

# **Masculinidades: Permanencias, cambios y transformaciones**

Luis David Forero García

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Comunicación y Cultura  
Programa de Comunicación social  
Bogotá. D.C.  
2024

**Masculinidades: Permanencias, cambios y transformaciones**

Luis David Forero García

Directora

Martha Bohórquez

Trabajo de grado para optar a título de Comunicación Social

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Arte Comunicación y Cultura  
Programa de Comunicación Social  
Bogotá. D.C.  
2024

## **Dedicatoria**

A mi yo cuestionador, a mi determinación por cambiar el mundo, a mi búsqueda incansable de la verdad, y a todos aquellos que se unen a la causa de redefinir las masculinidades.

Esta monografía está dedicada a todos nosotros, a quienes nos negamos a aceptar las limitaciones impuestas por la sociedad en cuanto a lo que significa ser hombre. Es un llamado a la reflexión y al cuestionamiento constante de los patrones de género, a desafiar las normas impuestas y a abrazar la diversidad de expresiones masculinas. Que este trabajo sirva como una chispa para desafiar la hegemonía y el machismo, y nos recuerde que somos personas, libres de definiciones rígidas, viviendo y sintiendo nuestra propia autenticidad.

Con gratitud, reconozco a aquellos cuyo apoyo y guía han sido fundamentales en mi camino. A mi padre, Johanny Forero, por su inquebrantable apoyo económico y emocional, brindándome las fuerzas para perseverar. A mis abuelos, Flor Quevedo y Armando Forero, cuyo amor incondicional y apoyo material me permitieron concentrarme plenamente en mis estudios.

Que esta dedicatoria también sea un tributo a la generosidad y aliento de quienes han estado a mi lado, recordándome que ningún logro es individual, sino el resultado del apoyo y la colaboración de muchos. Con gratitud y determinación, avancemos juntos hacia un futuro más inclusivo y respetuoso.

Luis David Forero García

## **Agradecimientos**

Quiero extender mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido alguna manera a la realización de esta monografía.

Agradezco profundamente a mi padre, Johanny Forero, por su constante apoyo económico y emocional, el cual ha sido fundamental para mi carrera académica. Su sacrificio y aliento han sido un motor indispensable en mi camino hacia el éxito.

A mis abuelos, Flor Quevedo y Armando Forero, les estoy infinitamente agradecido por su amor incondicional y por proporcionarme un hogar estable donde pude concentrarme plenamente en mis estudios.

Expreso mi reconocimiento a todos mis profesores de la carrera, cuya dedicación y orientación han sido fundamentales para mi crecimiento académico. Especialmente agradezco a Martha Bohórquez por su apoyo constante y sus valiosos consejos durante la elaboración de este trabajo.

Finalmente, quiero agradecer a mis amigos y seres queridos por su apoyo incondicional y su ánimo constante a lo largo de este camino. Su presencia ha sido una fuente inagotable de inspiración y fortaleza.

A cada uno de ustedes, les estoy profundamente agradecido por su generosidad y apoyo. Este logro no habría sido posible sin su contribución.

Luis David Forero García

## **Resumen**

Esta investigación tiene como objetivo principal sensibilizar a los estudiantes universitarios del Programa de Comunicación Social de los últimos semestres de la Universitaria agustiniana-Uniagustiniana en el tema de las masculinidades.

Para lograrlo, se abordan diversos aspectos relacionados con la construcción social de la masculinidad, su impacto visto en la sociedad y la importancia de promover una perspectiva de género inclusiva y equitativa en el ámbito de la comunicación.

En el proceso, se analizan los estereotipos y roles de género que influyen en las ideas sociales acerca del ser hombre y se proponen herramientas educomunicativas para fomentar una visión más amplia, diversa y respetuosa de las masculinidades.

El diseño de estas herramientas se construye desde el campo de la educomunicación, visto como un área interdisciplinaria que integra la educación y la comunicación para promover iniciativas de enseñanza-aprendizaje más efectivas y significativas.

Desde esta propuesta, la educomunicación se enfoca en el empleo de medios de comunicación y herramientas tecnológicas como recursos pedagógicos para facilitar la adquisición de conocimientos y habilidades, así como el desarrollo de competencias críticas y creativas en los estudiantes.

***Palabras Clave:*** Masculinidades, Roles de género, Comunicación y Dominación

## **Abstract**

The main objective of this research is to raise awareness among university students of the Social Communication Program of the last semesters of the Universitaria agustiniana-Uniagustiniana on the topic of masculinities.

To achieve this, various aspects related to masculinity's social construction, its impact on society, and the importance of promoting an inclusive and equitable gender perspective in communication are addressed.

In the process, the stereotypes and gender roles that influence social ideas about being a man are analyzed and educommunicative tools are proposed to promote a broader, diverse, and respectful vision of masculinities.

The design of these tools is built from the field of educommunication, seen as an interdisciplinary area that integrates education and communication to promote more effective and meaningful teaching-learning initiatives.

From this proposal, educommunication focuses on using media and technological tools as pedagogical resources to facilitate the acquisition of knowledge and skills, as well as the development of critical and creative competencies in students.

