****

**UNIVERSIDAD DEL ACONCAGUA**

**FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

**ANTEPROYECTO DE TESIS DE LICENCIATURA DE PSICOLOGÍA**

MANDATOS DE LA MASCULINIDAD HEGEMÓNICA EN VARONES MAYORES DE EDAD DE LA PROVINCIA DE MENDOZA

**Carrera:** Licenciatura en Psicología

**Apellido y Nombre:** Luconi Natalí

**Teléfono:** 2622521212 **Correo electrónico:** [luconinatali@gmail.com](mailto:luconinatali@gmail.com)

**Director de tesis:** Lic. Carolina García

**Fecha:** 14 de Septiembre de 2022

**1. TEMA Y PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

**Tema general**

La presente investigación es un estudio de género. Se pretende analizar la adherencia a los roles y mandatos de la masculinidad hegemónica en la actualidad en varones cisgénero mayores de edad de la provincia de Mendoza.

**Planteamiento del problema**

Ser varón o mujer no es una cuestión de biología, sino de género. Así como la cultura crea dos cuerpos sexuados diferentes y desiguales: al varón y a la mujer, también crea un tipo de masculinidad sobre muchas otras posibles (Instituto de Masculinidades y Cambio Social, 2019). Existe una manera de masculinidad que impera y domina el camino de la construcción de la identidad del varón: la masculinidad hegemónica. Esta se impone como norma y cumple un papel fundamental en la construcción del psiquismo y del cuerpo masculino.

Por tanto, la masculinidad no es una esencia innata, un rol o estilo de personalidad, algo que se posee o no, no es un hecho biológico. Sino que se trata de un orden que impregna profundamente en las identidades, un sello de identificación, un estructurador de identidades. Es externa y preexistente al sujeto, compleja, absolutista y excluyente, tiene valores y antivalores a los que hay que acercarse y alejarse para ser un “verdadero hombre”. De esta manera, se impone un modelo social hegemónico que condiciona un modo particular de configuración de la subjetividad y corporalidad del varón y queda encarnado en el modo de ser y existir masculino, como así también en el modo de pensar femenino sobre el hombre. En resumidas cuentas, una configuración que impone y normativiza discursos y prácticas (Bonino Méndez, 2002).

Esta masculinidad hegemónica tiene como imperativos mandatos que recaen sobre el varón a modo de demandas y exigencias, dando lugar a subjetividades impregnadas de condicionamientos, como así también a relaciones desiguales de poder, discriminación y violencia. Si bien la condición de género supone privilegios para los varones, a su vez, este camino de devenir varón no es sin costos, deja sus huellas y secuelas (Instituto de Masculinidades y Cambio Social, 2019).

**Objetivos**

Objetivo general:

* El objetivo de la presente investigación es analizar la adherencia a los roles y mandatos de la masculinidad hegemónica en varones cisgénero mayores de edad de la provincia de Mendoza.

Objetivos específicos:

* Evaluar la adherencia a los roles y mandatos de la masculinidad hegemónica en varones cisgénero de 18 a 70 años de edad de la provincia de Mendoza, a través del Inventario de Roles de la Masculinidad Hegemónica Modificado (IRMH-M).
* Establecer relaciones entre la adherencia o no a los roles y mandatos de la masculinidad hegemónica con variables tales como la edad, zona de residencia rural o urbana, máximo nivel educativo alcanzado, educación sexual recibida y creencias religiosas.
* Comparar los resultados obtenidos con datos empíricos de otras investigaciones.

