede ser este tipo de vida.

Los hombres jóvenes necesitan apoyo para liberarse de la caja, pero no lo pueden hacer solos.

Si ajustarse a las presiones de la caja de la masculinidad resultase desventajoso, pocos hombres se apegarían a ellas. Sin embargo, como demuestra el estudio, el panorama es más complicado. Navegar por entre las recompensas y castigos de la masculinidad constituye un verdadero dilema para estos jóvenes. En este contexto, todas y todos nosotros — hombres y mujeres jóvenes, padres, educadores, medios de comunicación, maestros, compañeros y compañeras sentimentales y todos los demás miembros de la sociedad— tenemos un papel que cumplir en cuanto a reforzar todas las ideas positivas, equitativas y no restrictivas sobre la masculinidad. En otras palabras, es hora de que todos nos propongamos liberarnos de la caja de la masculinidad.



¿POR QUÉ ESTE ESTUDIO?

¿Qué significa ser un hombre joven? ¿Cómo se supone que debe actuar un hombre? ¿Qué tanto pesan estas expectativas en las vidas de los hombres jóvenes? Estas preguntas podrían sonar anticuadas en un momento de enormes cambios sociales con respecto al género. En varios ámbitos de la vida social y profesional, las mujeres se están acercando cada vez más a la igualdad. Diversas sexualidades e identidades de género son cada vez reconocidas en la sociedad. En esta nueva realidad, ¿es irrelevante hacer investigación sobre la *masculinidad* o sobre lo que significa ser hombre? Pensamos que no.

Es más, son estas mismas transformaciones y tensiones sociales las que hacen imprescindible este estudio. Es imperativo preguntarnos: ¿Estos cambios sociales están conduciendo a que los hombres repiensen lo que conlleva “ser hombre” en la vida privada y en la pública? ¿O, mas bien, están reforzando las actitudes tradicionales? ¿Acaso los hombres jóvenes piensan que han estado lidiando con un proceso de ganar o perder en una sociedad en estado de transformación? ¿O están viviendo quizás una combinación de todo lo anterior?

Para entender mejor estas realidades, a finales de 2016 Promundo, Axe y otros colaboradores en esta investigación nos propusimos indagar en aspectos sobre la vida de los hombres jóvenes en Estados Unidos, el Reino Unido y México. La principal herramienta analítica del estudio es lo que nosotros —y muchos otros— hemos llamado “**la caja de la masculinidad**”, o el conjunto de creencias transmitidas por los padres y madres, las familias, los medios de comunicación, los pares, las mujeres y otros actores en la sociedad, y que presionan a los varones para que actúen de una cierta manera. Así pues, a través de este estudio buscamos dotar de rigor investigativo al concepto de caja de la masculinidad, midiendo cómo los hombres jóvenes se encuentran con estos mensajes en la sociedad y los interiorizan personalmente. También demostraremos la marcada influencia que estas creencias ejercen en diversas áreas de sus vidas.

Mediante encuestas realizadas por correo electrónico y por teléfono, construimos una muestra aleatoria representativa de jóvenes de 18 a 30 años que refleja la diversidad étnica y social de cada uno de los tres países. Paralelamente a la encuesta, conformamos grupos de discusión (focales) con hombres jóvenes en cada uno de los tres países mencionados, de manera que escuchamos en sus propias palabras lo que significa ser hombre. Específicamente, procuramos entender:



Hasta qué punto los hombres jóvenes reportan que sus parejas sentimentales, sus amigos, las y los miembros de sus familias y/o la sociedad como un todo comunican ideas y normas rígidas o fijas acerca de qué debería creer y cómo debería actuar “un hombre de verdad”.



Hasta qué punto ellos interiorizan y concuerdan con esas ideas y normas rígidas acerca de lo que deberían creer y cómo debería actuar “un hombre de verdad”.



¿Los hombres jóvenes están personalmente de acuerdo con estas ideas en mayor o en menor medida de lo que reportan haberlas encontrado o escuchado en la sociedad en general?



¿Qué importancia tiene este tema? ¿Cómo afectan las ideas que los hombres jóvenes tienen sobre la masculinidad a la manera en que viven y actúan?

Este informe comienza con una descripción de la metodología de investigación e introduce la idea de la caja de la masculinidad, para luego discutir cómo esta afecta la vida de los hombres jóvenes. El informe incluye asimismo una corta sección donde se explora más detalladamente esta caja, demostrando así las conexiones dinámicas entre el estado que guarda la misma y ocho aspectos claves de la vida de los hombres. **El estudio nos permite afirmar que la caja de la masculinidad está más viva que nunca, y que tiene efectos inmediatos, a veces contradictorios y a menudo perjudiciales para los jóvenes y en las personas que los rodean.**

Estudiar lo que significa ser hombre

Este estudio parte de la investigación y metodologías de las ciencias sociales sobre masculinidades, un concepto que se refiere a las maneras plurales y dinámicas en que se viven las normas, actitudes, identidades, dinámicas de poder y prácticas propias de lo masculino. Son numerosos los estudios que se han realizado en todo el mundo en los cuales se confirma la existencia de vínculos entre las normas y actitudes sobre lo que significa ser hombre y

varios comportamientos clave. Por ejemplo, los hombres que coinciden con las visiones tradicionales acerca de la masculinidad a menudo tienen comportamientos restrictivos en materia de salud (es decir, están menos dispuestos a buscar atención sanitaria cuando la necesitan), y son más propensos a correr riesgos y a estar más reprimidos emocionalmente. Numerosos autores de los tres países que participaron en este estudio, entre

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

ellos Michael Kimmel y Niobe Way de Estados Unidos; Sandy Ruxton y Martin Robb del Reino Unido; y Juan Guillermo Figueroa y Benno de Keijzer de México, han pasado mucho tiempo analizando estos temas.

Su investigación, junto con la nuestra y la de muchos otros estudios, confirman que son múltiples, complejas y cambiantes las maneras en que las normas estrictas sobre la masculinidad afectan negativamente las vidas de los hombres. Tales normas les impiden expresar su verdadero yo y tener el tipo de conexiones y relaciones profundas que desean, al tiempo que afectan a la sociedad en general acentuando las desigualdades, la homofobia y varias formas de violencia*.

Desde 2008, Promundo y sus colaboradores en el área de investigación han planteado preguntas similares a las que se formulan en este estudio a más de 45 000 hombres y mujeres en más de 30 países, como parte de la International Men and Gender Equality Survey-IMAGES

(Encuesta internacional sobre hombres e igualdad de género). IMAGES incluye muestras representativas de hogares de hombres y mujeres entre los 18 y los 59 años de edad, lo cual nos ha permitido perfeccionar un conjunto de preguntas sobre normas y actitudes sociales para evaluar hasta qué punto los hombres están conscientes de las normas que se relacionan con la masculinidad (la manera en que las familias, los medios de comunicación, los pares y otros miembros de la sociedad las expresan; hasta qué punto creen en ellas; y cuál es la asociación o relación que existe entre tales actitudes y una serie de prácticas clave (sexuales, de salud, acerca del cuidado de otros, de uso de la violencia, etc.). Al formular este tipo de preguntas en múltiples contextos culturales, hemos logrado afinar los métodos que usamos para incentivar a los hombres a que nos den opiniones más honestas sobre normas de género, así como sobre su vida sexual, su salud mental, la manera en que ejercen la violencia y sus experiencias conexas, así como otros temas delicados.

**Se recomienda a los lectores interesados buscar los siguientes textos emblemáticos que provienen mayoritariamente de los países de nuestro estudio:*



Internacional

R.W. Connell,
Masculinities

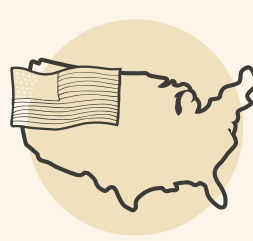


Reino Unido

Sandy Ruxton,
*Men, Masculinities, and
Poverty in the U.K.*

Martin Robb,
*Youth in Context:
Frameworks, Settings and
Encounters*

**Martin Robb, Brid
Featherstone, Sandy
Ruxton y Michael Ward,**
*Beyond Male Role Models:
Gender Identities and
Work with Young Men*



Estados Unidos

Michael Kimmel,
*Guyland: The Perilous World
Where Boys Become Men*

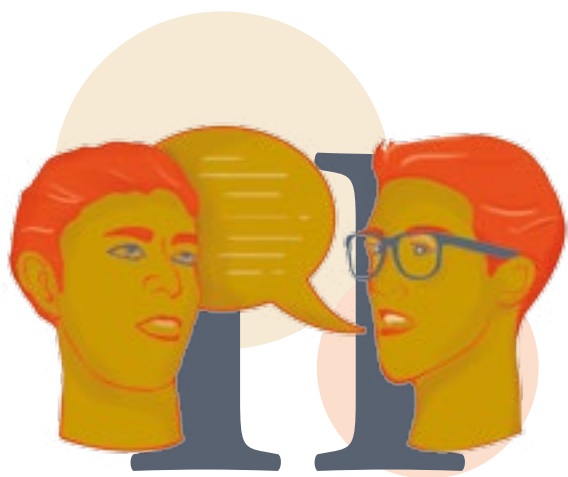
Niobe Way,
*Deep Secrets: Boys'
Friendships and the Crisis of
Connection*



México

Juan Guillermo Figueroa,
*Ser padres, esposos e hijos:
prácticas y valoraciones de
varones mexicanos*

Benno De Keijzer,
*Hasta donde el cuerpo
aguante: género, cuerpo y
salud masculina*



CON QUIÉNES HABLAMOS

Acerca del estudio

Para este estudio se consideró una muestra representativa de hombres jóvenes y se realizaron discusiones en grupos focales en los tres países. La selección de la muestra se hizo de tal manera que esta fuera representativa de jóvenes provenientes de todos los niveles de ingreso y educativos, grupos étnicos, y de los ámbitos urbano y rural. Los detalles acerca de la encuesta se presentan en el recuadro a continuación, mientras que las características de la muestra y de los encuestados se registran en los cuadros 2.1 y 2.2. En el cuadro 2.3 se presenta la distribución de los encuestados por región geográfica en los tres países del estudio. Además de las encuestas, quisimos escuchar de boca de los propios jóvenes cómo se manifiesta la caja de la masculinidad en sus vidas, por lo cual nos asociamos con colaboradores de investigación para realizar grupos focales en los tres países. A lo largo de todo el informe se registran las citas textuales de los participantes.

Un vistazo a la encuesta

- **Rango de edad:** En los tres países se consideraron elegibles para el estudio aquellos hombres jóvenes que se encontraran entre los 18 y los 30 años de edad a la fecha de culminación de la encuesta.
- **Muestra:** En cada país, la muestra inicial fue de aproximadamente 1000 encuestados. Después de hacer un análisis sociodemográfico de esta muestra inicial, el conjunto de datos de cada país se

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

- ajustó —mediante un “refuerzo” de aquellos grupos étnicos y de ingreso subrepresentados—, con el fin de asegurar una representación adecuada. En este proceso se identificó específicamente a miembros de grupos subrepresentados para que participaran en el estudio. En el Reino Unido, esa muestra de “refuerzo” incluyó a 154 encuestados identificados como asiáticos y a 80 afro europeos. En Estados Unidos la muestra de refuerzo fue integrada por 200 jóvenes identificados como asiáticos y por 128 afroamericanos. En México, la muestra de refuerzo involucró a 120 encuestados de las dos categorías socioeconómicas más altas. Los tamaños finales de las muestras se presentan en el cuadro 2.1.
- **Encuesta virtual y detalles del panel:** La encuesta virtual fue coordinada con Lightspeed GMI, una compañía de Kantar, utilizando socios de panel locales donde se requiriera, y se llevó a cabo en una ronda de trabajo de campo.
 - **Traducción:** El cuestionario se tradujo al español para la recolección de datos en México.
 - **Ensayo:** En los tres países se llevó a cabo un estudio piloto con 100 encuestados. Una vez concluido se hicieron ajustes mínimos para asegurar acceso a los encuestados, adaptar el cuestionario a las variaciones culturales, corregir los errores de traducción y evaluar la factibilidad de la extensión.
 - **Ponderación:** Para el análisis se ponderaron los conjuntos de datos a partir de la información censal representativa disponible para tres categorías: (1) edad, (2) origen étnico y (3) ingresos/nivel de riqueza.

CUADRO 2.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

	Reino Unido	Estados Unidos	México
Muestra principal	991	1000	1000
Refuerzo	234	328	120
Muestra total, incluido el refuerzo	1225	1328	1120

Comparada con datos censales del ámbito nacional, en cada país la muestra es ampliamente representativa de los hombres jóvenes en términos de educación, ingreso, estado civil y empleo. A efectos de nuestro análisis, el conjunto de datos fue ponderado para aproximar las proporciones de la información censal disponible sobre edad, origen étnico, ingreso y estatus socioeconómico.

CUADRO 2.2 CARACTERÍSTICAS EN LA MUESTRA DE LA ENCUESTA

	Estados Unidos	Reino Unido	México
Tamaño de la muestra general	1328	1225	1120
Grupo de edad			
18-24	53%	54%	57%
25-30	47%	46%	43%
Estado civil			
Casado alguna vez	26%	19%	25%
Nunca se ha casado	74%	81%	75%
Nivel educativo			
Ha completado cualquier/alguna educación terciaria formal no vocacional	65%	41%	23%
Ha completado algún nivel menor, incluida capacitación profesional, hasta culminación de la secundaria	35%	59%	77%
Situación laboral			
Empleado a tiempo completo	52%	53%	44%
Empleado a tiempo parcial	13%	11%	14%
Desempleado	14%	13%	7%
Estudiante	19%	19%	27%
Autónomo/Consultor/Contratista	1%	2%	7%
Otros	1%	1%	1%
Origen étnico			
Ascendencia Europea	56%	81%	-
Ascendencia Africana	13%	4%	-
Ascendencia Latina	22%	-	-
Ascendencia Asiática	6%	11%	-
Otros	3%	4%	-
Ingreso anual del hogar			
Más de \$ 40 000	28%	-	-
Menos de \$ 40 000	72%	-	-

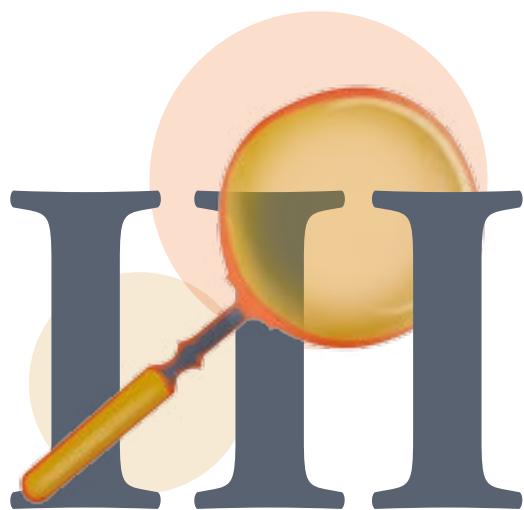
CUADRO 2.2 CARACTERÍSTICAS EN LA MUESTRA DE LA ENCUESTA (CONTINUACIÓN)

	Estados Unidos	Reino Unido	México
Estatus socioeconómico (ESE)			
Categorías ESE inferiores	-	56%	60%
Categorías ESE superiores	-	44%	41%
Orientación sexual			
Heterosexual	87%	87%	88%
Homosexual	7%	7%	6%
Bisexual	4%	5%	5%
Otros	1%	2%	1%

CUADRO 2.3 DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LOS ENCUESTADOS

Ponderada según proporciones representativas de datos censales disponibles

Estados Unidos		Reino Unido		México	
Noreste	18%	Norte	35%	Noreste	9%
Medio oeste	21%	Centro	29%	Noroeste	13%
Sur	37%	Londres	16%	Oeste	11%
Oeste	24%	Sur	20%	Este	15%
				Norte central	11%
				Suroeste	11%
				Sudeste	6%
				Sur central	24%



LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

Exploración de las presiones sociales y actitudes individuales relacionadas con lo que significa ser hombre

“Por todas partes hay presiones que te dicen el tipo de hombre que debes ser”.