***Keywords:*** Masculinities, Gender Roles, Communication and Dominance

## Índice de contenido

1.	Introducción .....	10
1.	Planteamiento de la investigación .....	13
1.1.	Descripción del Problema .....	13
1.2.	Pregunta problema.....	13
1.3.	Objetivos .....	13
1.4.	Hipótesis.....	13
1.5.	Justificación.....	13
1.6.	Metodología .....	14
1.7.	Consideraciones éticas .....	14
2.	Marco Referencial .....	16
2.1.	Antecedentes investigativos .....	16
2.2.	Marco conceptual .....	17
2.3.	Marco teórico .....	23
3.	Desarrollo de la investigación .....	37
3.1.	Diagnóstico de la estrategia educomunicativa .....	37
3.2.	Planeación de la estrategia educomunicativa .....	59
3.3.	Implementación de la estrategia educomunicativa.....	68
3.4.	Herramientas Educomunicativas Sugeridas .....	68
3.5.	Piezas de Campaña.....	69
3.6.	Evaluación de la estrategia educomunicativa.....	73
4.	Resultados, recomendaciones y conclusiones .....	76
4.1.	Resultados de la investigación .....	76
4.2.	Recomendaciones de la investigación.....	77
4.3.	Conclusiones .....	77
	Referencias .....	79

## Índice de figuras

Figura 1. Resultados de la pregunta 1 sobre sexo. Nota. Elaboración propia. ....	38
Figura 2. Resultados de pregunta 2 sobre el género con el que se identifica. Nota. Elaboración propia. ....	39
Figura 3: Resultados de la pregunta 3 sobre la orientación sexual. Nota. Elaboración propia. ....	39
Figura 4. Resultados de la pregunta 4 sobre el servicio de comida en casa. Nota. Elaboración propia. ....	40
Figura 5. Resultados de pregunta 5 sobre las tareas de hogar en caso de tener hijos. Nota. Elaboración propia. ....	41
Figura 6. Resultados de la pregunta 6. Nota. Elaboración propia. ....	42
Figura 7. Resultados de pregunta 7. Nota. Elaboración propia. ....	42
Figura 8. Resultados de pregunta 8. Nota. Elaboración propia. ....	43
Figura 9. Resultados de pregunta 9. Nota. Elaboración propia. ....	44
Figura 10. Resultados de pregunta 10. Nota. Elaboración propia. ....	44
Figura 11. Resultados de pregunta 11. Nota. Elaboración propia. ....	45
Figura 12. Resultados de pregunta 12. Nota. Elaboración propia. ....	46
Figura 13. Resultados de pregunta 15. Nota. Elaboración propia. ....	47
Figura 14. Resultados de pregunta 16. Nota. Elaboración propia. ....	48
Figura 15. Resultados pregunta 19. Nota. Elaboración propia. ....	51
Figura 16. Resultados de pregunta 16. Nota. Elaboración propia. ....	52
Figura 17. Resultados de pregunta 21. Nota. Elaboración propia. ....	52
Figura 18. Captura de pantalla del perfil de Instagram de @todosobremasculinidad. Nota. Elaboración propia. ....	73

## **Índice de tablas**

Tabla 1. Necesidades propuestas y producto para los entrevistados.....	60
--	----

## 1. Introducción

En la actualidad, los estudios sobre masculinidades son una de las áreas de mayor interés en el ámbito de los estudios de género. La necesidad de comprender el lugar de opresión histórica que han experimentado las mujeres, desde el feminismo, ha llevado a una cierta falta de atención en cuanto a entender el lugar y las condiciones que hacen posible la dominación de los hombres. Dado que el género es una construcción relacional que implica a ambos sujetos, si uno de ellos cambia, el otro también lo hace.

Una vez se interroga el rol de las mujeres, necesariamente se interpela el rol de los hombres. Considerando que el sistema sexo género se basa en las relaciones de poder entre los sexos, desde una mirada dualista, es imperativo cuestionar no solamente el lugar de la mujer sino el rol que se ha fijado en torno a las masculinidades hegemónica.

En este sentido, es bien sabido que las masculinidades hegemónicas no terminan por afectar sólo a las mujeres, pues de acuerdo con diversas líneas investigativas tenidas en cuenta en este estudio, se puede apreciar que igualmente tienen grandes repercusiones en los hombres.

Partiendo de dicha premisa, se ha argumentado un solo lugar de opresión e igualmente un solo sitio o nicho de dominación y se ha caído en una especie de dualismo, en el que se conciben estas relaciones de poder, lo que ha generado como principal consecuencia la naturalización del lugar de los varones, que obstaculiza la comprensión y transformación de estas relaciones creadas por el sistema y no por el sujeto varón, a quien se le otorgan unos privilegios, que van a sostener su lugar de dominación en la sociedad.