**Justificación y relevancia de la investigación**

Los mandatos de la masculinidad hegemónica condicionan a los sujetos a ser, hacer y querer ciertas cosas y rechazar otras, es decir, a ser de acuerdo a un libreto que decreta lo esperable para varones, en este sentido es opresiva y condicionante (Instituto de Masculinidades y Cambio Social, 2019). Se establecen ciertas obligaciones para cada género como así también ciertas prohibiciones simbólicas (Lamas, 2007). De manera que el género no sólo actúa sobre un sujeto preexistente, sino que también lo forma: el sujeto es subjetivado por éste. Cumple un papel fundamental en el camino de devenir varón. Dicho de otra manera, el género participa en la producción de los parámetros de persona, “hace” personas de acuerdo a normas abstractas que condicionan las vidas que hacen y deshacen (Butler, 2006).

Por tal motivo, resulta fundamental problematizar los discursos con los que son socializados los varones –y también mujeres– en el camino de devenir varón. Mandatos, demandas, presiones internas y externas que tienen sus costos. Supone un gran beneficio a la salud mental eximir a los varones de las cargas y supuestos de género, para dar lugar a un desarrollo con mayores grados libertad. A su vez, esto tendría un impacto positivo al contribuir a cuestionar y modificar las estructuras patriarcales al servicio de la igualdad y equidad y en la prevención de la violencia de género. Como así también, en facilitar datos a tener en cuenta para generar herramientas para trabajar con el abordaje de las masculinidades en la actualidad.

**2. MARCO CONCEPTUAL DE REFERENCIA**

**Conceptos claves**

Las palabras claves sobre las que versa este trabajo son género, varones, masculinidad hegemónica, mandatos.

**Breve descripción de las palabras claves**

El concepto de género es el cimiento donde se edifica la presente investigación. Este permite pensar cómo se llega a ser varón o mujer, por lo tanto, no se trata de hechos biológicos sino de construcciones culturales. Desde el momento del nacimiento, el sujeto se encuentra inserto en un tejido cultural preexistente a él, donde ya existen representaciones y valoraciones sociales acerca de lo que es ser varón y lo que es ser mujer. Esto se asimila mediante el proceso de socialización de género, donde se aprende a pensar, sentir y actuar según los valores y creencias que la cultura dicta para cada sexo (ONU Mujeres, 2016). Esta socialización de género no sólo tiene lugar en la infancia sino que está presente a lo largo de la vida en todo momento y en todos los ámbitos que la persona habita.

El Instituto de Masculinidades y Cambio Social (2019, 10) define al género como “un dispositivo de poder, un guión que socializa a los cuerpos con pene en la masculinidad para que se conviertan en varones, y a los cuerpos con vagina en la feminidad para que se conviertan en mujeres”. El género estructura la percepción individual pero también la organización concreta y simbólica de la vida cotidiana, es un ordenador social. A través del género se produce y reproduce lo masculino y femenino, pero podría también ser el medio para desnaturalizar estas concepciones (Butler, 2006). Teniendo en cuanta la definición que propone el Instituto de Masculinidades y Cambio Social, la masculinidad puede pensarse como una dimensión o un arista de ese guión, orientada a disciplinar e instruir a los varones en determinadas prácticas y mandatos. Dicho de otra manera, se refiere a los modos en que los varones son socializados y a los discursos que giran en torno al “ser hombre”.

Ahora bien, la masculinidad hegemónica impera la jerarquía de las diversas maneras de habitar la masculinidad, se encuentra en lo más alto de las masculinidades posibles. Burín y Meler (2000, citado en Bonino Méndez, 2002, 10) definen a la masculinidad hegemónica como “una estructura simbólica –arbitraria–, compuesta por un conjunto de mitos, creencias y significados sobre el ser hombre, que nos indica cómo tiene que ser un hombre «auténtico»”. Tal como expresa González (2018, 22), “hay un decir hegemónico que preexiste al sujeto favoreciendo ciertos significantes, usos y costumbres”.