Participante del grupo focal de Bermondsey, sur de Londres, Reino Unido

Tal y como lo demuestran la cita anterior y la figura 3.1 a continuación, los encuestados de los tres países perciben mensajes y presiones constantes acerca de cómo deber ser un “hombre de verdad”.

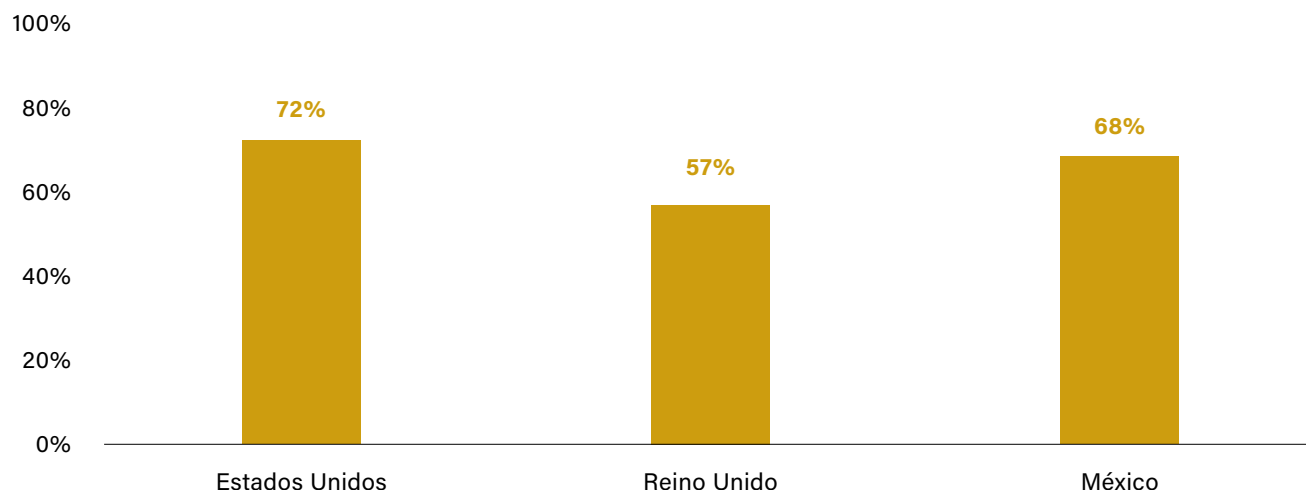
¿Pero cuál es exactamente esta “cierta manera” en que un hombre debe actuar? Para responder a esta pregunta diseñamos una herramienta de investigación a la que llamamos “la caja de la masculinidad”. Este nombre—y la noción de que la construcción social a la que llamamos “masculinidad” limita a los hombres—proviene del trabajo de Paul Kivel y “Oakland Men's Project”. El tan difundido gráfico¹ “Act Like A Man Box” (La caja de “actúa como un hombre”) de Kivel demuestra cómo las etiquetas y presiones asociadas a la masculinidad predominante, atrapan y aíslan a los hombres, quienes inevitablemente sienten que no están a la altura de estas nociones idealizadas y rígidas. En el gráfico de Kivel, los hombres que están dentro de la caja son aquellos que están atrapados por los mensajes de la sociedad respecto a la masculinidad, incapaces de expresarse plenamente para no ser despreciados por sus pares o su familia por no alcanzar las expectativas de ser “hombres de verdad”².

¹ Gráfico disponible en <http://paulkivel.com/wp-content/uploads/2011/09/actlikeamanbox.pdf>

² Los autores de este informe creen que la verdadera igualdad de género significaría que las mujeres son capaces de hacer y ser lo que se considera masculino, y que los hombres son capaces de hacer lo que tradicional e históricamente se ha considerado femenino. La igualdad de género requiere asimismo que se reconozca la fluidez de identidades y que se admita que esas identidades no siempre corresponden al sexo biológico con que se nace. Por ello, no deberían existir nociones como las de “hombre de verdad” o “mujer de verdad”. Para definir la caja de la masculinidad y sus funciones, aquí usamos esos términos según su uso corriente en el discurso cotidiano.

FIGURA 3.1 "UN HOMBRE DE VERDAD..."

Porcentaje de encuestados que reportan haber oído desde niños decir que un "hombre de verdad" se comporta de cierta manera



¿Qué queremos decir con "dentro o fuera de la caja de la masculinidad"?

Para los fines de este estudio, los hombres que están **"dentro de la caja de la masculinidad"** son aquellos que interiorizan y coinciden en mayor grado con los mensajes rígidos de la sociedad sobre cómo debería actuar un hombre. En este sentido, estar "dentro de la caja" significa alinearse a las expectativas normativas de la masculinidad, es decir, "encajar".

En cambio los hombres jóvenes que están **"fuera de la caja de la masculinidad"** son aquellos que se han liberado de ella y han adoptado ideas y actitudes más positivas y equitativas sobre lo que debe pensar "un hombre de verdad" y sobre cómo debe actuar. Este grupo demuestran una mayor predisposición a rechazar los estrictos ideales sociales sobre masculinidad.

Esta distinción es desde luego imperfecta. Los hombres jóvenes, al igual que todos los seres humanos independientemente del género, luchan por establecer su identidad individual dentro —y en contra— de las

presiones sociales relativas a su género, así como de otro tipo de presiones sociales. Si tuviéramos la oportunidad de realizar entrevistas en profundidad sobre las historias de vida de cada uno de los encuestados, seguramente podríamos presentar un panorama mucho más complejo que el de un simple esquema binario "dentro"/"fuera". No hay duda de que todos los encuestados llevan consigo una cierta dosis del contenido de la caja de la masculinidad, mientras que al mismo tiempo todos expresan su deseo de ser como realmente quisieran ser, más allá de las presiones sociales. Pero como se muestra en la sección IV de este reporte, quedar de uno u otro lado de este esquema binario tiene efectos - tanto estadísticamente significativos como innegablemente sustantivos en el mundo real - sobre muchos elementos de la vida de los hombres jóvenes. En la sección V examinaremos con mayor detalle la escala de la caja de la masculinidad, investigando algunas de las complejidades de las relaciones de estos hombres con la socialización y la identidad de género.

III.a.

El contenido de la caja de la masculinidad: siete pilares de lo que debe ser “un hombre de verdad”

La escala de la caja de la masculinidad se construye en torno a 17 mensajes organizados en siete pilares temáticos. Todos estos mensajes reflejan lo que los encuestados piensan que un “hombre de verdad” debería creer y/o la manera en que debería actuar para encajar en ese ideal o etiqueta. Para elegir estos mensajes nos apoyamos en décadas de investigación en ciencias sociales sobre las normas que imperan sobre masculinidad en los países en los que se realizó el estudio y en el mundo entero, especialmente en las aplicaciones globales de la muy difundida Gender Equitable Men Scale (GEM Scale — Escala del hombre equitativo en materia de género) creada por Promundo y el Population Council³.

En esta sección se presentan uno por uno los mensajes de cada pilar, como se observa en la figura 3.2⁴. En suma, los puntos de esta encuesta miden con un nivel de precisión razonable el grado en el que los hombres aceptan o rechazan las ideas restrictivas acerca de lo que significa ser hombre.



AUTOSUFICIENCIA: Los encuestados respondieron sobre el grado en que la “sociedad como un todo”, y ellos mismos, se apegan a estos dos mensajes relativos a la **autosuficiencia** de los hombres. Los mensajes relativos a la independencia se refieren a la expectativa generalizada de que los hombres sean **autosuficientes**, particularmente en lo que tiene que ver con su salud física y emocional. Más adelante en este informe relacionaremos el apego de los encuestados a estos mensajes con sus comportamientos reales en cuanto a la búsqueda de atención sanitaria y la búsqueda de ayuda.



SER FUERTE: La exigencia de que los hombres actúen como **machos** tiene dos aspectos. El primero se relaciona con su disposición a defender su reputación peleando o recurriendo a la fuerza física, si es necesario. El segundo se refiere a la invulnerabilidad emocional, es decir, a mantener una apariencia de dureza y fuerza cuando en realidad por dentro están viviendo emociones más vulnerables. En la sección IV de este informe se estudia la aceptación de estos mensajes determinando la participación real de los hombres jóvenes en peleas, así como sus comportamientos en términos de búsqueda de ayuda emocional.

³ Véase Pulerwitz, J. y Barker, G. 2008. “Measuring attitudes towards gender norms among young men in Brazil: development and psychometric evaluation of the GEM Scale.” *Men and Masculinities*.

⁴ Excepto por una de las preguntas, todas las demás han sido formuladas de tal manera que afirman la visión “negativa” o rígida de la masculinidad. Solo la pregunta acerca de si sería aceptable para los heterosexuales tener amigos gays aparece expresada en afirmativo usando la norma positiva equitativa. Redactamos las preguntas buscando afirmar la norma negativa o rígida porque en muchos de los ensayos que se han hecho con estas preguntas, así como en la investigación cualitativa que las acompaña, se ha encontrado que los hombres en todo el mundo tienden a responder con honestidad cuando se formulan de esta manera.

3

ATRACTIVO FÍSICO: Este pilar incluye tres aspectos relacionados con **la apariencia física, el atractivo físico y el cuidado personal** de los hombres, los cuales se basan en la exigencia común de que “los hombres de verdad” cumplan con un estándar paradójico: (a) vestirse y lucir bien, pero (b) lograrlo sin que se note que le dedican mucho esfuerzo. En la sección IV del informe se relaciona la aceptación de estos y otros mensajes acerca de la masculinidad con las opiniones que tienen los hombres jóvenes sobre su atractivo físico y con lo que dicen acerca de su arreglo personal. Ponemos el énfasis en las presiones a las que se enfrentan estos jóvenes con respecto a su apariencia, así como en las consecuencias negativas profesionales, románticas y personales que pueden sufrir si no logran cumplir con un estándar particular de atractivo físico.

4

ROLES MASCULINOS RÍGIDOS: Este pilar incluye tres aspectos relativos a la **división usual de las labores del hogar y del cuidado de los hijos** basada en el género, y refieren a la expectativa generalizada de que los hombres contribuyan al bienestar familiar básicamente como proveedores económicos, mientras que las mujeres aportan en forma desproporcionada al cuidado diario de los niños y del hogar. En la sección IV del informe se presentan los resultados —particularmente los que conciernen a los datos de los grupos focales— sobre las maneras complejas en que los encuestados de cada país se relacionan con estos roles familiares y paternos en constante cambio.

5

HETEROSEXUALIDAD Y HOMOFOBIA: La encuesta incluye dos aspectos que hacen énfasis en que “un hombre de verdad” supuestamente debe ser **heterosexual y homofóbico**. En la sección IV se destacan los vínculos que existen entre el apego a la caja de la masculinidad y las probabilidades de que los encuestados pasen tiempo con amigos abiertamente gays.

6

HIPERSEXUALIDAD: Este pilar pone énfasis en el hecho de que “un hombre de verdad” no solo es indudablemente “normal” o heterosexual, sino que además siempre **está dispuesto a tener sexo** y ansioso de lograr mas “conquistas sexuales”. La hipersexualidad a la que alude el pilar 6 socava asimismo la capacidad de decisión de los hombres en términos de su actividad y salud sexual, en la medida en que les indica que el “consentimiento” o la capacidad de decir “no” al sexo es algo que solo hacen las mujeres. Si bien es cierto que con esta encuesta no investigaron los comportamientos sexuales masculinos por limitaciones de espacio, presentamos los vínculos entre el apego a las reglas de la caja de la masculinidad y la probabilidad de que los hombres cometan acoso sexual, entre otros hallazgos.

7

AGRESIÓN Y CONTROL: Finalmente, los tres mensajes de este pilar hacen énfasis en la necesidad que tiene el “hombre de verdad” de usar violencia cuando lo considera necesario, así como de **ejercer el control sobre las decisiones del hogar y sobre las actividades de las mujeres**. En la sección IV de este informe se vincula el apego a las reglas de la caja de la masculinidad con la probabilidad de que los hombres ejerzan varias formas de bullying escolar y acoso sexual, entre otros resultados relativos a los temas de agresión y control.

FIGURA 3.2 LA CAJA DE LA MASCULINIDAD EN SIETE PILARES



Autosuficiencia

Un hombre que habla mucho sobre sus preocupaciones, miedos y problemas realmente no merece respeto.

Los hombres deben resolver sus problemas personales por sí mismos, sin pedir ayuda a los demás.



Ser fuerte

Un hombre que no se defiende cuando otros abusan de él, es débil.

Los hombres deben mostrar fuerza, incluso si se sienten asustados o nerviosos por dentro.



Atractivo físico

Es difícil para un hombre ser exitoso si no se ve bien.

Las mujeres no buscan a los hombres que se preocupen demasiado por sus prendas de vestir, cabello y piel.

Un hombre que pase mucho tiempo ocupándose de sus apariencia no es muy masculino.



Roles masculinos rígidos

No es bueno que a un hombre se le enseñe a cocinar, coser, limpiar la casa y a cuidar de los niños más pequeños.

Un hombre no debería hacer tareas domésticas.

Los hombres deberían ser realmente los que traigan dinero al hogar y sostengan a sus familias, no las mujeres.



Heterosexualidad y homofobia

Un sujeto gay no es un "hombre de verdad".

Está bien que los hombres heterosexuales tengan amigos gay y que sea completamente normal.



Hipersexualidad

Un hombre de verdad debería tener la mayor cantidad de parejas sexuales que pueda.

Un hombre de verdad nunca diría no al sexo.



Agresión y control

Los hombres deben usar la violencia para obtener respeto, si es necesario.

Un hombre siempre debería tener la última palabra sobre las decisiones en su relación o matrimonio.

Si un hombre tiene novia o esposa, él merece saber dónde está ella todo el tiempo.

III.b.

Presiones sociales

“¿Cómo quiere la sociedad que los hombres actúen? Es por la sociedad, y por las patologías y poderes que existen, que los hombres solo pueden actuar de una cierta manera. Y si tú no te amoldas a esa caja, no te dan el sello de hombre ni ninguna otra etiqueta de las que hemos hablado aquí”

Participante de un grupo focal de Washington DC, Estados Unidos

Antes de preguntar a los encuestados dónde se ubican frente a la caja de la masculinidad, indagamos si percibían mensajes claros sobre lo que se esperaba de ellos como hombres. Les pedimos reportar tales mensajes de dos maneras. Primero, les formulamos preguntas sobre las normas masculinas que les fueron impartidas por sus parejas, sus amigos varones y sus padres. En el cuadro 3.1 se presentan los resultados. **Cabe destacar que la mayoría de encuestados en Estados Unidos y México reportan que sus padres les enseñaron a ocultar sus nervios y su miedo, en otras palabras, a “aguantar”.** En el Reino Unido, el 47% de los encuestados dijo que así había sido. Este hallazgo subraya el hecho de que no son los jóvenes los que crean por sí mismos estas identidades rígidas y perjudiciales; tales mensajes restrictivos les llegan de fuentes que inciden en ellos, incluidos sus padres.

Los jóvenes también reportaron que sienten presiones similares por parte de sus parejas sentimentales y de sus amigos varones. Aproximadamente tres de cada 10 hombres en Estados Unidos y en el Reino Unido indicaron que una pareja sentimental (especialmente las novias) esperaba que usaran la violencia para defender su reputación, mientras que en México el índice de coincidencia fue levemente inferior. Un porcentaje ligeramente mayor de encuestados en los tres países coincidió con la tercera afirmación del cuadro 3.1 acerca de que la homofobia es algo que se refuerza en sus grupos de pares.