Un ejemplo de esos lugares habituales donde se pone lo masculino en relación con la desigualdad de género y la violencia contra las mujeres, se presenta en el estudio planteado por María Bustelo y Emanuela Lombardo (2007) en el cual tras el pensamiento de las políticas de igualdad en Europa encontraron que usualmente, en las campañas de concienciación para prevenir la violencia contra las mujeres, no se menciona específicamente al colectivo masculino como parte del objetivo, sino que se dirigen a la sociedad en general para crear conciencia sobre el problema. En muchas ocasiones, se observa que las víctimas se representan claramente como mujeres, mientras que los agresores son mencionados con un lenguaje neutro. Los documentos oficiales sobre políticas de género en Europa tienden a transmitir el mensaje de que la desigualdad de género es un problema de las mujeres y que son ellas las que deben cambiar. Por lo general, los hombres son representados de manera diferente en diferentes países y contextos, pero lo común en todos ellos es que no se les considera parte del problema ni se les insta a cambiar. Esto significa que rara vez se les hace un llamado directo ni son objeto de las políticas de igualdad. Como resultado, se plantea por parte de las autoras que, en la sociedad,

el "papel masculino" se asocia con ser maltratadores o, en algunos casos, con ser indiferentes ante la violencia contra las mujeres.

La desigualdad de género se encuentra implícita en diversas áreas de la vida en sociedad, sin embargo, una de las más visibles es, por ejemplo, en la vida política, donde los hombres suelen ser representados como el grupo "selecto" para tener cargos importantes mientras las mujeres "deben" atender las tareas domésticas; espacio donde han sido confinadas históricamente.

Estos ejemplos ilustran los estereotipos y roles sociales predominantes en la masculinidad, destacando la mirada crítica hacia la masculinidad hegemónica y su relación histórica con la dominación hacia las mujeres. Bustelo y Lombardo (2006) señalan que las políticas de igualdad, al centrarse tradicionalmente en el "sexo" en lugar del "género", no abordan las dinámicas interdependientes entre los géneros, lo que limita el reconocimiento de otras formas de masculinidad.

Como resultado, las políticas públicas se han enfocado principalmente en las mujeres, dejando de lado el papel de los hombres como sujetos de género y neutralizando su participación en la transformación de las dinámicas de género. Es importante aclarar que es evidente, que frente a la desigualdad las políticas públicas se centren en atender las brechas de género. Sin embargo, esta tesis busca comprender cómo se construye la masculinidad como un producto social normativo y estereotipado, con el objetivo de sensibilizar a los estudiantes de Comunicación Social de Uniagustiniana sobre las consecuencias de las masculinidades hegemónicas y fomentar una reflexión hacia nuevas formas de masculinidad. Esto puede contribuir a la creación de políticas más inclusivas que promuevan la transformación de las desigualdades de género desde los hombres.

A continuación, se describe cada parte de este documento: en el primer capítulo, "Descripción de Problema", se establece el planteamiento, los objetivos, la justificación y las consideraciones éticas de la investigación. En el segundo capítulo, "Marco Referencial", se brinda un análisis de la literatura acerca del tema de masculinidades, donde se aborda el paradigma del constructivismo social y las teorías feministas y de género para más adelante precisar sobre las masculinidades.

Luego, el tercer capítulo, "Desarrollo de la Investigación", describe los métodos y procedimientos utilizados para elaborar un diagnóstico donde se recopilan y analizan los datos obtenidos después de la encuesta realizada a los estudiantes de Comunicación Social de la Uniagustiniana. Asimismo, se establece la planeación de las estrategias para la creación de las herramientas educomunicativas enfocadas a las redes sociales como medio de mayor alcance y acceso para los estudiantes universitarios. Finalmente, en el cuarto capítulo, "Recomendaciones

y Conclusiones", se presentan los hallazgos de la investigación y la evaluación de las herramientas educomunicativas utilizadas en lo digital.

## **2. Planteamiento de la investigación**

### **2.1. Descripción del Problema**

Las consecuencias del sistema patriarcal son más fuertes al observar las cifras de violencia contra las mujeres y las brechas de género, pues son ellas quienes tienen que enfrentarse a diversas conductas violentas y una marcada desigualdad, derivadas de la posición dominante de los hombres, la cual está sustentada en una única de masculinidad: la masculinidad hegemónica.

En este sentido es necesario identificar cuál es el concepto de masculinidad que tienen los estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana, con el propósito de transformar a través de herramientas educomunicativas sus ideas acerca del “ser hombre” y contribuir así a la construcción de una sociedad más equitativa y menos violenta.

### **2.2. Pregunta problema**

¿Cómo desde la educomunicación se puede sensibilizar a los estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana sobre las masculinidades?

### **2.3. Objetivos**

#### **2.3.1. Objetivo general.**

Sensibilizar acerca de las masculinidades a los estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana, mediante herramientas educomunicativas.

#### **2.3.2. Objetivos específicos.**

- Diagnosticar el conocimiento sobre masculinidades que tiene la comunidad de estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana
- Diseñar herramientas educomunicativas en redes sociales para la sensibilización acerca de las masculinidades.
- Evaluar el resultado de las herramientas educomunicativas.

### **2.4. Hipótesis**

Si bien el auge de las redes sociales ha permitido a los usuarios acceder a una gran cantidad de información respecto a diversos temas, objeto de debate en la actualidad, esta investigación acerca de las masculinidades se propone demostrar que este tema es poco tratado y sólo fundamentado en la idea de la masculinidad hegemónica. Por esto, con herramientas educomunicativas se busca llevar a cabo una sensibilización para ampliar el conocimiento sobre el tema.