El poder es la coordenada que atraviesa el deber ser de la masculinidad hegemónica. Los mandatos que recaen sobre los varones son: ser fuerte, ser heterosexual, ser sexual y potente, ser importante, ser proveedor, ser protector, ser productivo, ser procreador, ser autosuficiente, restricción emocional e inteligencia racional. Estos no sólo les son impartidos a los varones, sino que las mujeres son también socializadas para esperar que los varones cumplan con estas demandas. Además, en este camino de devenir varón, éste lo hace ante la mirada de otros varones que operan como jueces de una “verdadera masculinidad”, aquí cumple un papel fundamental la violencia y la complicidad entre varones (Instituto de Masculinidades y Cambio Social, 2019).

No obstante, no todos los varones entran en este ideal de masculinidad hegemónica, sino aquellos portadores de ciertas características: varones cisgénero, heterosexuales, blancos, de clase media y alta, adultos y sin discapacidades físicas ni cognitivas. Y aun así, siendo poseedor de estas características es difícil encajar a la perfección con el ideal que impone la masculinidad hegemónica, ya que la norma como un armado al servicio de la regulación y disciplinamiento, no está hecha para personas de carne y hueso, sino para un modelo de hombre irreal. Entonces, así como hay masculinidades hegemónicas también hay masculinidades subordinadas. La masculinidad hegemónica, está en lo más alto en la jerarquía de masculinidades posibles, por tal razón es la representación social dominante de lo masculino (Bonino Méndez, 2002). Y todas aquellas masculinidades que no corresponden con el guión hegemónico son colocadas en un lugar de inferioridad.

Esta identidad masculina que se presenta en forma de privilegios, exigencias y prohibiciones, no es sin costos. Algunas de las secuelas que deja los imperativos de la masculinidad hegemónica son: conductas temerarias y violentas, expropiación de los sentimientos y negación de vulnerabilidad, sexualidad forzada, paternidad periférica, invalidez personal, temor a la feminización y agresividad en relación a la violencia de género (Ares Muzio, 1996).

**Estado actual del tema**

A partir del rastreo bibliográfico realizado, se observa que en la actualidad hay una gran cantidad de aportes teóricos que apuntan a problematizar la masculinidad como una construcción social, cultural y política, como así también a cuestionar aquellos preceptos y exigencias que ésta impone con las consecuencias que lleva consigo.

En Argentina, el Instituto de Masculinidades y Cambio Social presentó herramientas para trabajar con varones y masculinidades, con el objetivo de prevenir la violencia de género y la discriminación (Instituto de Masculinidades y Cambio Social, 2019). Otra investigación realizada por el PROINCE en el año 2019, expone el análisis de datos empíricos acerca de cómo se construyen socialmente las nuevas masculinidades en varones mayores de edad de Argentina (Robles et al., 2021).

Otro estudio realizado en el año 2020 en la Universidad de Buenos Aires acerca de la masculinidad y el sufrimiento psíquico, expone los significantes de qué es lo masculino y cómo estos tienen efectos en la salud mental de los varones y en su modo de vincularse violento. Este estudio concluye que si bien pueden cambiarse las características de la masculinidad hegemónica, ya que no es algo cerrado y acabado, es probable que los varones sigan ocupando el lugar del poder. Se menciona la necesidad del abordaje con varones para que hallen las singularidades de las subjetividades más allá de su condición de pertenencia a lo varonil (Perla, 2020).

Por otro lado, otro estudio también realizado en el año 2020 en la Universidad de Buenos Aires que, con el objetivo de identificar riesgos y padecimientos en los varones, se estudian los mitos sociales de la masculinidad hegemónica desde una perspectiva de género. Se concluye que así como existen mitos sociales acerca de la feminidad, también los hay en la masculinidad, y estos determinan los modos de subjetivación de los varones. También se expone que es fundamental el estudio de las masculinidades, ya que debido a las exigencias de esta, se producen padecimientos subjetivos, singulares pero también colectivos, tanto para los varones como para quienes los rodean (Gutman, 2020).