Además de la influencia que ejercen las parejas sentimentales, los amigos varones y los padres, los jóvenes reportan sentir fuertes presiones sociales para ajustarse a la caja de la masculinidad. Luego de preguntarles si percibían ideas específicas sobre la masculinidad de parte de su familia, de sus pares y sus parejas sentimentales —a lo que respondieron afirmativamente—, les consultamos si también advertían que la sociedad como un todo recalca mensajes específicos sobre la masculinidad. De este modo, en Estados Unidos y el Reino Unido en particular, la mayoría de los encuestados respondió que sí había encontrado este tipo de normas sobre masculinidad, en especial lo que tiene que ver con **autosuficiencia, hipersexualidad y ser macho.**

CUADRO 3.1 PRESIONES DE LAS PAREJAS, AMIGOS Y FAMILIA

Porcentaje de encuestados que están de acuerdo o muy de acuerdo con que...

	Estados Unidos	Reino Unido	México
Mis padres me enseñaron que un hombre de verdad debe mostrar fortaleza, incluso si se siente nervioso o asustado.	59%	47%	59%
Mi pareja definitivamente espera que use la violencia para defender mi reputación, si debo hacerlo.	31%	30%	19%
Mis amigos me molestarían mucho si me vieran pasar el rato con alguien que es gay o que piensen que parece gay.	35%	31%	28%

CUADRO 3.2 PRESIÓN SOCIAL PARA EMBONAR EN LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

Porcentaje de encuestados que están de acuerdo o muy de acuerdo con que “la sociedad como un todo me dice que...”

	Estados Unidos	Reino Unido	México
Pilar 1: Autosuficiencia			
Un hombre que habla mucho sobre sus preocupaciones, miedos y problemas realmente no merece respeto.	57%	50%	38%
Los hombres deben resolver sus problemas personales por sí mismos, sin pedir ayuda a los demás.	66%	55%	49%
Pilar 2: Ser fuerte			
Es difícil para un hombre ser exitoso si no se ve bien.	68%	60%	55%
Los hombres deben mostrar fuerza, incluso si se sienten asustados o nerviosos por dentro.	75%	64%	59%
Pilar 3: Atractivo físico			
Es difícil para un hombre ser exitoso si no se ve bien.	64%	58%	56%
Las mujeres no buscan a los hombres que se preocupen demasiado por sus prendas de vestir, cabello y piel.	54%	46%	43%
Un hombre que pase mucho tiempo ocupándose de su apariencia no es muy masculino.	55%	51%	49%
Pilar 4: Roles masculinos rígidos			
No es bueno que a un hombre se le enseñe a cocinar, coser, limpiar la casa y a cuidar de los niños más pequeños.	52%	46%	40%
Un hombre no debería hacer tareas domésticas.	46%	45%	41%
Los hombres deberían ser realmente los que traigan dinero al hogar y sostengan a sus familias, no las mujeres.	64%	56%	53%
Pilar 5: Heterosexualidad y homofobia			
Un gay no es “un hombre de verdad”.	55%	49%	48%
Está bien que los hombres heterosexuales tengan amigos gay y que sea completamente normal.	58%	66%	56%
Pilar 6: Hipersexualidad			
Un hombre de verdad debería tener la mayor cantidad de parejas sexuales que pueda.	60%	51%	42%
Un hombre de verdad nunca diría no al sexo.	63%	55%	53%
Pilar 7: Agresión y control			
Los hombres deben usar violencia para obtener respeto, si es necesario.	51%	40%	36%
Un hombre siempre debería tener la última palabra sobre las decisiones en su relación o matrimonio.	55%	46%	44%
Si un hombre tiene novia o esposa, él merece saber dónde está ella todo el tiempo.	56%	46%	44%

Los encuestados no tienen la menor duda: la presión para que se ajusten a la caja de la masculinidad es fuerte y clara.

“Nos convertimos en lo que creían que éramos”

Presiones y fuerzas sociales a nivel del barrio en Batley, Yorkshire, Reino Unido

En el grupo focal de Batley, los hombres jóvenes conversaron sobre su barrio, y específicamente sobre la manera en que la mayoría de sus vecinos parecían tratarlos. Batley es una localidad de West Yorkshire, situada a siete millas al sureste de Bradford y a siete millas del suroeste de Leeds. Su economía se basa en la industria textil, que desde los años cincuenta ha atraído cantidades significativas de trabajadores migrantes de Pakistán e India. Gran parte del empleo y de la economía de la zona dependen de las antiguas fábricas, ahora renovadas. A la mayoría de los participantes parecía gustarles vivir en esa área, donde los lazos de amistad abarcan a todas las familias. Uno de ellos dijo: *“Ni siquiera tengo que tocar a la puerta; simplemente entro”*.

Sin embargo, la discusión más animada del grupo giró en torno a cómo los perciben otros residentes y la policía de la localidad en los espacios públicos; los jóvenes manifestaron resentir que los vieran como personas intimidantes o amenazadoras. Uno de los participantes expresó: *“Crean que vamos a armar lío*

y cosas de ese estilo porque andamos en buzos con capucha y pantalón de sudadera, pero en realidad no es así”. Los participantes dijeron que ocasionalmente han sido acusados de cosas que jamás han hecho o que han sido sacados de almacenes y restaurantes por razones que consideran injustas. Uno de ellos manifestó: *“La policía siempre interfiere con nosotros... nunca estamos haciendo nada malo, pero como estamos en un grupo grande en algún sitio, de una vez debe ser que se trata como de una pandilla”*.

Los jóvenes dieron numerosos ejemplos de situaciones en las que la policía o los guardias de seguridad los habían tratado duramente a ellos o a otras personas del barrio, y reportaron que el solo proceder de las autoridades los había llevado a actuar en consecuencia. Como concluyó uno de ellos: *“Nos convertimos en lo que ellos creían que éramos”*. Estos jóvenes resentían el hecho de que no podían quejarse ante ninguna autoridad sobre la manera en que los tratan pues están convencidos de que no les creerían.

Este texto proviene de un informe completo sobre la recolección de datos cualitativos en el Reino Unido en el que se exploran estos y otros temas, el cual será publicado por la Open University en 2017.

III.c.

La interiorización de la caja de la masculinidad

¿Hasta qué punto los hombres jóvenes interiorizan las presiones sociales para ajustarse a la caja de la masculinidad? ¿Pueden sacudir estas fuerzas sociales restrictivas, y dejar que surjan sus seres más genuinos y emocionales? ¿O interiorizan y reproducen la caja de la masculinidad? En otras palabras, ¿sus propias creencias y comportamientos coinciden con los de la caja?

Encontramos que en general los varones jóvenes se distancian de las reglas de la caja de la masculinidad hasta cierto punto, pero que no las rechazan categóricamente. También les preguntamos si estaban personalmente de acuerdo con cada una de las 17 reglas de la caja de la masculinidad, tal y como aparecen en el cuadro 3.3⁵. En todos los casos, los jóvenes reportaron estar menos de acuerdo personalmente con estas reglas de lo que reportaron haber percibido de la sociedad. No obstante, los índices de aceptación personal de las mismas—a menudo cerca del 33% o más— confirman que interiorizan estos mensajes. Es posible que algunos hombres logren rechazar las presiones sociales restrictivas y negativas relacionadas con la masculinidad, pero muchos de ellos las aceptan y con ello la versión que estas promueven de lo masculino.

En los grupos focales los participantes expresaron nociones contradictorias acerca de si habían podido liberarse de la caja de la masculinidad. Un participante en Ciudad de México hacía la siguiente reflexión: “...*el ser hombre es...no el típico macho, sino el que protege a la mujer, el que protege a su familia, el que se protege a sí mismo, eso es ser hombre, que se defiende, defiende a los suyos*”. Este joven parecía sentir que la sociedad había dejado atrás las visiones retrógradas del “macho” sobre la masculinidad. Sin embargo y al mismo tiempo, su idea del hombre como protector sugiere adherirse a las viejas normas de la caja. Otro encuestado de Ciudad de México afirmó que los hombres todavía tienen un mayor estatus social que las mujeres, pero que ellas habían cambiado más, es decir, habían asumido posiciones más avanzadas: “*Si, o sea, también somos menos socialmente mal vistos, comparado a una mujer y también un hombre es de un pensamiento más cerrado comparado a una mujer.*”

⁵ Este conjunto de preguntas apareció *antes* del mismo (presentado anteriormente) sobre las presiones sociales relacionadas con las reglas de la caja de la masculinidad, en un esfuerzo por obtener las respuestas más honestas y precisas posibles. Los porcentajes que se presentan en el cuadro 3.3 son los que se obtuvieron en cada sitio donde se realizó el estudio acerca de quiénes están de acuerdo o muy de acuerdo con cada ítem particular de la encuesta.

CUADRO 3.3 LAS NORMAS DE LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

Porcentaje de encuestados que están de acuerdo o muy de acuerdo con que "en mi opinión..."

	Estados Unidos	Reino Unido	México
Pilar 1: Autosuficiencia			
Un hombre que habla mucho sobre sus preocupaciones, miedos y problemas realmente no merece respeto.	30%	31%	18%
Los hombres deben resolver sus problemas personales por sí mismos, sin pedir ayuda a los demás.	40%	36%	35%
Pilar 2: Ser fuerte			
Es difícil para un hombre ser exitoso si no se ve bien.	43%	41%	41%
Los hombres deben mostrar fuerza, incluso si se sienten asustados o nerviosos por dentro.	59%	51%	48%
Pilar 3: Atractivo físico			
Es difícil para un hombre ser exitoso si no se ve bien.	47%	46%	43%
Las mujeres no buscan a los hombres que se preocupen demasiado por sus prendas de vestir, cabello y piel.	48%	45%	43%
Un hombre que pase mucho tiempo ocupándose de sus apariencia no es muy masculino.	40%	42%	32%
Pilar 4: Roles masculinos rígidos			
No es bueno que a un hombre se le enseñe a cocinar, coser, limpiar la casa y a cuidar de los niños más pequeños.	28%	31%	17%
Un hombre no debería hacer tareas domésticas.	22%	27%	11%
Los hombres deberían ser realmente los que traigan dinero al hogar y sostengan a sus familias, no las mujeres.	44%	39%	26%
Pilar 5: Heterosexualidad y homofobia			
Un gay no es "un hombre de verdad".	29%	30%	23%
Está bien que los hombres heterosexuales tengan amigos gay y que sea completamente normal.	84%	83%	86%
Pilar 6: Hipersexualidad			
Un hombre de verdad debería tener la mayor cantidad de parejas sexuales que pueda.	26%	26%	11%
Un hombre de verdad nunca diría no al sexo.	28%	31%	26%
Pilar 7: Agresión y control			
Los hombres deben usar violencia para obtener respeto, si es necesario.	23%	25%	10%
Un hombre siempre debería tener la última palabra sobre las decisiones en su relación o matrimonio.	34%	33%	21%
Si un hombre tiene novia o esposa, él merece saber dónde está ella todo el tiempo.	46%	37%	26%

Otros jóvenes de los grupos focales —por lo general la minoría— dijeron que los cambios en las normas de género, es decir, la existencia de una mayor igualdad entre hombres y mujeres, deja a los hombres en desventaja. En una afirmación que contradice lo que sabemos acerca de los bajos salarios de las mujeres comparados con los de los hombres, así como sobre la participación limitada de las mujeres en puestos de poder, un joven dijo:

“Se ha pasado del hombre sexista, del hombre con todo, a lo de ahora, [cuando] son las mujeres las que realmente tienen todo el poder”

Participante del grupo focal de Bermondsey, sur de Londres, Reino Unido

Los jóvenes encuestados y los participantes de los grupos focales se mostraron especialmente partidarios de las nociones de masculinidad ligadas con ser fuerte y reprimir sus emociones. Al menos dos de cada cinco jóvenes en los tres países manifestaron su acuerdo con la noción de que “un hombre que no opone resistencia cuando otros lo mangonean es débil”, mientras que en Estados Unidos y el Reino Unido en su mayoría estuvieron de acuerdo con la afirmación de que “los hombres deben actuar como machos incluso cuando por dentro están asustados o nerviosos”. Un participante de uno de los grupos focales de Washington DC se refirió a estas dinámicas, añadiendo una reflexión sobre la intersección entre la construcción de la masculinidad y la discriminación racial en Estados Unidos:

“Siendo de raza negra, siento que los hombres negros ya están etiquetados incluso antes de venir al mundo. Y es todo lo que tienen. El hecho de que son fuertes [...] los convierte en esos hijos de p... que matan a la gente. “Tú eres débil y yo soy un hombre, y te lo voy a probar. Te voy a matar porque no eres suficientemente hombre para matarme”. Para los hombres negros resulta ser un mundo en que socialmente se despedazan unos a otros. Es como si tuvieras que ser fuerte para sobrevivir, porque si no el que viene detrás podría eliminarte”

Participante de un grupo focal de Washington DC, Estados Unidos

Sin embargo, esta afirmación de la dureza y represión emocional no es de ningún modo generalizada. Un participante del grupo focal de Beeston Hill, Leeds, Reino Unido, hizo una valiosa distinción entre “fuerza interior y fuerza exterior”, señalando que la capacidad de apartarse de la violencia es la que hace que un hombre sea fuerte:

“Necesitas ser una persona fuerte para apartarte de ella, y te das cuenta de lo que eso significa en realidad. La fuerza comienza desde adentro y no desde afuera. Y si puedes alejarte de una situación violenta, eso te demuestra cuán fuerte eres como persona”

Participante del grupo focal de Beeston Hill, Leeds, Reino Unido

“Buscas la felicidad de tu familia y la buena crianza de tu hijo”

Visiones cambiantes de los roles domésticos de hombres y mujeres

Una de las áreas en que los encuestados mostraron menos adherencia a las reglas de la caja de la masculinidad fue la relativa a quién se ocupa de la limpieza de la casa y del cuidado de los niños (Pilar 4). Los encuestados rechazaron abrumadoramente la noción de que “un marido no tiene por qué ocuparse de las tareas domésticas”. Los participantes del grupo focal secundaron estos resultados. Reflexionando sobre la poca participación de su padre en el cuidado de sus hijos, un joven en Bermondsey, Sur de Londres, Reino Unido, dijo: *“Mientras yo no sea igual a mi papá, voy a estar feliz”*. Otro participante de Bermondsey declaró: *“No todas las madres deberían ser las principales encargadas del cuidado de tu niño, porque conozco algunas por ahí que no pueden cuidarlos mejor que papá”*.

Asumiendo un tono positivo para describir cómo han cambiado los roles paternos con el paso del tiempo, un participante de Beeston Hill, Leeds, Reino Unido, dijo: *“Ya no estás buscando el dinero, no estás persiguiendo el sueño americano o lo que sea. Estás buscando la felicidad de tu familia y la buena crianza de tu hijo”*. Sin embargo, otro participante del mismo grupo lo contradijo, afirmando que obtener ingresos era un indicador de masculinidad: *“Llevar dinero a casa o ponértelo en el bolsillo también es un tipo de masculinidad. Te da una sensación de orgullo en el sentido de que tú vas, ganas tu propio dinero y lo gastas en lo que quieres. Con dinero puedes abrirte puertas”*. Estas citas sugieren lo que otros investigadores han afirmado, particularmente que muchos hombres y mujeres viven una transición entre las ideas tradicionales del pasado y nociones más igualitarias o equitativas sobre los roles de género.

Este texto proviene de un informe completo sobre la recolección de datos cualitativos en el Reino Unido en el que se exploran estos y otros temas, el cual será publicado por la Open University en 2017.

Cuando se abordó la homofobia, la hipersexualidad y los roles domésticos, las opiniones personales de los encuestados fueron mucho más progresistas que las relativas a las presiones sociales, con lo cual se demuestra un rechazo mayor a la caja de la masculinidad en lo que toca a estos temas.

Las cinco normas de la caja de la masculinidad que se presentan en el cuadro 3.4 son aquellas en las que las actitudes personales de los participantes divergen más (en una dirección positiva, equitativa) de los mensajes que reportan haber recibido al respecto. Esto sugiere que pueden ser estas áreas donde se podrían impulsar cambios sociales, incluso más rápidamente.

CUADRO 3.4 DIVERGENCIA CON LAS NORMAS DE LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

Están de acuerdo o muy de acuerdo con que: "La sociedad como un todo me dice que..."

Están de acuerdo o muy de acuerdo con que "en mi opinión..."