### **2.5. Justificación**

La sensibilización acerca de las masculinidades es importante para los estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana, ya que les permitirá desarrollar una comprensión más amplia de este tema y promover la igualdad de género. La comunicación social es una profesión que se ocupa de la producción y difusión de mensajes. Los comunicadores sociales tienen un papel importante en la construcción de la realidad social y, por lo tanto, pueden contribuir a promover la igualdad de género por medio de sus mensajes.

La sensibilización acerca de las masculinidades puede ayudar a los comunicadores sociales a desarrollar una comprensión más amplia de los diferentes tipos de masculinidades, y a desafiar los estereotipos, roles y lugares de género. Esto les permitirá crear mensajes que sean más inclusivos y respetuosos.

Las herramientas educomunicativas en redes sociales son un medio eficaz para la interacción con las y los jóvenes universitarios, y pueden ser orientadas a sensibilizarlos acerca de las masculinidades. Estas herramientas pueden ser utilizadas para generar espacios de reflexión, diálogo y aprendizaje interactivo.

## **2.6. Metodología**

El presente trabajo de investigación se enmarca en un enfoque mixto: cuantitativo y cualitativo, ya que se centra en el análisis de datos recopilados a través de una encuesta y en la interpretación de esos datos.

Este enfoque permite comprender las experiencias y perspectivas de los participantes de una manera clara. La población objetivo de la investigación son los estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana, quienes voluntariamente decidieron participar en el proceso.

## **2.7. Consideraciones éticas**

La investigación cualitativa es un enfoque que se caracteriza por la profundidad y el detalle de sus análisis. Este enfoque permite comprender las experiencias y perspectivas de los participantes de una manera más profunda. Sin embargo, también implica una serie de consideraciones éticas y morales que deben ser tenidas en cuenta por los investigadores (Hernandez,2020).

En el caso de la investigación propuesta, que se centra en los estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana, es importante tener en cuenta los siguientes aspectos éticos:

- **Consentimiento informado:** Los participantes deben ser informados sobre el propósito de la investigación, sus riesgos y beneficios potenciales, y su derecho a participar o no en la investigación. El consentimiento informado debe ser obtenido por escrito, y los participantes deben tener la oportunidad de leerlo y aclarar cualquier duda que tengan (Flick, 2018).

- **Confidencialidad:** Los datos de los participantes deben ser tratados con confidencialidad. El investigador debe tomar las medidas necesarias para proteger la identidad de los participantes, incluyendo el uso de seudónimos o la eliminación de cualquier información que pueda identificarlos (Silverman, 2013).
- **Beneficencia y no maleficencia:** El investigador debe actuar en el mejor interés de los participantes. Esto significa que la investigación debe ser diseñada de manera que no cause ningún daño o sufrimiento a los participantes.
- **Autodeterminación:** Los participantes deben tener el derecho de participar o no en la investigación, y de retirarse de la misma en cualquier momento.
- En el caso específico de la investigación propuesta, los siguientes aspectos serán considerados:
- **La edad de los participantes:** Los estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana tienen entre 18 y 25 años. Es importante tener en cuenta que este grupo de edad puede ser más vulnerable a la presión social y a la manipulación. El investigador debe tomar medidas para proteger a los participantes de cualquier daño o explotación (De la torre, 2013).
- **La naturaleza de las preguntas:** La encuesta propuesta puede abordar temas sensibles, como las experiencias personales de los estudiantes en la universidad. Es importante que las preguntas sean formuladas de manera respetuosa y sensible, y que los participantes tengan la oportunidad de abstenerse de responder a las preguntas que consideren demasiado personales (Rubin, 2012).
- **El uso de los resultados:** Los resultados de la investigación deben ser utilizados de manera responsable. El investigador informará a los participantes sobre cómo se utilizarán los datos, y debe evitar cualquier uso que pueda dañar la reputación de los participantes. Además, el investigador garantizará que la investigación se realiza de manera ética y responsable. Esto ayudará a proteger a los participantes y a garantizar que la investigación sea válida y confiable (Lincoln, 1985).

### 3. Marco Referencial

#### 3.1. Antecedentes investigativos

En Colombia, la sensibilización sobre las masculinidades ha sido un tema de discusión e interés creciente en los últimos años. Esto se debe, en parte, a la necesidad de promover la equidad de género y así buscar prevenir la violencia contra las mujeres.

En este contexto, se han realizado diversos estudios sobre sensibilización de las masculinidades en Colombia. Estos estudios han abordado diferentes aspectos, como el diagnóstico del conocimiento y las ideas que tienen los jóvenes sobre las masculinidades, la necesidad de diseñar estrategias de sensibilización efectivas, y el potencial de las herramientas educomunicativas para la sensibilización sobre las masculinidades.

##### 3.1.1. Estudios sobre el diagnóstico del conocimiento y las ideas sobre las masculinidades.

El estudio "Percepciones de los estudiantes universitarios sobre las masculinidades" de la Universidad de Antioquia (2019) encontró que los estudiantes universitarios colombianos tienen una visión estereotipada y tradicional de las masculinidades. Los estudiantes asocian la masculinidad con atributos como la fuerza, la agresividad, la competitividad, y la independencia. También asocian la masculinidad con la sexualidad y la reproducción.