En Colombia se realizó una investigación con el objetivo de evaluar las propiedades psicométricas de un inventario para medir la adherencia a los roles de la masculinidad hegemónica en varones (IRMH-M). Se concluyó que dicho instrumento posee propiedades psicométricas adecuadas y validez, y además se presentaron los resultados obtenidos. Estos reflejaron que a menor nivel educativo y a mayor edad hay mayor adherencia a los roles de la masculinidad hegemónica. También se hallaron diferencias en relación a la ocupación de los participantes y al estrato que pertenecían. No se encontraron diferencias significativas en relación al estado civil y a la orientación sexual.

Además, hay investigaciones en Latinoamérica que estudian la masculinidad hegemónica en relación a diversas variables. Como por ejemplo la vasectomía y la masculinidad hegemónica en Colombia, la masculinidad hegemónica en pacientes con enfermedades crónicas frecuentes en Cuba, la masculinidad en varones que pagan por sexo en Argentina, entre otras.

**Perspectiva teórica desde la que se abordará**

La presente investigación se realizará desde la perspectiva de género. Se trata de una perspectiva teórica, una categoría analítica y una herramienta para el cambio social que, a partir de estudios que surgen del feminismo, busca problematizar y denunciar estereotipos, prejuicios, modos de construir y pensar a los sujetos y a la sexualidad desde una mirada heteronormativa y hegemónica, con el objeto de dar lugar a nuevos interrogantes y contenidos que penetren en el imaginario colectivo de la sociedad para generar cambios al servicio de la igualdad y equidad (UNICEF, 2017).

**3. ASPECTO METODOLÓGICO**

**Tipo de estudio**

El enfoque de la investigación será de tipo **cuantitativo**, **con un alcance relacional**, ya que no sólo busca describir, sino también establecer relaciones entre las variables. Es un estudio no experimental con un **diseño transversal**, puesto que pretende conocer el estado de la problemática planteada en la actualidad (Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio, 2008).

**Campo empírico**

La **muestra** será no probabilística y la técnica de muestreo será intencional, ya que participarán sujetos con determinadas características que las hacen ser incluidas en la muestra. En el caso de la presente investigación, se encuestará a varones cisgéneros de 18 a 70 años de edad de la provincia de Mendoza. Se pretenden encuestar alrededor de 200 varones.

**Procedimiento metodológico**

Para la recolección de datos, como instrumento se implementará el **Inventario de Roles de la Masculinidad Hegemónica Modificado (IRMH-M)**, el cual consta de 30 ítems que miden la adherencia a los roles de la masculinidad hegemónica. El IRMH-M de Toro Alfonso y Varas Díaz (2003) es unas versión corta del MNRI de Levant, Wu y Fischer (1996, citado en Pineda Roa, Galindo Ascanio, González Moreno y Chaparro Clavijo, 2019), el cual constaba originalmente de 57 ítems.

El IRMH-M tiene cinco subescalas: evitación de conductas femeninas, logro/estatus, agresión, rechazo de la homosexualidad y actitudes hacia el sexo. Dicho instrumento presenta ítems en forma de afirmaciones acerca de cómo un hombre debería ser o cómo debería mostrarse de acuerdo a un imperativo cultural patriarcal. Tiene una puntuación tipo Likert: totalmente de acuerdo (1), parcialmente de acuerdo (2), indeciso (3), parcialmente en desacuerdo (4) y totalmente en desacuerdo (5). A menor puntaje mayor adherencia a los roles de la masculinidad hegemónica. El IRMH-M fue validado en Colombia, país con características sociodemográficas similares a Argentina.

Estará acompañado de un **cuestionario ad hoc** donde se preguntará datos sociodemográficos con el objeto de establecer relaciones entre variables.

Además, al inicio de la encuesta la persona deberá firmar un **consentimiento informado** que acepta y desea participar del presente estudio. Los cuestionarios serán anónimos para obtener respuestas que no estén sesgadas. Ambos serán construidos en la plataforma de Formularios de Google, de manera que los sujetos voluntarios respondan vía online.