Estados Unidos	Reino Unido	México	Normas de la caja de la masculinidad	Estados Unidos	Reino Unido	México
55%	49%	48%	Un gay no es "un hombre de verdad"	29%	30%	23%
60%	51%	42%	Un hombre de verdad debería tener la mayor cantidad de parejas sexuales que pueda	26%	26%	11%
46%	45%	41%	Un hombre no debería hacer tareas domésticas	22%	27%	11%
63%	55%	53%	Un hombre de verdad nunca diría no al sexo	28%	31%	26%
58%	66%	56%	Está bien que los hombres heterosexuales tengan amigos gay y que sea completamente normal	84%	83%	86%

EN RESUMEN

Algunos hombres logran rechazar las presiones sociales negativas y restrictivas relacionadas con la masculinidad, pero muchos las aceptan y también se acogen a la noción de masculinidad que estas representan. Los jóvenes de los tres países rechazan abrumadoramente las nociones de masculinidad que sugieren que los hombres son superiores a las mujeres o que los hombres no deberían ocuparse de cuidar a los niños. Sin embargo, apoyan fuertemente la dureza y la represión de las emociones. En efecto, si bien es cierto que los hombres de los tres países han recorrido un largo camino hacia la aceptación de la igualdad entre mujeres y hombres, todavía tienen por delante un trecho significativo antes de lograr liberarse de las normas que les imponen masculinidades emocionalmente constrictivas.



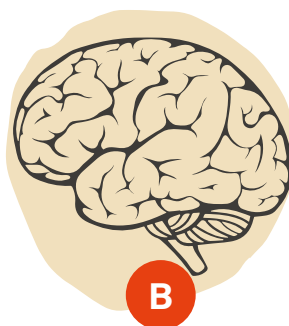
LO QUE ESTO IMPLICA

La vida dentro de la caja
de la masculinidad

¿Por qué es importante la caja de la masculinidad? ¿Qué consecuencias tiene para los hombres que se apegan a estas ideas restrictivas sobre la masculinidad? Esta sección trata sobre la manera en que el apego a las normas de la caja incide en la vida de los hombres jóvenes, particularmente en los que respecta a seis temas:



**SATISFACCIÓN CON
LA VIDA Y CONFIANZA
EN SÍ MISMOS**



SALUD



**AMISTAD Y BÚSQUEDA
DE APOYO**



**COMPORTAMIENTOS
DE RIESGO**



ATRACTIVO FÍSICO



BULLYING Y VIOLENCIA

¿Cómo construimos la escala de la caja de la masculinidad?

Para construir la escala de la caja de la masculinidad, calculamos un puntaje compuesto para cada una de las respuestas de los encuestados frente a quince de las normas presentadas en la figura 3.2. A cada respuesta se le asignó entre uno y cuatro puntos: la respuesta más inequitativa desde la perspectiva de género (usualmente “muy de acuerdo”) recibió un punto y la más equitativa (usualmente “muy en desacuerdo”), cuatro. Las respuestas “de acuerdo” y “en desacuerdo” recibieron dos o tres puntos, según la naturaleza/dirección del tema. Luego dividimos este resultado entre 15 para así obtener el puntaje compuesto de cada encuestado en la misma escala de 1 a 4 (donde los puntajes más altos reflejan visiones de género más equitativas).

Para facilitar el análisis y la presentación de resultados, procedimos a codificar como “dentro de la caja de la

País	Puntaje promedio de la caja de la masculinidad: escala de 1-4
Estados Unidos	2,87
Reino Unido	2,87
México	3,03

masculinidad” a todos los hombres que obtuvieron puntajes por debajo del promedio del país y como “por fuera de la caja de la masculinidad” a aquellos con puntajes iguales o superiores al promedio del país. Esto nos permite tener dos categorías fácilmente comparables que reflejan el panorama particular de las normas sobre masculinidad en cada país.

** Se eliminaron de los cálculos generales de la caja de la masculinidad dos de los ítems del Pilar 3 (Atractivo físico): “Es difícil para un hombre tener éxito si no luce bien” y “Las mujeres no gustan de los hombres que le dedican mucho tiempo a su ropa, cabello y piel”. Si bien se trata de dos aspectos muy valiosos para entender las opiniones de los hombres sobre el atractivo físico, estos ítems difieren de las demás normas de la caja de la masculinidad en el sentido de que no son reflexiones estrictas sobre las expectativas y roles masculinos predominantes. Más bien sirven para que los encuestados reflexionen sobre las implicaciones externas de los comportamientos y roles masculinos.*

IV.a.

Satisfacción con la vida y confianza en sí mismos

¿Las ideas de los hombres jóvenes sobre la masculinidad están relacionadas con cuán satisfechos y felices están con sus vidas?

Las ideas que tienen los hombres jóvenes sobre la masculinidad muestran nexos fuertes y complejos con el modo en que se sienten consigo mismos. Cuando se les preguntó, “En definitiva, ¿cuán satisfecho te sientes actualmente con tu vida en general?”, tanto en Estados Unidos como en el Reino Unido los jóvenes que están dentro de la caja de la masculinidad obtuvieron puntajes estadísticamente mucho más altos que sus pares que se encuentran fuera de ella (véase el cuadro 4.1 más adelante). En Estados Unidos, la calificación que los jóvenes que se encuentran dentro de la caja le asignaron a su satisfacción con la vida fue de casi un punto más, en una escala de 1 a 10, que la de los que están

fuera. Lo mismo ocurre con los puntajes de los jóvenes en la escala de “afecto positivo”, una medida de bienestar subjetivo validada internacionalmente mediante la cual se les plantean varias preguntas acerca de cómo se han sentido durante la última semana. Tanto en Estados Unidos como en el Reino Unido, los puntajes de los hombres que están dentro de la caja fueron más altos en esta escala —a un nivel estadísticamente significativo— que los de aquellos que están fuera de ella. Así pues, el apego a ideas más rígidas sobre masculinidad se relaciona con una mayor satisfacción con la vida y bienestar reportados por los encuestados en esos dos países.

Sin embargo, el estar dentro de la caja de la masculinidad también se asocia con lo opuesto, es decir, con altos niveles de insatisfacción con la vida. Existe una relación estadísticamente significativa —en la dirección opuesta— con el puntaje en la escala de “afecto negativo”, la contraparte del puntaje en la escala de afecto positivo. Comparando las respuestas de los jóvenes de Estados Unidos y el Reino Unido sobre cómo se han sentido durante la última semana, los que están dentro de la caja de la masculinidad mostraron una mayor tendencia a reportar una percepción negativa del bienestar que sus contrapartes que se encuentran afuera de ella.

CUADRO 4.1 SATISFACCIÓN CON LA VIDA

Afecto positivo y negativo

	Caja de la masculinidad	Satisfacción con la vida (promedio, escala de 1-10)	Puntaje escala “afecto positivo”	Puntaje escala “afecto negativo”
Estados Unidos	Dentro	7,8	35,5	24,8
	Fuera	6,9	32,8	21,0
Reino Unido	Dentro	7,0	33,1	26,3
	Fuera	6,5	30,5	21,0
México	Dentro	7,9	34,4	22,7
	Fuera	7,9	34,7	22,2

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

Cabe preguntarse entonces si los hombres que están dentro de la caja de la masculinidad son más felices o más infelices. La respuesta es compleja. En México no encontramos vínculos entre las ideas de la caja de la masculinidad y la satisfacción con la vida o el bienestar. En cambio, en Estados Unidos y en el Reino Unido observamos que los jóvenes que están de acuerdo con las reglas más estrictas acerca de ser hombre también dicen ser “el hombre”: se dan calificaciones muy altas cuando se les formulan preguntas generales sobre su satisfacción con la vida. Como se verá más detalladamente en la sección V, los jóvenes que están dentro de la caja se sienten hasta cierto punto recompensados por cumplir con las expectativas de la sociedad. Es decir, están haciendo lo que sus padres, parejas, amigos y fuentes de información les dicen que deben hacer, y en tal sentido pueden demostrar cierta confianza y comodidad con lo que son. Nuestros participantes del grupo focal también sugirieron que “ser el hombre”, según las reglas de la sociedad, les da una sensación de certidumbre en tiempos confusos. Al mismo tiempo, como lo demuestra este informe, la caja de la masculinidad también supone altos costos en términos de salud mental en cuanto a que los hombres deben actuar como machos en toda circunstancia, algo que nadie puede hacer. Igualmente los empuja a usar la fuerza, incluso cuando se sienten inseguros. En

otras palabras, los insta a ser lo que no son. Algunos hombres se sienten cómodos y confiados cuando se encuentran más cerca a estas normas pero, como se verá más adelante, la rigidez de la caja de la masculinidad acarrea muchos más costos que beneficios.

Al mismo tiempo, algunos participantes de los grupos focales recalcan que la confianza en sí mismos puede surgir, en efecto, del hecho de “escapar de la caja” o de “ser honesto [con uno mismo]” en lugar de conformarse. Dos participantes en las conversaciones de Washington DC expresaron estas ideas complementarias:

“Siento como que cuando hice mi transición de niño a hombre empecé a confiar en mis propias decisiones. Ya no tenía que acudir a alguien más para asegurarme de que lo que estaba haciendo estaba bien o que no estaba arruinando algo. Era como si me dijera ‘no, esto es lo que yo quiero hacer y lo voy a hacer’. Y asumiré mis responsabilidades”

Participante de un grupo focal de Washington DC, Estados Unidos

“Ser honesto contigo mismo es lo que te hace feliz como individuo. Siento que no debes dejar que los estereotipos de la sociedad te hagan sentir humillado. No debes sucumbir a ellos. Porque, al fin de cuentas, ¿sabes?, yo soy yo y eso es lo que soy, eso es lo que me gusta. Soy una persona, soy medio disparatado, me gusta andar bromeando y esa es mi personalidad. Y, cuando estaba en la escuela, a veces trataba de ser más masculino, más agresivo y cosas así. Pero después [inaudible] me decía “A la m..., yo no soy así”. ¿Y entonces por qué voy a actuar como lo que no soy? Creo entonces que las personas comienzan a tener confianza en sí mismas y a aceptar lo que son como individuos; pienso que es entonces cuando, como sociedad, somos capaces de cambiar la dinámica de lo que consideramos como masculino, lo que se supone que es masculino [inaudible]; pero en realidad no es así”

Participante de un grupo focal de Washington DC, Estados Unidos

EN RESUMEN

Algunos hombres obtienen cierta felicidad al quedarse “dentro de la caja”, pero los participantes de los grupos focales compartieron su sensación de que eso los obliga a apartarse de lo que en realidad son. Como veremos en la siguiente sección, los hombres jóvenes muestran resultados negativos consistentes y significativos en términos de su salud mental como resultado de quedarse “en la caja”.

IV.b.

Salud mental

¿Existe alguna relación entre las ideas que tienen los hombres jóvenes sobre la masculinidad y su salud mental?

Lo que piensan los hombres jóvenes acerca de la masculinidad tiene un fuerte nexo con los problemas de salud mental. En los tres países, los hombres que se encuentran dentro de la caja muestran índices más altos en al menos uno de los indicadores de depresión y de pensamientos suicidas. ¿Por qué la caja de la masculinidad podría tener este efecto en los hombres? Uno de los testimonios recogidos en uno de los grupos focales nos da una idea. Algunos miembros del grupo de Beeston Hill, Leeds, Reino Unido, manifestaron que si tenían problemas, simplemente *“se los guardaban y seguían adelante”* o *“lo resolverían”* tal vez yendo al gimnasio o simplemente *“conformándose y dejando el problema de lado”*. En otras palabras, no hablan de sentirse tristes o deprimidos. Reprimen sus sentimientos y no piden apoyo cuando lo necesitan.

CUADRO 4.2 SÍNTOMAS DE DEPRESIÓN Y PENSAMIENTOS SUICIDAS

Porcentaje de entrevistados que indicaron tenerlos en algún momento durante las últimas dos semanas

	Caja de la masculinidad	Poco interés o placer en hacer las cosas	Se sintió triste, deprimido, o sin esperanza	Tuvo pensamientos de suicidio
Estados Unidos	Dentro	74%	64%	40%
	Fuera	63%	61%	17%
Reino Unido	Dentro	82%	74%	55%
	Fuera	70%	63%	20%
México	Dentro	68%	50%	19%
	Fuera	67%	50%	13%

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

Los participantes reportaron índices sumamente altos de síntomas depresivos claramente asociados con su apego a la caja de la masculinidad. Tal y como se observa en el cuadro 4.2, una gran proporción de los encuestados mostró uno o los dos síntomas depresivos (“poco interés o placer en hacer cosas” o “sintió desánimo, depresión o desesperanza”) durante las últimas dos semanas, asociados de manera importante con estar dentro de la caja. Las asociaciones estadísticamente significativas aparecen en negrita y cursiva. En el Reino Unido, los hombres que se encuentran dentro de la caja son estadísticamente mucho más propensos a reportar ambos síntomas que sus pares que están fuera de ella.

Estos dos aspectos de la encuesta, considerados de manera conjunta, forman parte del “Patient Health Questionnaire-2 (PHQ-2)” (Cuestionario de salud del paciente), un instrumento internacionalmente validado de diagnóstico inicial de trastornos depresivos. Cualquier paciente que llegue a un determinado

umbral en esta escala⁶ es referido a un entorno clínico para que le realicen evaluaciones adicionales, antes de que se le diagnostique cualquier trastorno depresivo. Utilizando este umbral, demostramos claramente que en Estados Unidos y en el Reino Unido los hombres que se encuentran dentro de la caja de la masculinidad⁷ son estadísticamente mucho más propensos a cumplir con el estándar de este diagnóstico inicial de depresión que los que están fuera de ella. En Estados Unidos, un 41% de los primeros lo cumplen, mientras que la cifra para los que están fuera de la caja es del 26%. En el Reino Unido las cifras correspondientes son del 46 y 28% respectivamente.

Tanto las tasas generales de pensamientos suicidas, como sus relaciones estadísticas con el apego a la caja de la masculinidad, son extremadamente preocupantes. En términos simples, los hombres jóvenes piensan en el suicidio con demasiada frecuencia. Como se observa en la columna de la derecha del cuadro 4.2, una proporción elevada de los jóvenes en los tres países reportó haber tenido pensamientos suicidas por lo menos “algunos días” en las últimas dos semanas. Es muy preocupante que, en los tres países, los hombres que se encuentran dentro de la caja presenten niveles muchísimo más altos —y estadísticamente significativos— que aquellos que están fuera de ella.

Los participantes de los grupos focales sostuvieron conversaciones francas acerca de cómo se relacionan la salud mental y la depresión con la masculinidad. Por ejemplo, hubo un debate animado en el grupo de Bermondsey, sur de Londres, Reino Unido, donde un joven manifestó que la depresión y la ansiedad eran un signo de debilidad: *“Para mí, si alguien dice que tiene depresión, pienso que tiene una debilidad”*. Otros participantes expresaron su desacuerdo y compartieron experiencias personales de haber sido diagnosticados con problemas de salud mental. Un joven dijo que muchos miembros de su familia, incluido él, los habían sufrido: *“Mi familia tiene una historia de enfermedades mentales que va desde mi abuelita hasta su madre, y todo el mundo en la familia tiene algún problema con eso, por así decirlo”*.

Un participante en Washington DC observaba que existe una intersección específica entre ser joven afroamericano y las ideas inherentes a la masculinidad:

“La enfermedad mental es un problema muy grande entre la comunidad de varones negros y la gente no se da cuenta de eso. No fue sino hasta que Kid Cudi [un artista hip-hop que hace poco habló abiertamente acerca de su depresión] dijo que ‘sufro de depresión y me interné para que me la trataran’ que los jóvenes negros comenzaron a abrirse en las redes sociales y a decir ‘a mí también me pasan esas cosas’. Nos enseñan a no expresarnos y la depresión es realmente grande. La depresión y la ansiedad son en realidad la causa de muerte número uno para los hombres negros en este país; no es el homicidio ni nada de eso... sorprendente, porque no nos dicen que debemos expresarnos, no nos dicen que está bien hablar de tus problemas. De manera que eso está matando literalmente a la gente negra y a los hombres negros en este país”

Participante de un grupo focal de Washington DC, Estados Unidos

⁶ Estos dos aspectos de la encuesta tienen cuatro respuestas posibles, que reciben los siguientes puntajes: En absoluto (0 puntos), Algunos días (1 punto), En más de la mitad de los días (2 puntos), Casi todos los días (3 puntos). En conjunto, el puntaje posible fluctúa entre 0 a 6. Con 3 puntos o más se recomiendan evaluaciones adicionales.