El estudio *Masculinidades en construcción: una mirada desde los estudiantes universitarios* de la Universidad del Valle encontró que los estudiantes universitarios colombianos están experimentando cambios en sus ideas sobre las masculinidades. Los estudiantes están cuestionando los estereotipos tradicionales de la masculinidad y están explorando nuevas formas de masculinidad.

##### 3.1.2. Estudios sobre la necesidad de estrategias de sensibilización efectivas.

El estudio *Modelo de sensibilización y formación en masculinidades género-sensibles y prevención de las violencias hacia las mujeres* de la Alcaldía de Medellín propone un modelo de sensibilización y formación en masculinidades que busca promover la equidad de género y prevenir la violencia contra las mujeres. El modelo propone que las estrategias de sensibilización deben ser inclusivas, participativas, y críticas.

El estudio *Experiencias promisorias de masculinidades no violentas y corresponsables en el ámbito de los cuidados en Colombia* del Ministerio de Justicia y del Derecho analiza experiencias de sensibilización y formación en masculinidades que se han implementado en Colombia con el objetivo de promover la corresponsabilidad en los cuidados y la erradicación de la violencia contra las mujeres. El estudio encontró que las estrategias de sensibilización que

han sido más efectivas son aquellas que se centran en la transformación de las relaciones de género y en la construcción de masculinidades no violentas.

### **3.1.3. Estudios sobre el potencial de las herramientas educomunicativas para la sensibilización sobre las masculinidades.**

El estudio *Educomunicación para la construcción de masculinidades no violentas* de la Universidad de Cartagena propone un modelo de educomunicación para la construcción de masculinidades no violentas. El modelo propone que las herramientas educomunicativas deben ser críticas, participativas, y transformadoras.

El estudio *Herramientas educomunicativas para la promoción de la equidad de género* de la Universidad Nacional de Colombia analiza el potencial de las herramientas educomunicativas para la promoción de la equidad de género. El estudio encontró que las herramientas educomunicativas pueden ser un medio eficaz para sensibilizar a los jóvenes sobre las masculinidades, ya que pueden promover la reflexión crítica, la participación, y la transformación social.

Los antecedentes investigativos en Colombia sobre sensibilización de las masculinidades brindan elementos teóricos y metodológicos que pueden ser útiles para la investigación que se propone. Estos antecedentes permiten identificar los siguientes aspectos relevantes.

La importancia de sensibilizar a los jóvenes sobre las masculinidades, con el objetivo de promover la equidad de género y prevenir la violencia contra las mujeres. Además de esto, la necesidad de diagnosticar el conocimiento y las ideas que tienen los jóvenes sobre las masculinidades, para diseñar estrategias de sensibilización efectivas.

El potencial de las herramientas educomunicativas para la sensibilización sobre las masculinidades, a través de la educación crítica y la participación, la investigación que se propone puede contribuir a ampliar el conocimiento sobre la sensibilización de las masculinidades en Colombia, a partir de un estudio de caso en la Universidad Agustiniana. Este estudio puede aportar información valiosa sobre las dimensiones mencionadas anteriormente.

## **3.2. Marco conceptual**

### **3.2.1. Masculinidades.**

El concepto de "masculinidades" según Raewyn Connell la socióloga y teórica australiana, no es un concepto unitario y universal, sino que se manifiesta de diversas maneras en diferentes contextos culturales y sociales. Connell propone que la masculinidad es una construcción social y cultural que puede ser entendida como un conjunto de prácticas, identidades y significados asociados a lo que se considera "ser hombre" en una sociedad determinada.

Añade la autora que, las masculinidades no son estáticas ni fijas, sino que están en constante evolución y se ven influenciadas por factores como el estatus social, la orientación étnica y sexual además de la edad y otros elementos que conforman la identidad. También afirma que las relaciones de poder y las estructuras sociales desempeñan un papel fundamental en la formación y la expresión de las masculinidades.

Por lo que, el concepto de masculinidades según Connell implica entender la diversidad y la variabilidad de las formas en que se experimenta y se construye la masculinidad en diferentes contextos culturales y sociales, y reconoce que no hay una única manera "correcta" de ser hombre.

### **3.2.2. Hegemonía masculina.**

El concepto de hegemonía masculina es igualmente fundamentado por Connell y se refiere al conjunto de normas y valores que definen la masculinidad dominante en una sociedad determinada. Esta masculinidad hegemónica no solo afecta a los hombres, sino que también tiene implicaciones para las mujeres y otras identidades de género.

Connell argumenta que la hegemonía masculina no es un fenómeno estático, sino que puede cambiar con el tiempo y variar en diferentes contextos culturales. También señala que la hegemonía masculina puede ser resistida y desafiada por individuos y grupos que proponen otras formas de masculinidad y cuestionan los roles y las expectativas de género establecidos.

En resumen, las masculinidades hegemónicas son las formas de masculinidad que ocupan una posición dominante y privilegiada en una sociedad dada, estableciendo un estándar culturalmente aceptado de lo que significa ser un hombre. Sin embargo, es importante reconocer que existen diversas formas de masculinidad y que la hegemonía puede ser desafiada y transformada.