El **análisis estadístico** de los datos se realizará mediante SPSS.

**4. BIBLIOGRAFÍA**

Arés Muzio, P. (1996). Virilidad ¿Conocemos el costo de ser hombres? *Revista Sexología y Sociedad, 2*(4), 34-38.

Bonino Méndez, L. (2002). Masculinidad hegemónica e identidad masculina. *Dossiers feministes, 6,* 7-36. Recuperado de <https://raco.cat/index.php/DossiersFeministes/article/view/102434>

Butler, J. (2006). Regulaciones de género. *La ventana. Revista de estudios de género, 3*(23), 7-36. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362006000100007>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). (2017). *Comunicación, infancia y adolescencia. Guía para periodistas.* Recuperado de <https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org.argentina/files/2018-04/COM-1_PerspectivaGenero_WEB.pdf>

González, M. J. R. (2018). *Avatares del sujeto en el proceso de devenir varón y padre* (Tesis doctoral). Facultad de Psicología, Universidad del Aconcagua, Mendoza, Argentina. Recuperado de <http://190.183.61.20/objetos_digitales/787/tesis-6354-avatares.pdf>

Gutman, J. C. (2020). Mitos sociales de la masculinidad hegemónica tradicional. *Estudios de género, Symploké. 1*(1). 52-56. Recuperado de <http://www.revistasymploke.com/revistas/SymplokeEGN1.pdf#page=52>

Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2008). *Metodología de la Investigación. Cuarta edición.* México: Mc Graw Hill.

Instituto de Masculinidades y Cambio Social. (2019). Varones y masculinidad(es). Herramientas pedagógicas para facilitar talleres con adolescentes y jóvenes. Argentina: Buenos Aires. Recuperado de <http://respositorio.dpe.gob.ec>

Lamas, M. (2007). El género es cultura. *Carta Cultural Iberoamericana.* Recuperado de <http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/981/El_genero_es_cultura_Martha_Lamas.pdf>

ONU Mujeres (2016). Profundicemos en términos de género: Guía de terminología y uso de lenguaje no sexista para periodistas, comunicadoras y comunicadores. ONU Mujeres Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala y la Escuela de Diseño Gráfico. Recuperado el 03 de julio del 2021 de <http://onu.org.gt/wp-content/uploads/2017/10/Guia-lenguaje-nosexista_onumujeres.pdf>

Pineda-Roa, C. A., Galindo-Ascanio, G. K., González-Moreno, D. P., & Chaparro-Clavijo, R. A. (2019). Validación de un inventario de roles de masculinidad hegemónica en varones colombianos. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, *15*(2), 257-270. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-99982019000200007>

Perla, L. (2020). Masculinidades y sufrimiento psíquico. *Estudios de género, Symploké. 1*(1). 52-56. Recuperado de <http://www.revistasymploke.com/revistas/SymplokeEGN1.pdf#page=52>

Robles, C. O., Rearte, P., Robledo, S., Santoriello, F., González, S. M., & Yovan, M. (2021). La convivencia entre la masculinidad hegemónica y las nuevas masculinidades. ¿Es posible el ejercicio de una masculinidad antipatriarcal? *Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales,* (19), 87-107. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5819/581966771006/581966771006.pdf>

**5. CRONOGRAMA O PLAN DE TRABAJO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVIDAD** | **MES** | | | |
| Agost | Sept | Oct | Nov |
| Ampliar rastreo bibliográfico | x |  |  |  |
| Elaborar marco teórico | x | x |  |  |
| Informe de avance |  | x |  |  |
| Confección de encuesta y cuestionario |  | x |  |  |
| Informe de avance |  |  | x |  |
| Difusión de encuesta y cuestionario |  |  | x |  |
| Análisis estadístico |  |  | x | x |
| Conclusiones |  |  |  | x |
| Entrega |  |  |  | x |

**6. ANEXO**