Otro participante en Washington DC afirmó que eran precisamente estos problemas —en su comunidad y en el mundo entero— los que le habían causado síntomas depresivos:

“Empecé a sentirme desanimado y deprimido cuando pensaba en problemas mundiales como la discriminación racial y cosas así. Me pone tan triste y deprimido pensar que la gente mata a otra gente, y todo por dinero y cosas por el estilo. Es ahí cuando me da el desánimo y me deprimó”

Participante de un grupo focal de Washington DC, Estados Unidos

EN RESUMEN

Debemos preocuparnos por la salud mental de los hombres jóvenes. Su pretensión y su postura externa de que “todo está bien” oculta profundas inseguridades, depresión y frecuentes pensamientos suicidas. Estos son los problemas más inquietantes porque, como veremos nuevamente en la siguiente sección, quienes se encuentran dentro de la caja de la masculinidad están incluso menos dispuestos a recurrir a sus pares y amigos en busca de apoyo cuando lo necesitan.

IV.c.

Amistad y búsqueda de apoyo

¿Cuál es la relación entre las ideas de los jóvenes sobre la masculinidad y la cercanía con sus amistades y otras relaciones de apoyo?

Los jóvenes reportaron tener una conexión emocional en sus relaciones de amistad, incluso en los grupos focales en donde se encontró que demostrar vulnerabilidad emocional ante los amigos es visto como contrario a las normas de la caja de la masculinidad. En los tres países, más de las tres cuartas partes de los jóvenes reportaron tener un amigo con el cual se sienten bien hablando de algún tema emocional o personal, tal y como se observa en el cuadro 4.3. Tanto en Estados Unidos como en México, los hombres que han salido de la caja reportaron índices significativamente más altos en este tipo de amistades, lo cual sugiere que la rigidez de las normas masculinas todavía les impide a algunos jóvenes entablar relaciones de amistad con conexiones emocionales más profundas.

CUADRO 4.3 AMISTADES SOLIDARIAS

	Caja de la masculinidad	Porcentaje que reporta tener un amigo con el que se siente cómodo hablando sobre temas personales y emocionales en su vida
Estados Unidos	Dentro	73%
	Fuera	82%
Reino Unido	Dentro	72%
	Fuera	74%
México	Dentro	84%
	Fuera	91%

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

Un participante de uno de los grupos focales de Washington DC explicó la estrategia que usa para buscar este tipo de amistades o de personas que lo orienten:

“Normalmente voy a muchos programas comunitarios y cosas así. Y eventualmente, cuando termino el programa, trato de asegurarme de que al menos a una de las personas con las que he participado en el programa —un orientador o algo por así— la mantengo cerca y así sé que cuando entro a ese salón por lo menos voy a encontrar a alguien. Y me aseguro de que si estoy desanimado y necesito apoyo, pues solo me acerco y le digo: me estoy sintiendo así o asá. Estoy lidiando con este asunto: ¿me puede ayudar a pensar a ver qué hago? Al principio sucede que mucha de la gente con la que hablo sobre mis problemas, pues son mayores y pueden haber pasado por las cosas que me han pasado a mí. Y eso me ayuda mucho. Y me ayuda a poner en perspectiva lo que me ha pasado. Cuando estoy preocupado y quiero saber cómo ser fuerte y cosas por el estilo, no sé si puedo cumplir con el estándar o reconstruir otro. Es confuso; algunas cosas no me quedan claras, pero una vez que comienzas a hablar con la gente, todo parece mejor”.

Participante de un grupo focal de Washington DC, Estados Unidos

Sin embargo, cuando se les preguntó sobre manifestaciones específicas de vulnerabilidad emocional, los participantes mostraron un comportamiento complejo. En algunos casos, los hombres que están dentro de la caja evidencian conductas emocionalmente más vulnerables. En la encuesta se les preguntó a los jóvenes con qué frecuencia se habían visto en situaciones emocionalmente vulnerables durante el último mes, incluidas las que se registran en el cuadro 4.4. Las cifras que allí se observan corresponden a la proporción de encuestados que reportaron haber estado en esas situaciones “a menudo” o “muy a menudo” durante el pasado mes.

CUADRO 4.4 SITUACIONES DE VULNERABILIDAD EMOCIONAL

A menudo o muy a menudo durante el mes pasado

	Caja de la masculinidad	Voluntariamente le brindó apoyo emocional a alguien que pasaba por un momento difícil	Se sintió cómodo llorando en frente de un amigo	Habló con un amigo sobre algo profundamente emocional por lo que estaba pasando
Estados Unidos	Dentro	67%	44%	52%
	Fuera	63%	25%	40%
Reino Unido	Dentro	56%	46%	52%
	Fuera	55%	18%	33%
México	Dentro	62%	25%	40%
	Fuera	69%	24%	50%

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

Por lo general, los encuestados reportaron con mayor frecuencia haber brindado apoyo emocional a otros (columna 1) que haberse sentido emocionalmente vulnerables o haber buscado ayuda para sí mismos (columnas 2 y 3). No deja de sorprender que tanto en Estados Unidos como en el Reino Unido, los hombres que se encuentran dentro de la caja de la masculinidad se inclinen más a llorar ante sus amigos varones y a conversar sobre algo profundamente emocional que quienes están fuera de ella.

Una vez más, vemos que la vida dentro de la caja de la masculinidad puede ser confusa y contradictoria. Algunos jóvenes en Estados Unidos y en el Reino Unido que están más sujetos a normas de género más rígidas también demuestran conductas emocionales transgresoras tales como llorar ante sus amigos o conversar sobre temas emocionales. Esto podría ser una extensión de lo que se mencionó anteriormente acerca de la reafirmación de la confianza en sí mismos que resulta de adherirse a las normas de la caja de la masculinidad. O también podría indicar que las amistades masculinas que se dan allí mismo son más numerosas de lo que pensábamos. Sin embargo, en México observamos la relación opuesta. Allí los hombres que están fuera de la caja están más dispuestos a reportar que conversan con sus amigos sobre algo profundamente emocional. Estos hallazgos merecen mayor investigación cualitativa en un futuro. En este estudio, nuestras discusiones en grupos focales refuerzan estas contradicciones: algunos hombres jóvenes están orgullosos de poder llorar, mientras que otros se sienten incapaces de hacerlo, incluso cuando quieren. Nuestro hallazgo principal a partir de estas contradicciones es que las ideas sobre la masculinidad están cambiando, lo cual deja a los varones jóvenes aún más confundidos.

“Algunas veces simplemente lloro y está bien. Y me digo que está bien porque confío en mí, porque a veces todo lo que necesitas es un buen llanto para encontrar la salida”.

Participante de un grupo focal de Washington DC, Estados Unidos

“El problema que yo tengo con eso es que ... como me criaron así, pues no puedo romper con eso. Incluso cuando estoy a punto de llorar, nada pasa. Simplemente me quedo sentado ahí y me enoja más por lo que me está pasando, porque no puedo quebrarme. Lo cual me fuerza a encerrarme más y no me puedo desahogar”.

Participante de un grupo focal de Washington DC, Estados Unidos

¿A quién recurren?

Aunque algunos jóvenes expresan su voluntad de abrirse emocionalmente con sus amigos varones, en la encuesta se encontró que continúan dependiendo básicamente del apoyo emocional de las mujeres

presentes en su vida. La mayoría de los hombres en los tres países del estudio dijeron que su primera fuente de ayuda es su madre o su pareja sentimental (predominantemente mujer).

CUADRO 4.5 CUANDO SE SIENTE MUY TRISTE O DEPRIMIDO, ¿A QUIÉN PIDE AYUDA PRIMERO?

	Estados Unidos	Reino Unido	México
Madre	25%	27%	27%
Pareja sentimental	25%	25%	26%
Amigo varón	11%	10%	17%
Padre	7%	5%	4%
Fuentes en línea (virtuales)	4%	5%	1%

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

Solo el 18% de los encuestados en Estados Unidos, el 15% en el Reino Unido y el 21% en México dijeron que buscarían ayuda primero entre sus amigos varones o con su padre cuando se sienten muy tristes o deprimidos. Estas cifras representan menos de la mitad de los índices que los encuestados reportaron con respecto a buscar ayuda de la madre y de las parejas sentimentales (en su mayoría mujeres). Quizás lo más alarmante es que solo entre el 4 y el 7% busca ayuda primero del padre. Muy pocos hombres —apenas el 1% en México— indican recurrir primero a fuentes en línea o virtuales en busca de ayuda.

¿Cómo actúan los hombres cuando buscan apoyo para recuperarse en los momentos emocionalmente difíciles? En todos los países del estudio, los participantes de los grupos focales mencionan la creatividad individual, pero en su mayoría revelan sentimientos de soledad:

"...Lo que me gusta mucho es escribir y ahí es donde todo, todo fluye normal, y ya pues a fin de cuentas como que, el fin de cuentas es más que nada la confianza, ¿no? a quien le expresas tú, lo que tienes, por ejemplo, hay unas personas que sí son muy apegados a sus papás, más que a sus amigos, y se lo cuentan a su papás, o a su novia, o a su novio, quien sea, y este, así que igualmente depende la situación y depende de cada persona, depende de en quién confíe, porque así igual varía mucho".

Participante de un grupo focal de Ciudad de México, México

"Con los chicos... no sé si a medida que se vuelven mayores, a medida que sus responsabilidades cambian, terminan por desconectarse. Y los amigos que conozco, gente que he encontrado... como que se sienten solos".

Participante del grupo focal de Beeston Hill, Leeds, Reino Unido

"A veces es fácil decir "me importa una m..." y simplemente marcharse, pero a veces [...] tenemos que lidiar con eso llorando o escribiendo en nuestros diarios, o metiéndonos al Facebook o tuiteando para expresar nuestros sentimientos. Pero lo hacemos de distintas maneras, porque somos seres humanos y tenemos emociones y debemos expresarnos de algún modo. Y afrontamos las presiones, a veces solo en silencio, en un armario oscuro, muy oscuro".

Participante de un grupo focal de Washington DC, Estados Unidos

Miembros de la comunidad de inmigrantes del Asia Meridional que participaron en la discusión de Beeston Hills, en Leeds, Reino Unido, expresaron sentir envidia de la cercanía emocional que existe en las generaciones mayores, y también entre las mujeres. Estos participantes contrastaban sus vidas con las de la generación de sus padres quienes, según lo que ellos perciben, mantenían vínculos más fuertes entre ellos. Un joven dijo: "Los mayores conservan ese vínculo antiguo porque vinieron juntos a este país. Y tienen esas relaciones o amistades que conservan". En cuanto a sus pares mujeres, otro joven expresó: "Creo que en la comunidad femenina los lazos son mucho más estrechos... Conservan sus lazos familiares... amigas de por vida, cosas por el estilo".

En la encuesta también se estableció que si bien los hombres jóvenes recurren con más frecuencia a sus novias en busca de ayuda, también pasan solos más tiempo de lo que quisieran. En el cuadro 4.6 se presentan una frente a otra las preguntas similares que se hicieron en la encuesta. En el lado izquierdo aparecen las cifras de lo que respondieron los participantes cuando se les preguntó: “En promedio, ¿cómo le *gustaría* pasar su tiempo libre?”. El cuadro 4.6 contrasta los índices de estas respuestas con los del lado derecho, que reflejan las respuestas de los jóvenes a la pregunta “En promedio, ¿cómo *pasa* su tiempo libre?”.

CUADRO 4.6 TIEMPO LIBRE IDEAL Y REAL

IDEAL

En promedio, ¿cómo prefería pasar su tiempo libre?

REAL

En promedio, ¿cómo pasa su tiempo libre?

Estados Unidos	Reino Unido	México	Tiempo libre	Estados Unidos	Reino Unido	México
25%	26%	12%	Principalmente solo	40%	39%	26%
20%	24%	19%	Principalmente con amigos	16%	18%	18%
25%	26%	30%	Principalmente con una pareja romántica	19%	22%	22%
10%	9%	21%	Principalmente con la familia	11%	10%	22%
19%	16%	18%	Tanto solo como otros personales	14%	11%	13%

En México los hombres reportaron que pasaban —y querían pasar— más tiempo con la familia que los de Estados Unidos y el Reino Unido. Los grupos focales del Reino Unido mostraron una enorme variación con respecto a la importancia que para ellos tiene la familia. En el grupo de la comunidad de Bermondsey, Sur de Londres, se registraba una clara sensación de que las familias eran muy unidas y constituían sistemas de apoyo evidentes para estos jóvenes, tal y como lo expresa uno de ellos: “Ellos simplemente siempre me han respaldado”. En el grupo de Batley se registró una variedad de opiniones sobre la cercanía con madres y padres. La respuesta inmediata tendía a valorar el rol del padre, como lo evidencia el testimonio representativo de un joven: “Mi padre es como mi compañero; siempre le puedo hablar de todo”. Sin embargo, y en consonancia con los datos de la encuesta, más de un participante reportó que la relación con su madre era más estrecha. Uno de ellos dijo al respecto: “Ella podría dar ejemplo; siempre es honesta, nunca se mete se líos”.

Los participantes de los grupos focales en el Reino Unido también hablaron sobre la importancia de las relaciones sentimentales; sus opiniones por lo general reforzaban las que se presentan en el cuadro 4.6. Como lo expresó un joven en Bermondsey, sur de Londres, “Por supuesto, todos quieren tenerlas”. Los hombres identificaron la falta de ingresos y de logro educativo, y también las restricciones culturales, como obstáculos importantes para atraer a parejas íntimas:

“Tienes que tener algo de dinero, tienes que tener un título [...] Si quieres una esposa agradable, tienes que aportar algo”

Participante del grupo focal de Beeston Hill, Leeds, Reino Unido

“Para un joven asiático, especialmente para un musulmán que está creciendo, se supone que no debes interactuar con el sexo opuesto porque se considera que no debes tener una relación antes del matrimonio. De modo que todos están siempre a la búsqueda de esto, de encontrar una de esas como para sentar cabeza y casarse”

Participante del grupo focal de Beeston Hill, Leeds, Reino Unido

Finalmente, los participantes compartieron respuestas divergentes sobre la manera en que la homofobia influye en sus relaciones de amistad y en sus actuaciones. Como se observa en el cuadro 4.7, las reglas de la caja de la masculinidad están significativamente relacionadas con las respuestas sobre la homofobia y las relaciones de amistad con hombres gay. Sin embargo, estas relaciones se mueven en direcciones opuestas. En Estados Unidos y en el Reino Unido, el hecho de estar dentro de la caja se asocia tanto a (a) abstenerse de hacer algo para no parecer afeminado o gay y (b) disfrutar de compartir socialmente con un amigo abiertamente gay. En otras palabras, apegarse a lo que dicta la caja de la masculinidad significa que un joven no quiere ser visto como gay, aunque se siente lo suficientemente cómodo con su marcada identidad heterosexual como para tener un amigo gay y pasar tiempo con él.

CUADRO 4.7 HOMOFOBIA Y AMISTADES

A menudo o muy a menudo durante el mes pasado

	Caja de la masculinidad	Se abstuvo de hacer algo porque pensó que podría parecer 'afeminado' o gay	Disfrutó de pasar un rato socialmente con una persona gay a la que considera su amigo
Estados Unidos	Dentro	50%	48%
	Fuera	14%	38%
Reino Unido	Dentro	48%	48%
	Fuera	14%	39%
México	Dentro	23%	28%
	Fuera	12%	42%

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

Sin embargo, esta tendencia se mueve en la dirección opuesta en México, donde las probabilidades de que los jóvenes que están dentro de la caja reporten que disfrutan de pasar un rato con un amigo gay son mucho menores. Los hallazgos de México presentan un panorama específico al contexto sobre cómo el hecho de estar dentro de la caja puede limitar las amistades hetero-homosexuales y reforzar la homofobia.