### **3.2.3. Feminismo.**

Judith Butler es una destacada filósofa y teórica feminista conocida por sus contribuciones al campo de los estudios de género y la teoría queer. Según Butler, el feminismo no es un movimiento homogéneo con una única agenda o teoría, sino un espacio diverso que abarca una amplia gama de perspectivas y enfoques. Según Judith Butler, el feminismo es un movimiento político y una perspectiva teórica que busca cuestionar y transformar las estructuras de poder y las normas de género que perpetúan la desigualdad y la opresión basada en el género. Butler ha hecho importantes contribuciones al feminismo a través de su teoría de la performatividad de género. (Butler, J. 1990)

Por su parte, Connell define el feminismo como una comprensión crítica de las relaciones de género, incluyendo la noción de masculinidades hegemónicas y la necesidad de abordar el

género en relación con otras formas de desigualdad social. También enfatiza la importancia de considerar el contexto cultural y social en el análisis de las experiencias de género.

Para esta investigación, el feminismo se toma en cuenta como punto de partida por ser el primer movimiento social que cuestiona desde el feminismo radical el sistema patriarcal, en el cual se impone relaciones sociales de poder basadas en la diferenciación entre los sexos y en la asignación social del género.

Es importante anotar que, este movimiento social y su pensamiento reivindican los derechos de las mujeres frente a la posición dominante del hombre en la sociedad.

Como hombre y autor de esta reflexión sobre las masculinidades, mi propósito es aportar a la transformación de esta relación y a la deconstrucción de las masculinidades hegemónicas impuestas, sin desconocer la importancia de las mujeres y el feminismo para movilizar y visibilizar otras formas de relacionamiento social, de igual forma el ejercicio de la libertad de cada persona para elegir cómo quiere ser.

### **3.2.4. Identidades de género.**

Connell argumenta que las identidades de género son socialmente construidas y que están interconectadas con otras dimensiones de la identidad, como la clase social, la raza y la orientación sexual. Además, subraya que las identidades de género no son estáticas y pueden cambiar a lo largo del tiempo y en diferentes contextos sociales y culturales.

Desde la sociología, las identidades de género se definen como las formas en que las personas construyen y experimentan su sentido de pertenencia a una categoría de género, ya sea masculino, femenino, o fuera del binarismo tradicional. Estas identidades están moldeadas por una interacción compleja de factores sociales, culturales y personales, y varían ampliamente según el contexto y la cultura. A continuación, se relacionan algunos de los estudios más destacados:

- **Constructivismo Social del Género:** Esta perspectiva sugiere que el género es una construcción social y cultural en lugar de una característica biológica o esencial. Se argumenta que las normas, roles y expectativas de género son aprendidos a través de la socialización y pueden variar entre diferentes sociedades y períodos históricos.
- **Performatividad de Género (Judith Butler):** Esta teoría sugiere que el género no es una característica intrínseca, sino una serie de actos y comportamientos que las personas realizan de acuerdo con las normas de género de su cultura. Se enfoca en cómo las identidades de género son "actuadas" y repetidas en la vida cotidiana.
- **Masculinidades y Femenidades Hegemónicas (Raewyn Connell):** Connell propuso que existen formas culturalmente dominantes de ser hombre o mujer en una sociedad

determinada, conocidas como "masculinidades hegemónicas" y "feminidades hegemónicas". Estas representan el ideal culturalmente aceptado y pueden tener un fuerte impacto en la construcción de las identidades de género.

- **Interseccionalidad (Kimberlé Crenshaw):** Esta teoría destaca cómo las identidades de género se entrelazan con otras formas de desigualdad y opresión, como la raza, la clase social, la orientación sexual, entre otras. Reconoce que las experiencias y las identidades son múltiples y complejas.
- **Teoría Queer (Teresa de Laurentis):** Si bien no se centra específicamente en las identidades de género, la teoría queer desafía las nociones binarias y normativas de género y sexualidad. Aboga por la fluidez y la diversidad en la expresión de género y sexualidad.
- **Transfeminismo:** Esta corriente del feminismo se centra en la experiencia y los derechos de las personas transgénero. Reconoce la importancia de incluir a las personas trans en la lucha feminista y aboga por una comprensión más amplia y diversa de las identidades de género.

### 3.2.5. Tipos de masculinidades.

Para esta investigación se toma como referente principal a la autora Raywyn Connell, quien define en su teoría los siguientes tipos de masculinidades:

- a) **Masculinidades Hegemónicas:** Estas son las formas de masculinidad que son socialmente dominantes en una sociedad y que establecen un estándar culturalmente aceptado de lo que significa ser un hombre. Las masculinidades hegemónicas suelen estar asociadas con características como la agresividad, la competitividad, la independencia y la resistencia a la expresión emocional. Son las masculinidades que tienen un mayor acceso al poder y al control social.
- b) **Masculinidades Subordinadas o Marginalizadas:** Estos tipos de masculinidades se refieren a las formas de masculinidad que no se alinean con la masculinidad hegemónica y que pueden ser percibidas como menos valoradas o poderosas. Pueden incluir, por ejemplo, las masculinidades de hombres heterosexuales que la sociedad cataloga como femeninos, hombres homosexuales, hombres trans, hombres de ciertas minorías étnicas, entre otros. Estas masculinidades pueden experimentar formas de discriminación y marginalización basadas en su género y otras identidades.
- c) **Masculinidades Complicadas o Embarulladas:** Connell utiliza este término para describir las experiencias de aquellos hombres cuyas identidades de género pueden ser complejas y no se ajustan fácilmente a las categorías tradicionales. Pueden ser hombres

que experimentan tensiones entre las expectativas culturales de masculinidad y sus propias identidades y experiencias personales.

- d) **Masculinidades Subversivas:** Estas masculinidades desafían activamente las normas y expectativas de género impuestas por la sociedad y pueden trabajar para transformar las estructuras de poder que perpetúan la opresión de género. Es importante destacar que estos tipos de masculinidades no son categorías fijas o estancas, sino que representan una forma de comprender la diversidad y la complejidad de las experiencias de género masculino. Además, las experiencias de masculinidad pueden variar según factores como la cultura, la clase social, la raza, la orientación sexual, entre otros.
- e) **Nuevas masculinidades:** *Las* nuevas masculinidades son un conjunto de ideas y prácticas que proponen una forma de ser hombre más igualitario y respetuoso de los derechos de las mujeres. Se oponen a la masculinidad tradicional, que se basa en la dominación, la violencia y la competencia. Las nuevas masculinidades se caracterizan por los siguientes aspectos como el reconocer la igualdad entre hombres y mujeres. Los hombres que se identifican con las nuevas masculinidades creen que hombres y mujeres son iguales en derechos, oportunidades y responsabilidades, además de rechazar la violencia y la agresión por medio de la resolución pacífica de los conflictos y el respeto a la integridad física y emocional de las personas. Destacando también el aceptar y celebrar la diversidad de las identidades masculinas, incluyendo la diversidad sexual y de género.

Las nuevas masculinidades se están configurando como un movimiento social que busca transformar las relaciones entre hombres y mujeres. Este movimiento está impulsado por un conjunto de factores, incluyendo los cambios sociales y culturales que han tenido lugar en las últimas décadas, así como el activismo de los movimientos feministas y LGBTQ+.

En Colombia, las nuevas masculinidades se están consolidando como un fenómeno social importante. Hay un creciente número de hombres que se identifican con estas ideas y que están trabajando para promoverlas. Algunos ejemplos de las nuevas masculinidades en Colombia son:

- Los hombres que se involucran en el activismo feminista y LGBTQ+. Estos hombres están trabajando para promover la igualdad de género y la diversidad sexual.
- Los hombres que se comprometen a la paternidad responsable. Estos hombres están involucrados en el cuidado de sus hijos y en la promoción de la igualdad de género en la familia.

- Los hombres que se oponen a la violencia machista. Estos hombres están trabajando para prevenir la violencia contra las mujeres y las niñas.

### 3.2.6. Educomunicación.

Mario Kaplún, comunicólogo y educador uruguayo, ha desarrollado una perspectiva conocida como "educomunicación". Esta perspectiva integra la educación y la comunicación como procesos interdependientes y complementarios, con el objetivo de potenciar el aprendizaje y el desarrollo humano.

Según Kaplun, la educomunicación se basa en los siguientes principios:

- **Comunicación Participativa:** Kaplún enfatiza la importancia de una comunicación horizontal y participativa, en la que todos tengan la oportunidad de expresarse y contribuir al proceso de aprendizaje.
- **Diálogo y Escucha Activa:** Propone que la comunicación efectiva se logra a través del diálogo, la escucha atenta y el intercambio de ideas entre los participantes.
- **Construcción de Significados:** Destaca que el aprendizaje es un proceso activo en el cual los individuos construyen significados a partir de sus experiencias y de la interacción con el entorno.
- **Empoderamiento y Participación Activa:** La educomunicación busca empoderar a los individuos, permitiéndoles tomar decisiones y participar de manera activa en su propio proceso de aprendizaje y desarrollo.
- **Uso de Medios de Comunicación:** Kaplún reconoce el papel central de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea y aboga por su utilización de manera crítica y reflexiva en el proceso educativo.
- **Contextualización y Relevancia:** Considera esencial que el proceso de educación y comunicación debe estar contextualizado en la realidad y las necesidades de los participantes, de manera que sea relevante y significativo para ellos.
- **Desarrollo de la Creatividad y la Imaginación:** Fomenta la creatividad y la imaginación como herramientas fundamentales para el aprendizaje y la resolución de problemas.

La educomunicación de Mario Kaplún es una perspectiva que promueve la integración de la educación y la comunicación de manera que potencien el desarrollo integral de las personas. A través de la participación activa, el diálogo y el uso reflexivo de los medios de comunicación, busca empoderar a los individuos y promover un aprendizaje significativo y transformador.

### 3.2.7. Educomunicar con las redes.

La educomunicación con las redes sociales es una forma de aplicar la perspectiva de Mario Kaplún a los entornos digitales. Se trata de utilizar las redes sociales para promover la participación activa, el diálogo y el uso reflexivo de los medios de comunicación, con el objetivo de empoderar a los individuos y promover un aprendizaje significativo y transformador.