Los resultados muestran que los hombres están aprendiendo a aceptar su vulnerabilidad emocional, aunque la mayoría de las veces lidian solos con sus emociones o acuden al apoyo de las mujeres presentes en sus vidas. El temor a parecer vulnerables o gay todavía ejerce una poderosa influencia en el comportamiento de los jóvenes, particularmente de los hombres que están dentro de la caja de la masculinidad. Asimismo, los hombres jóvenes heterosexuales exhiben niveles variados de comodidad con tener amigos abiertamente gays.

“[Él tendría que] cortar todos sus vínculos familiares y estar por su cuenta”

Exploración de la sexualidad y la homofobia en los grupos focales del Reino Unido

Si bien los miembros del grupo de Bermondsey, sur de Londres, Reino Unido, afirmaron que tanto ellos como su comunidad eran generalmente tolerantes con las personas gay, reconocieron que aún había muchos prejuicios hacia ellas. Un joven expresó que *“Es algo nuevo para mucha gente; mucha gente todavía se siente incómoda con eso”*. Otro de los participantes dijo que aunque no pensaba que ser gay fuera malo, le disgustaba que la homosexualidad fuera “promovida” por los medios de comunicación.

Pese a que el grupo de Beeston Hill de Leeds, Reino Unido, sentía que había una aceptación social cada vez mayor de la homosexualidad, para los participantes era todavía un tema difícil de abordar. Más de uno dijo que no tenía problema con que alguien fuera gay, y un participante incluso manifestó que tenía algunos amigos homosexuales, pero la opinión dominante era que la homosexualidad estaba en contradicción con la

fe musulmana. El grupo reconoció que para un pakistaní que fuera gay la vida sería muy dura. Uno de los participantes dijo: *“Ellos encuentran que es muy difícil encajar en cualquier tipo de actividad social con sus amigos o con su familia”*. Más aún, dijo, si [su sexualidad] se conociera por fuera de sus familiares más cercanos, muy probablemente esa persona gay tendría que *“cortar todos sus vínculos y estar por su cuenta”*.

El grupo de Batley del Reino Unido también tuvo dificultades para hablar sobre este tema, que fue motivo de burlas en el salón. Un miembro del grupo admitió que usaba términos como “maricón”, pero argumentó que era una forma de bromear o mofarse más que un insulto. No obstante, al menos un participante manifestó su total tolerancia, diciendo: *“Si alguno de estos dijera ‘soy gay’, a mí en realidad no me molestaría [...] Uno simplemente no dejaría de ser amigo de alguien solo porque es gay”*.

Este texto proviene de un informe completo sobre la recolección de datos cualitativos en el Reino Unido en el que se exploran estos y otros temas, el cual será publicado por la Open University en 2017.

IV.d.

Comportamientos de riesgo

¿Las ideas que tienen los hombres jóvenes acerca de la masculinidad, se relacionan de manera significativa con comportamientos riesgosos, particularmente con el abuso del alcohol y con conducir de manera imprudente?

En los tres países, los hombres que están dentro de la caja de la masculinidad tienen mayores probabilidades, que los que están fuera de ella, de reportar el abuso del alcohol de manera regular y de reportar accidentes de tráfico de manera reciente. Si bien los resultados para México mostraron la existencia de vínculos más débiles con varios de los desafíos antes mencionados, las relaciones que se registran entre adherirse a la caja de la masculinidad y estos dos comportamientos riesgosos son estadísticamente significativas en la muestra de ese país, tal y como se observa en el cuadro 4.8:

CUADRO 4.8 ABUSO DEL ALCOHOL Y RIESGOS AL CONDUCIR

	Caja de la masculinidad	Bebe tanto que se embriagó una vez por mes o más	Ha estado en uno o más accidentes de tráfico este año
Estados Unidos	Dentro	25%	23%
	Fuera	20%	9%
Reino Unido	Dentro	27%	28%
	Fuera	23%	7%
México	Dentro	24%	21%
	Fuera	17%	14%

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

Los participantes de los grupos focales, especialmente en Ciudad de México, expresaron sus opiniones sobre la relación entre masculinidad y abuso del alcohol:

“Yo creo que sí lo hacen, ya que es el miedo a quedarse solo, uno lo tachan como raro, como el excluido y mojitato, le da miedo todo y es por ese afán de que, por ejemplo, toman y se vuelven a juntar y vuelven a hacer lo mismo por lo que no, pues para evitarse el problema de que me estén catalogando ... de que no tomas, pues así y es porque quiere, o asemejarse a alguien que admira, un amigo, que quieres ser como él de grande, algo así”

Participante de un grupo focal de Ciudad de México, México

“...Entonces a mí lo que me inculcaron desde chiquito y ese es un prejuicio que a mí me molestó y sí me afectó muchísimo es que tú tienes que tomar alcohol y cuando vayas a las fiestas, tú, porque eres hombre te tienes que acabar una botella de tequila, una de vodka, y tienes que aguantar y poner borracha a una mujer y echártela”

Participante de un grupo focal de Ciudad de México, México

En los tres países del estudio, las probabilidades de que los hombres que están dentro de la caja de la masculinidad reporten accidentes de tráfico son entre dos y tres veces mayores. Aunque en nuestra encuesta no se indagó sobre la naturaleza exacta de estos accidentes, los resultados son coherentes y poco sorprendentes en un mundo en el que a menudo se enseña a los jóvenes a ser temerarios con su salud y su seguridad.

EN RESUMEN

Muchos hombres jóvenes asocian “ser hombre de verdad” con el abuso del alcohol y conducir de manera imprudente, poniéndose ellos mismos y a las y los demás en riesgo cuando tratan de estar a la altura de este estándar perjudicial.

IV.e.

Atractivo físico

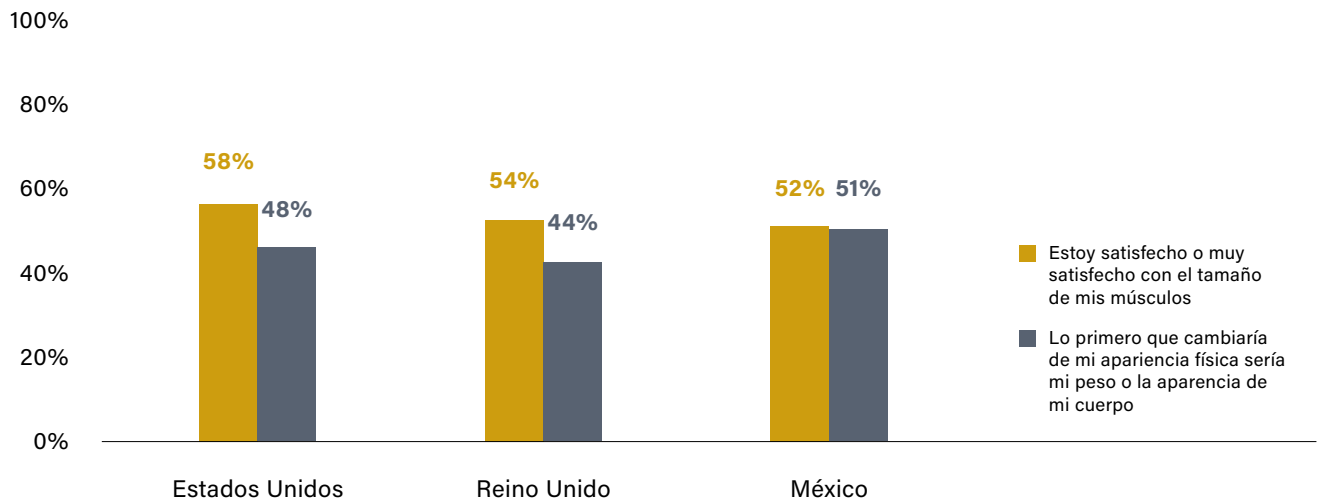
¿Las ideas que tienen los hombres sobre la masculinidad se relacionan de manera significativa con su imagen corporal?

En términos generales, los hombres reportan una imagen corporal positiva: un 64% de los encuestados en el Reino Unido, un 70% en Estados Unidos y un 74% en México se mostraron “satisfechos” o “muy satisfechos” con su atractivo físico. No obstante, son muchos menos los que están satisfechos con el tamaño de sus músculos; en este sentido, al preguntarles qué cambiarían de su apariencia física, casi la mitad de los encuestados indicó de manera preponderante que les gustaría cambiar su peso o su figura corporal (figura 4.1).

Esta preocupación por la corpulencia se manifestó en la discusión del grupo focal de Beeston, Reino Unido, donde a los jóvenes de la zona se les habla a menudo de que formar sus cuerpos les ayuda a lucir atractivos. En este grupo, el hecho de ir al gimnasio y hacer deporte también se percibía como una liberación, una manera de deshacerse de la frustración, pero sobre todo como una necesidad de ser fuertes en una zona peligrosa. Como manifestó un encuestado: *“A uno le pueden dar una paliza, lo pueden asaltar, y por eso es; voy a empezar a hacer kickboxing, voy a comenzar a ir al gimnasio”*.

FIGURA 4.1 MÚSCULOS, PESO Y APARENCIA DE MI CUERPO

Respuestas a la encuesta sobre la apariencia física



La encuesta muestra asimismo que en Estados Unidos y en el Reino Unido los hombres que están dentro de la caja tienen mayores probabilidades de reportar que se encuentran satisfechos o muy satisfechos con su apariencia física general, como se observa en el cuadro 4.9. Este hallazgo coincide con aquel en que se verifica que estar dentro de la caja se relaciona con una mayor satisfacción con la vida.

CUADRO 4.9 ATRACTIVO FÍSICO

	Caja de la masculinidad	Porcentaje de encuestados que indican estar satisfechos o muy satisfechos con su atractivo físico en general
Estados Unidos	Dentro	80%
	Fuera	61%
Reino Unido	Dentro	73%
	Fuera	56%
México	Dentro	75%
	Fuera	72%

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

En la encuesta también se encontró que en Estados Unidos y en el Reino Unido, las probabilidades de que los hombres que están dentro de la caja de la masculinidad reporten que le dedicaron una hora o más a bañarse, arreglarse y vestirse “a menudo” o “muy a menudo” el último mes son **significativamente mucho mayores**. Este aspecto de la encuesta se relaciona con la norma de la caja acerca de que “Las mujeres no gustan de los hombres que le dedican demasiado tiempo a la ropa, al cabello y a la piel”, con la cual más del 40% de los hombres en todos los países del estudio estuvieron de acuerdo, como se observa en el cuadro 4.10. Ciertamente, es admirable la confianza que se necesita para estar verdaderamente satisfechos con la apariencia física, así como para transgredir las normas relativas al tiempo que se invierte en el arreglo personal.

CUADRO 4.10 BAÑARSE, ARREGLARSE, VESTIRSE
Durante el último mes

	Caja de la masculinidad	Pasó una hora o más a bañarse, arreglarse y vestirse antes de salir
Estados Unidos	Dentro	51%
	Fuera	26%
Reino Unido	Dentro	50%
	Fuera	26%
México	Dentro	31%
	Fuera	30%

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

EN RESUMEN

Si bien para los jóvenes el atractivo físico es relativamente importante, este todavía se asocia fundamentalmente a la masa muscular y a la figura corporal, y no a una convicción más íntima e individual de confianza y atractivo.

IV.f.

Bullying y violencia

¿Las ideas que tienen los hombres jóvenes sobre la masculinidad inciden en la probabilidad de que hayan experimentado, perpetrado o intervenido para prevenir diversas formas de bullying?

En la encuesta se les preguntó a los jóvenes si habían sufrido o ejercido tres formas de bullying —verbal, virtual y físico— y también si habían acosado sexualmente a una mujer.

DEFINICIONES DE BULLYING Y VIOLENCIA

Lo han sufrido

Bullying verbal

Alguna persona o un grupo de personas hizo bromas sobre usted, lo fastidió o le puso sobrenombres que por alguna razón no le gustaron

Bullying físico

Alguna persona o un grupo de personas lo lesionaron a propósito empujándolo, pateándolo o golpeándolo con la mano, con los puños o con un objeto o arma

Bullying virtual

Alguna persona o un grupo de personas lo insultaron, publicaron fotos para avergonzarlo o lo amenazaron por SMS, Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter u otra aplicación o sitio web

Acoso sexual

[No se incluyó en la encuesta]

Lo han cometido

Bullying verbal

Usted hizo bromas acerca de alguien más, lo fastidió o le puso sobrenombres que por alguna razón no le gustaron

Bullying físico

Usted lesionó físicamente a alguien a propósito empujándolo, pateándolo o golpeándolo con la mano, con los puños o con un objeto o arma

Bullying virtual

Usted insultó a alguien publicó fotos para avergonzarlo/a o profirió amenazas por SMS, Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter u otra aplicación o sitio web

Acoso sexual

Hizo comentarios sexuales a una mujer o a una chica que no conocía en un sitio público, por ejemplo en la calle o en el lugar de trabajo, en la escuela/ universidad o en un sitio de internet o en las redes sociales

Los jóvenes que están dentro de la caja de la masculinidad se encuentran muchísimo más expuestos tanto a sufrir como a cometer las tres formas de bullying. Como se observa en el cuadro 4.11, en los tres países del estudio las probabilidades de que los hombres que están en la caja de la masculinidad hayan sufrido acoso durante el último mes son muchísimo más elevadas y estadísticamente significativas.

CUADRO 4.11 SUFRIR BULLYING

Durante el último mes

	Caja de la masculinidad	Objeto de bullying verbal	Objeto de bullying virtual	Objeto de bullying físico
Estados Unidos	Dentro	70%	60%	59%
	Fuera	43%	21%	15%
Reino Unido	Dentro	76%	69%	65%
	Fuera	43%	23%	19%
México	Dentro	61%	38%	35%
	Fuera	52%	22%	15%

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

Algunos participantes de los grupos focales hablaron de la amenaza diaria de violencia, como este joven de Washington DC:

“Es como si siempre que estuvieras por la calle hubiera un tipo mirándote, como... [inaudible]. A mí me han golpeado un montón de hombres porque pensaban que yo era un muchachito ahí, ¿si me entiendes? Siempre hay competencia entre esos tipos; a ellos no les caemos bien, de eso estoy seguro. Pero a mí que me importa. Yo igual peleo con ellos”.

Participante de un grupo focal de Washington, DC, Estados Unidos

Los hombres que están dentro de la caja también tienen mayores probabilidades de haber intimidado a otros en comparación con sus pares que están fuera de ella. En algunos casos, como en los de bullying virtual y físico (cuadro 4.12), en Estados Unidos y en el Reino Unido las probabilidades de cometer este tipo de agresiones fueron entre seis y siete veces mayores para quienes están dentro de la caja que para los que están fuera. En ambos países, más de la mitad de los que están dentro reportaron haber cometido las tres formas de bullying en el último mes.

CUADRO 4.12 COMETER BULLYING

Durante el último mes

	Caja de la masculinidad	Cometieron bullying verbal	Cometieron bullying virtual	Cometieron bullying físico
Estados Unidos	Dentro	63%	54%	52%
	Fuera	26%	9%	7%
Reino Unido	Dentro	63%	59%	59%
	Fuera	23%	10%	10%
México	Dentro	55%	26%	28%
	Fuera	40%	10%	9%

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

Los daños que ocasiona la caja de la masculinidad van más allá del bullying. Hay más probabilidad de que quienes se encuentran dentro de ella reporten haber perpetrado acoso sexual contra una mujer o una chica durante el último mes. En México, las probabilidades de que estos cometan acoso sexual son tres veces superiores a las de sus pares que se encuentran fuera de la caja. En Estados Unidos y en el Reino Unido, estas probabilidades son seis veces mayores, como se observa en el cuadro 4.13. Este hallazgo evidencia aun mas el hecho de que las nociones restrictivas de la masculinidad son una de las causas principales del uso de violencia contra la mujer por parte de los hombres.

CUADRO 4.13 COMETER ACOSO SEXUAL

Durante el último mes

	Caja de la masculinidad	Cometieron acoso sexual
Estados Unidos	Dentro	54%
	Fuera	9%
Reino Unido	Dentro	60%
	Fuera	9%
México	Dentro	32%
	Fuera	10%

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

La violencia permea las vidas de los hombres jóvenes que están dentro de la caja de la masculinidad. Si hay un hallazgo positivo a éste respecto es que son estos mismos hombres los que tienen mayores probabilidades de intervenir para detener la violencia. Como se observa en el cuadro 4.14, en los tres países el porcentaje de hombres que están dentro de la caja y que reportaron haber intervenido para detener una confrontación física entre amigos u otros durante el último mes, es significativamente mayor. Esto evidencia una vez más las contradicciones que se verifican dentro de la caja de la masculinidad: quienes allí se encuentran son más propensos a usar la violencia, a sufrirla y también a intervenir para detenerla.

CUADRO 4.14 INTERVENIR EN PELEAS

Durante el último mes

	Caja de la masculinidad	Intervino para detener una confrontación física entre amigos o u otros conocidos
Estados Unidos	Dentro	48%
	Fuera	16%
Reino Unido	Dentro	48%
	Fuera	16%
México	Dentro	25%
	Fuera	19%

Los números en negrita y cursiva representan relaciones estadísticamente significativas al $p < .05$

EN RESUMEN

La caja de la masculinidad es un sitio sumamente violento y tiene repercusiones negativas para los hombres jóvenes, para las mujeres jóvenes y para quienes les rodean.



ANÁLISIS

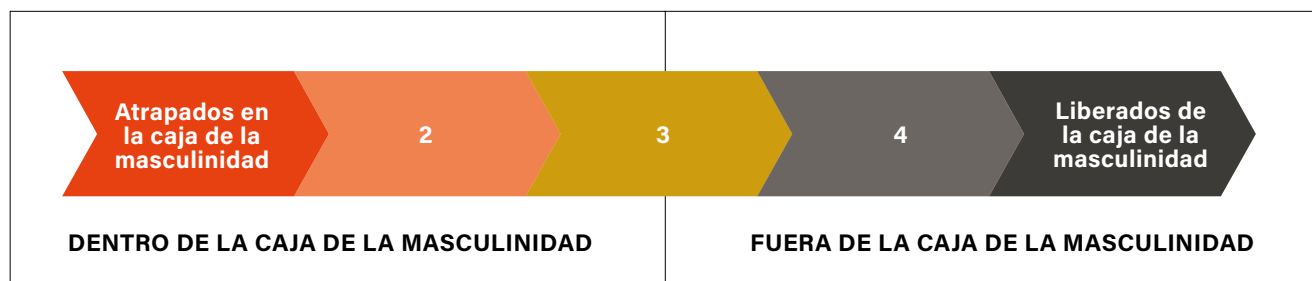
El sinuoso camino desde “estar atrapado” hasta “liberarse” de la caja de la masculinidad

A primera vista, algunos de los hallazgos presentados en la sección anterior parecen contradictorios. Por ejemplo, los hombres jóvenes que están dentro de la caja de la masculinidad se encuentran más satisfechos con sus vidas aún cuando presentan más síntomas de depresión. Asimismo, se encuentran más apegados a las rígidas normas de género y al mismo tiempo se sienten más libres para transgredir algunas de ellas, como por ejemplo llorar ante sus amigos varones o dedicarle tiempo excesivo al arreglo personal.

Estas son contradicciones reales. Sin embargo, creemos que son descripciones fieles y lógicas de lo conflictivas que pueden ser sus vidas y de los dilemas que supone estar a la altura de los ideales contradictorios de la sociedad respecto de lo que significa ser hombre. Las relaciones de los jóvenes con los ideales de masculinidad son complejas y confusas, y el proceso de liberarse de la caja de la masculinidad no es, para algunos, perfectamente lineal ni tampoco sencillo. Los jóvenes extraen algunos beneficios de su permanencia dentro de la caja, sobre todo cuando se los elogia por ser “hombres de verdad”. Al mismo tiempo, como vimos en la sección anterior, vivir dentro de la caja conlleva enormes costos, y por consiguiente, para liberarse de la misma se requiere una toma firme de decisión. En efecto, si las consecuencias de ceñirse a las estrictas normas que rigen en la caja fueran sólida e indudablemente desventajosas, ningún hombre (o solo muy pocos) las seguiría. Ese es el dilema de la masculinidad en varios escenarios.

En esta sección se analizan estas contradicciones. Para este análisis desglosamos las muestras del estudio en cinco categorías (quintiles), utilizando los mismos aspectos de la escala de la caja de la masculinidad. Los hombres de la categoría 1 corresponden a casi un 20% de los encuestados que dieron las respuestas más negativas e inequitativas, y a quienes denominaremos los “atrapados en la caja de la masculinidad”. Los que están en la categoría 5 corresponden a casi un 20% cuyas respuestas fueron las más positivas y equitativas, y a quienes denominaremos los “liberados de la caja de la masculinidad”. Los hombres de los grupos 2, 3 y 4 no tienen una identificación especial, pero representan el segundo, tercero y cuarto quintil en el mismo análisis. Los del grupo 3 son los que están cerca del promedio de la caja de la masculinidad del país, con puntajes ligeramente superiores o ligeramente inferiores respecto al mismo.

FIGURA 5.1 QUINTILES DEL ESPECTRO ENTRE “ESTAR ATRAPADOS EN LA CAJA DE LA MASCULINIDAD” Y “LIBERARSE DE ELLA”



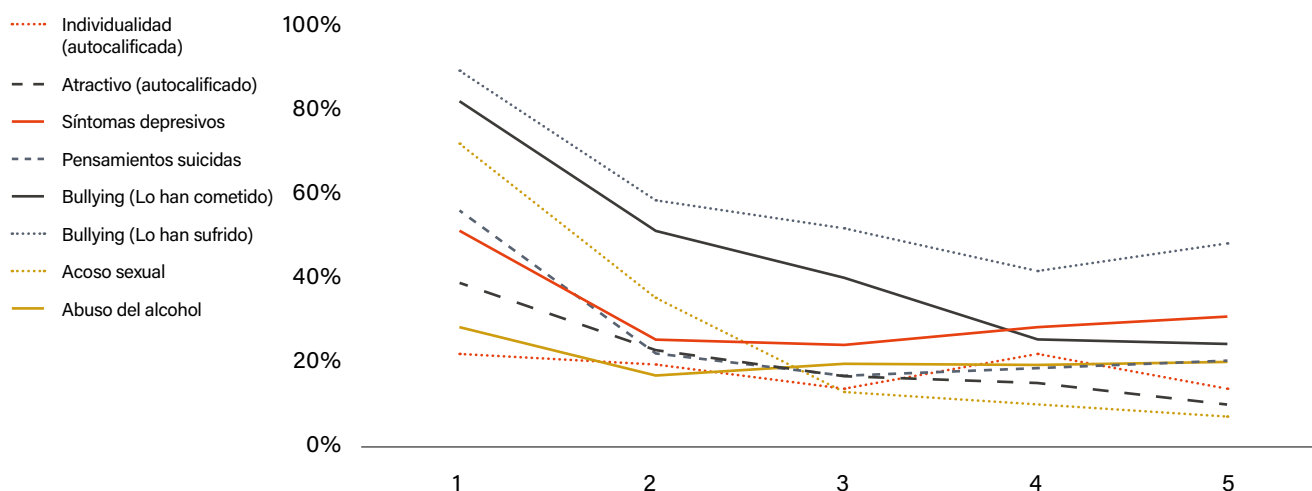
Como se observará en las siguientes secciones correspondientes a cada uno de los tres países del estudio, en casi todos los casos los “atrapados en la caja de la masculinidad” presentan, por ejemplo, niveles mucho más altos de atractivo autocalificado (reportan creer que son atractivos), que quienes están en la categoría intermedia o incluso los liberados. Aun así, los “atrapados” muestran niveles preocupantes de depresión, pensamientos suicidas y bullying. Aunque menos marcadas, observamos tendencias similares en cuanto a la “capacidad de ser yo mismo a diario”, es decir, los hombres atrapados dentro de la caja presentan niveles más altos de individualidad. Lo que sugieren estos hallazgos es que, en una sociedad que todavía transmite mensajes rígidos sobre cómo ser “hombre de verdad”, obedecer estas normas reporta un beneficio significativo aunque bastante corto de visión. Cuando uno las obedece, puede sentirse relativamente seguro de su identidad, y hasta puede creer superficialmente que luce como esos “hombres de verdad” de la televisión o de los medios de comunicación. Al ceñirse a las normas, los temores a ser rechazado se reducen. En ese sentido, los que se han liberado de la caja asumen el riesgo adicional de sufrir aislamiento social, exclusión y falta de confianza en sí mismos, incluso si se han aprovechado de los muchos beneficios de haberse liberado, como se ha visto en otras secciones de este informe.

V.a.

Una mirada más detenida a Estados Unidos

En Estados Unidos, “los hombres que están atrapados en la caja de la masculinidad” tienen los puntajes más altos en lo que concierne a su individualidad y a su atractivo en cualquier quintil. Esto puede resultar obvio y al mismo tiempo contradice el sentido común: en Estados Unidos, los jóvenes que están más adaptados a la caja también son los que más creen que están expresando su individualidad. Esto confirma aún más lo cómodo que resulta vivir de acuerdo con las normas sociales relativas a la identidad de género. Simultáneamente, estos mismos jóvenes pagan el precio de vivir en los rincones más profundos de la caja de la masculinidad, reflejando niveles muy altos de bullying (como víctimas y como quienes la ejercen), depresión, pensamientos suicidas y otros factores negativos.

FIGURA 5.2 SINUOSO CAMINO, ESTADOS UNIDOS



	1	2	3	4	5
Individualidad (autocalificada)	21%	19%	13%	21%	13%
Atractivo (autocalificado)	39%	22%	16%	14%	9%
Síntomas depresivos	51%	25%	23%	28%	29%
Pensamientos suicidas	56%	21%	16%	18%	19%
Bullying (Lo han cometido)	81%	50%	39%	24%	23%
Bullying (Lo han sufrido)	87%	58%	52%	41%	47%
Acoso sexual	71%	34%	13%	10%	7%
Abuso del alcohol	27%	17%	19%	19%	18%

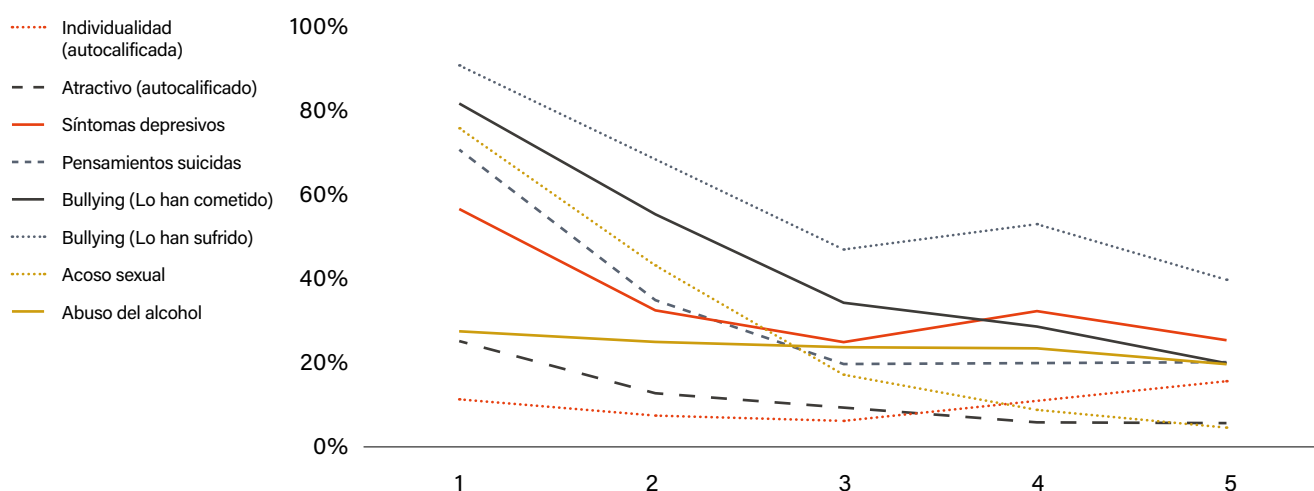
En Estados Unidos, los jóvenes que se han liberado de la caja muestran el segundo índice más alto de cumplimiento del estándar de diagnóstico inicial de depresión, siguiendo a los que están atrapados en la caja. Los índices de los que siguen atrapados en la caja son radicalmente más altos que los de todos los demás hombres; sin embargo, este hallazgo demuestra que salir de la caja también puede conducir a sufrir de depresión. Esto no debe sorprender en una sociedad que aún transmite mensajes que castigan o rechazan a los jóvenes que se liberan de la caja.

V.b.

Una mirada más detenida al Reino Unido

Es alentador observar que, en el caso del Reino Unido, lo que indican los jóvenes sobre la afirmación de su individualidad mejora en los quintiles más altos, alcanzando los índices más elevados entre los “que están fuera de la caja”. Este hallazgo indica que, en nuestra muestra del Reino Unido, el hecho de liberarse de la caja constituye un estímulo para que los jóvenes actúen como realmente son (a diferencia de lo que ocurre en Estados Unidos). Desafortunadamente, el sentirse atractivo aún no se mueve en la misma dirección. Al igual que en Estados Unidos, la mayoría de los hombres del Reino Unido que permanecen dentro de la caja son los mismos que tienden a reportar las mejores opiniones sobre su propio atractivo.

FIGURA 5.3 SINUOSO CAMINO, REINO UNIDO



	1	2	3	4	5
Individualidad (autocalificada)	12%	8%	7%	11%	16%
Atractivo (autocalificado)	25%	12%	10%	6%	6%
Síntomas depresivos	57%	33%	24%	31%	26%
Pensamientos suicidas	69%	35%	19%	19%	20%
Bullying (Lo han cometido)	81%	56%	34%	28%	20%
Bullying (Lo han sufrido)	90%	69%	47%	52%	40%
Acoso sexual	75%	43%	17%	9%	5%
Abuso del alcohol	27%	25%	23%	24%	19%

En el Reino Unido, existe una relación muy marcada entre ubicarse en las categorías más extremas de la caja de la masculinidad, como es el caso de bullying (ya sea cometerlo o sufrirlo) el acoso sexual, los pensamientos suicidas y la depresión. Este hallazgo refleja los principales temas abordados anteriormente en este informe.

V.c.

Una mirada más detenida a México

Al igual que en el Reino Unido, las respuestas de los encuestados mexicanos sobre la afirmación de la individualidad mejoran en los quintiles más altos, alcanzando los índices más elevados entre los jóvenes que se han liberado de la caja. Sin embargo, y a diferencia de los otros dos países, también observamos un ligero repunte que pone de manifiesto que los hombres que se han liberado de la caja en México presentan índices más altos en la autovaloración de su atractivo en comparación con quienes se ubican en los quintiles 3 ó 4. En una sociedad que rompa completamente con la caja de la masculinidad, lo ideal sería que algunos de estos tipos de asociaciones fueran mucho más marcadas: en teoría, liberarse de las presiones sociales retrógradas y restrictivas debería mejorar en los jóvenes el sentido de la individualidad y la confianza sobre su atractivo.

FIGURA 5.4 SINUOSO CAMINO, MÉXICO

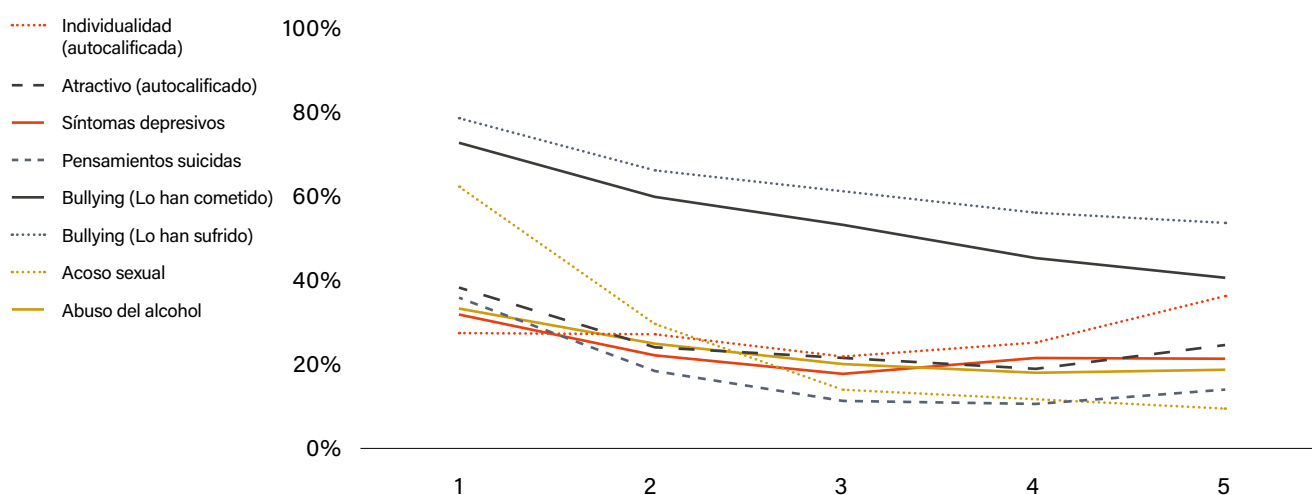


FIGURA 5.4 SINUOSO CAMINO, MÉXICO (CONTINUACIÓN)

	1	2	3	4	5
Individualidad (autocalificada)	27%	27%	22%	25%	36%
Atractivo (autocalificado)	37%	24%	22%	19%	24%
Síntomas depresivos	32%	22%	17%	21%	21%
Pensamientos suicidas	36%	18%	11%	10%	14%
Bullying (Lo han cometido)	73%	60%	53%	45%	40%
Bullying (Lo han sufrido)	79%	66%	60%	56%	54%
Acoso sexual	63%	30%	14%	11%	9%
Abuso del alcohol	33%	25%	19%	17%	19%

Dentro de los hallazgos encontrados en otras áreas—con las notables excepciones de las tres formas de violencia—, en la muestra mexicana la influencia que tiene la caja de la masculinidad no es tan pronunciada como lo es en Estados Unidos y el Reino Unido. Sin embargo, sí registramos una relación excesivamente marcada entre los quintiles de la caja y la propensión de los hombres mexicanos a intimidar a otros o a ser víctimas de bullying: los que siguen dentro de la caja son los que intimidan más y también son los más intimidados, mientras que los que se encuentran fuera de ella son los que menos intimidan y los menos intimidados. La diferencia en cómo se perpetua el acoso sexual a través de los quintiles es impactante: cae en picado del 63% entre los “atrapados” al 9% entre los “liberados”.

A fin de cuentas ¿qué significa todo esto? Este análisis más profundo confirma dos cosas:



En primer lugar, las normas sociales sobre la masculinidad son complejas y muchos hombres sostienen puntos de vista contradictorios. Adherirse a las normas de la caja puede resultar beneficioso: brinda a los hombres un sentido de pertenencia y los hace sentir que están a la altura de lo que se espera de ellos. Es posible que sus amigos, sus padres y sus parejas sentimentales los admiren, pero cuando esas mismas normas los lleva a ser agresivos, a evitar tener amigos gays, a reprimir sus emociones y a pelear cada vez que alguien los intimida, la caja les exige que aparenten ser lo que no son. Y la vida resultante puede ser violenta y solitaria.



En segundo lugar, este análisis nos indica que liberarse de la caja de la masculinidad no es algo que los jóvenes pueden hacer por sí solos. Todos nosotros, chicos y chicas, padres, educadores, medios de comunicación, maestros, novias, novios y el resto de la sociedad debemos ser parte de un proceso que tienda a reforzar ideas positivas, equitativas y no restrictivas sobre la masculinidad. Todos contribuimos a romper esa caja. Y aunque a menudo aceptar sus normas puede proporcionar un falso sentido de seguridad y de satisfacción con uno mismo, al mismo tiempo lleva a los jóvenes a ocultar sus inseguridades, su aislamiento y su deseo de establecer conexiones más profundas que “los hombres de verdad” no deberían mostrar. Así pues, ha llegado el momento de que trabajemos en tandem para acabar con este ciclo destructivo y romper la caja de la masculinidad⁷.

⁷ Existen muchos instrumentos y recursos mediáticos que pueden apoyar el proceso de romper la caja de la masculinidad. En particular, varios autores recomiendan ver la película de 2015 *The mask you live in* (La máscara en que habitas), así como remitirse a la investigación de Niobe Way, mencionada anteriormente, en particular *Deep Secrets* (Secretos profundos).

V CONCLUSIÓN

La conclusión general es que la caja de la masculinidad —entendida como el conjunto de normas socialmente reforzadas sobre lo que un “hombre de verdad” debe hacer— se encuentra más viva que nunca en Estados Unidos, el Reino Unido y México. Al mismo tiempo, la mayoría de los hombres entrevistados apoyan ideas relacionadas con la igualdad de género y aseguran que a los varones se les debe animar a que participen en actividades tradicionalmente consideradas femeninas o histórica y culturalmente asignadas exclusivamente a mujeres, entre ellas el cuidado de los niños.

Algunos jóvenes encuentran en la caja de la masculinidad un sentido de seguridad y protección, aún cuando al mismo tiempo les hace daño. Para algunos, la caja de la masculinidad parece ser una fuente de seguridad o quizás un mecanismo que les permite aparentar que todo anda bien. Para otros, estar ahí no les impide necesariamente tener amigos gays o acudir a otros en busca de apoyo cuando lo necesitan. Estos aspectos positivos de la caja de la masculinidad, sin embargo, son la excepción y no la regla.

Los efectos perjudiciales de la caja de la masculinidad en los hombres jóvenes son severos, reales y problemáticos. La mayoría de los que se adhieren a sus reglas tienen mayor probabilidad de arriesgar su salud y bienestar, romper con sus amistades más íntimas, resistirse a buscar ayuda cuando la necesitan, sufrir de depresión, y a considerar acabar con sus vidas. Asimismo son más propensos a usar violencia —verbal, virtual y física— contra otros y a acosar sexualmente a las mujeres, e igualmente, sus probabilidades de ser víctimas de violencia pueden ser mayores. Tienen más tendencia a involucrarse en comportamientos riesgosos como el abuso del alcohol, tienen entre dos y tres veces más en accidentes de tránsito y están menos dispuestos a forjar relaciones y amistades estrechas.

Las relaciones de los hombres jóvenes con los ideales de masculinidad son complejas y confusas, y el proceso de liberarse de la caja de la masculinidad no es perfectamente lineal y tampoco sencillo. El estudio revela algunas tendencias contradictorias. Los hombres jóvenes que están dentro de la caja de la masculinidad se muestran más satisfechos con sus vidas, incluso si presentan más síntomas de depresión, por ejemplo. Están más apegados a las normas de género más rígidas pero se sienten más libres de transgredir algunas de ellas, ya sea llorando ante sus amigos varones o dedicándole una cantidad de tiempo indulgente al arreglo personal. A pesar de que las contradicciones son reales, creemos que son descripciones fieles y lógicas de los dilemas que supone enfrentarse a ideales de masculinidad contradictorios. Estos jóvenes obtienen ciertos beneficios al permanecer dentro de la caja: les brinda de un sentido de pertenencia y de encontrarse a la altura de lo que se espera de ellos. Puede que se ganen la admiración de sus amigos y de sus padres. Pero cuando esas mismas normas los llevan a ser agresivos todo el tiempo, a evitar tener amigos gays, a reprimir sus emociones y a pelear cuando alguien los intimida, la caja les exige que se comporten como lo que no son y la vida que de ello se deriva puede volverse violenta y solitaria.

Liberarse de la caja de la masculinidad no es algo que los hombres jóvenes puedan hacer solos. Si ajustarse a las normas rígidas de la caja resultara claramente desventajoso, pocos hombres se ceñirían a ellas. El panorama es más complicado, y navegar por entre las recompensas y castigos de la masculinidad constituye un verdadero dilema en muchos escenarios. En esta realidad, todos nosotros —chicos y chicas, padres, educadores, medios de comunicación, maestros, parejas sentimentales y demás miembros de la sociedad— jugamos un papel importante en reforzar ideas positivas, equitativas y no restrictivas sobre la masculinidad. En otras palabras, ya es hora de que nos pongamos manos a la obra para liberarnos de la caja de la masculinidad.

APÉNDICES

Apéndice I

Investigación de las normas de género y la masculinidad en encuestas de hogares

Desde 2008, Promundo y sus colaboradores de investigación han formulado preguntas similares a las que se emplearon en este estudio a más de 45 000 hombres y mujeres en más de 30 países, como parte de la International Men and Gender Equality Survey (IMAGES por su siglas en inglés – Encuesta Internacional Sobre Hombres e Igualdad de Género). IMAGES incluye muestras de hogares representativas de hombres y mujeres de entre 18 y 59 años y nos ha permitido perfeccionar un conjunto de preguntas sobre normas y actitudes sociales para evaluar cuán conscientes están los hombres de las normas sociales acerca de la masculinidad (cómo las familias, los medios de comunicación, sus pares y otros que les comunican estas ideas), hasta qué punto ellos mismos creen en ellas, y cuál es la asociación o relación que existe entre esas actitudes y algunos comportamientos clave (sexuales, de salud, de uso de violencia, de cuidado de otros, etc.). Tales preguntas han sido puestas a prueba en numerosos contextos culturales, lo cual nos ha permitido perfeccionarlas para alentar a los hombres a que respondan sinceramente sobre temas tan delicados como su vida sexual, su salud mental, si han ejercido o han sido víctimas de violencia, entre otras cosas.

Ejemplos de estudios recomendados:

Barker, G., Contreras, J.M., Heilman, B., Singh, A.K., Verma, R.K. y Nascimento, M. (2011). *Evolving Men: Initial Results from the International Men and Gender Equality Survey (IMAGES)*. Washington DC: International Center for Research on Women (ICRW) y Río de Janeiro: Instituto Promundo.

Fleming P.J., McCleary-Sills J., Morton M., Levtoff R., Heilman B., Barker G. (2015). *Risk Factors for Men's Lifetime Perpetration of Physical Violence against Intimate Partners: Results from the International Men and Gender Equality Survey (IMAGES) in Eight Countries*. Dalal K, ed. PLOS ONE. 2015; 10(3): e0118639.

Fulu, E., Warner, X., Miedema, S., Jewkes, R., Roselli, T. y Lang, J. (2013). *Why Do Some Men Use Violence Against Women and How Can We Prevent It? Quantitative Findings from the United Nations Multi-country Study on Men and Violence in Asia and the Pacific*. Bangkok: UNDP, UNFPA, UN Women y UNV.

Heilman B., Hebert L. y Paul-Gera N. (2014). *The Making of Sexual Violence: How Does a Boy Grow Up to Commit Rape? Evidence from Five IMAGES Countries.* Washington DC: International Center for Research on Women (ICRW) and Promundo.

Kato-Wallace, J., Barker, G., Sharafi, L., Mora, L., Lauro, G. (2016). *Adolescent Boys and Young Men: Engaging Them as Supporters of Gender Equality and Health and Understanding their Vulnerabilities.* Washington DC: Promundo-US. New York City: UNFPA.

Levtov R., Barker G., Contreras-Urbina M., Heilman B., Verma R. (2014). *Pathways to Gender-equitable Men: Findings from the International Men and Gender Equality Survey in Eight Countries.* Men and Masculinities, 17(5).

Apéndice II

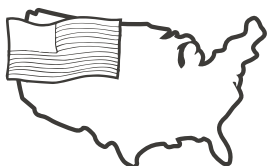
Detalles de la investigación cualitativa

Las discusiones en grupos focales fueron conducidas por equipos de Promundo en Washington DC y en la Ciudad de México, y por investigadores de la Open University en Londres y el norte de Inglaterra. Todos los grupos estuvieron conformados por menos de diez participantes cuyas edades oscilaron entre los 17 y los 30 años, y se llevaron a cabo en septiembre y octubre del 2016. La Open University está preparando un informe independiente sobre la investigación cualitativa que se llevó a cabo en el Reino Unido. Las conversaciones giraron en torno a cinco temas principales, con diálogos adicionales que surgieron a partir de las preferencias y vidas de los participantes. Los cinco temas principales fueron:

1. **Un “hombre de verdad”:** ¿Cómo definirían a “un hombre de verdad”?
2. **Presiones:** ¿Qué tipos de presiones sienten para probar que son “hombres de verdad”?
3. **La individualidad frente a las presiones:** ¿Cómo reflejan estas presiones la vida que ustedes individualmente quieren vivir?
4. **Las ideas en práctica:** ¿Cuáles son algunas de las acciones que ustedes emprenden en su vida cotidiana que reflejen sus valores acerca de cómo deberían vivir los hombres jóvenes?
5. **Esperanzas para el futuro:** Pensando en los hijos y nietos que pudieran tener —las próximas generaciones— ¿cómo les gustaría que definieran a “un hombre de verdad”?

Además de estas cinco preguntas básicas, los facilitadores grupales fueron capacitados en varias preguntas de seguimiento y sondeos en profundidad para estos y otros temas. A continuación presentamos otros detalles sobre los grupos.

**Washington DC
Estados Unidos**



Los dos grupos focales de Washington DC se realizaron en septiembre de 2016. El primero estuvo conformado por ocho participantes, siete de los cuales se identificaron como afroamericanos. Dos hombres se identificaron como trans y los otros dos como *queer*. El segundo grupo contó con diez participantes, en su mayoría identificados como latinos y dos como afroamericanos. Todos los participantes de Washington DC tenían entre 18 y 30 años de edad.

**Ciudad de México
México**



Los tres grupos focales de Ciudad de México se realizaron en octubre de 2016. El primero contó con diez participantes de 18 a 24 años, todos identificados como heterosexuales. Este grupo incluyó a un padre joven. El segundo grupo contó con siete participantes de 25 a 30 años, todos identificados como heterosexuales. El tercero y último grupo estuvo conformado por nueve participantes de 18 a 30 años, todos identificados como homosexuales.

Reino Unido



El equipo de la Open University condujo las discusiones de cuatro grupos focales en cuatro localidades diferentes de Londres y el norte de Inglaterra. En el grupo de Bermondsey, sur de Londres, participaron cuatro jóvenes, de 20 a 24 años. Todos eran de ascendencia africana, caribeña o mixta. El grupo de Elephant and Castle, sur de Londres, incluyó a siete hombres de 18 a 28 años de edad. Dos de ellos se identificaron como británicos de ascendencia europea, uno como británico de ascendencia africana, uno como africano, uno como afrocaribeño, un latinoamericano y un hombre de ascendencia mixta europea y africana. El grupo de Beeston Hill, Leeds estuvo integrado de nueve jóvenes musulmanes, ocho de ascendencia pakistaní y uno de origen bangladesí, cuyas edades oscilaban entre los 18 y 29 años. Cinco de los participantes estaban empleados y cinco eran estudiantes (uno marcó las cajas de 'empleado' y 'estudiante'). El grupo de Batley, Yorkshire, lo conformaron cinco jóvenes, todos miembros del mismo grupo de rugby. Todos eran de ascendencia europea; todos eran estudiantes y todos tenían 17 años. Cuatro dijeron no profesar religión alguna y uno no respondió a la pregunta.



La caja de la masculinidad:
Un estudio sobre lo que significa ser hombre joven
en Estados Unidos, el Reino Unido y México