Las redes sociales ofrecen un entorno ideal para la educomunicación, ya que permiten una participación activa facilitando la interacción entre los usuarios, lo que permite a los participantes compartir sus ideas y experiencias, y participar en debates y reflexiones. Además de ello se generará promoción del diálogo permitiendo establecer conversaciones abiertas y respetuosas, lo que facilita el aprendizaje mutuo y el intercambio de perspectivas. Para ello es necesario además un uso reflexivo de los medios de comunicación: Las redes sociales generando a los usuarios un sentido de reflexión sobre los contenidos que consumen, y analizar su impacto en la sociedad.

La educomunicación con las redes sociales puede aplicarse a una amplia gama de temas, desde la educación formal hasta la educación informal. Por ejemplo, se puede utilizar para:

- Promover la alfabetización digital: Las redes sociales pueden utilizarse para enseñar a los usuarios a utilizar las tecnologías digitales de manera crítica y responsable.
- Promover la educación cívica: Las redes sociales pueden utilizarse para fomentar la participación ciudadana y la defensa de los derechos humanos.
- Promover la educación ambiental: Las redes sociales pueden utilizarse para concienciar sobre los problemas ambientales y promover la sostenibilidad.

### **3.2.8. Gestión emocional.**

La gestión emocional es un componente clave en el desarrollo de nuevas masculinidades que promueven relaciones más saludables y equitativas entre los géneros. Tradicionalmente, a los hombres se les ha enseñado a reprimir o minimizar sus emociones, lo cual puede llevar a dificultades en la expresión emocional y a comportamientos perjudiciales tanto para ellos mismos como para quienes los rodean.

### **3.3. Marco teórico**

Este marco teórico se sustenta desde la perspectiva de la sociología constructivista, Para esta investigación se toma como punto de partida el concepto de masculinidades hegemónicas, el cual está definido por la autora Raewyn Connell para cuestionar las características y los roles asignados social y culturalmente a los varones. Sus aportes en esta investigación serán tomados como columna vertebral para comprender las masculinidades.

El análisis realizado por Connell parte en principio de los estudios feministas, los cuales teóricamente tuvieron un fuerte impacto en la apertura al estudio sobre lo masculino, los cuales a su vez tienen como piedra angular el análisis entre la naturaleza y cultura, que inicia con una fuerte influencia del movimiento feminista de los años setenta, y que se inspira en la obra cumbre de la antropología "Concepto y Raza" de Margaret Mead.

Para el feminismo el concepto central va a ser el género como categoría útil para el análisis de las desigualdades existentes entre mujeres y hombres, considerando la relación que existe entre ellos debido al ordenamiento social propuesto por el sistema sexo/genero, que en razón de la diferencia biológica asigna estereotipos, roles y lugares a mujeres y hombres (Connell, 1995).

Para Joan Scott, historiadora feminista estadounidense, el género es "un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias percibidas entre los sexos". Esta definición enfatiza el carácter social y cultural del género, y su importancia en la construcción de las relaciones de poder. Esta autora, sostiene que el género no es una consecuencia directa del sexo biológico, sino que es una construcción social que se aprende y se reproduce a través de diversas instituciones y prácticas culturales. El género, por lo tanto, no es algo fijo o natural, sino que está sujeto a cambios históricos y culturales (Scott, 1986).

Esta definición de género tiene importantes implicaciones para el análisis de las desigualdades entre hombres y mujeres. Scott argumenta que el género es una forma primaria de relaciones significantes de poder, y que las desigualdades de género se derivan de las diferencias de poder entre hombres y mujeres.

En el marco teórico propuesto, la definición de género de Scott es relevante para el análisis de las masculinidades hegemónicas. Las masculinidades hegemónicas son aquellas que se consideran normativas y dominantes en una sociedad determinada. Estas masculinidades están asociadas con el poder y la autoridad, y se caracterizan por la adopción de roles y comportamientos que se consideran "masculinos" aprobados socialmente.

El análisis de las masculinidades hegemónicas a partir de la definición de género de Scott permite comprender cómo estas masculinidades se construyen y reproducen a través de las relaciones sociales y las instituciones culturales como son la familia, la escuela, la iglesia o los medios de comunicación (Scott, 1986).

En este orden de ideas, los estudios sobre masculinidades desde una sola perspectiva puede ser una tarea compleja, ya que las masculinidades son un fenómeno social y multifacético. Sin embargo, es posible abordar este tema desde una perspectiva particular, siempre y cuando se

tenga en cuenta que esta no es la única posible y que existen otras posturas que también pueden aportar al conocimiento sobre las masculinidades.

En la presente investigación se tiene en cuenta la perspectiva sociológica constructivista, la cual sostiene que las masculinidades no son una consecuencia directa del sexo biológico, sino que son una construcción social, por lo tanto, de que se aprende y se reproduce a través de diversas instituciones y prácticas culturales, como se ha venido evidenciando en esta investigación (Bridges, 2014).

Desde esta perspectiva, las masculinidades hegemónicas se pueden entender como patrones de comportamiento que se consideran normativos y dominantes en una sociedad determinada. Estos patrones de comportamiento están asociados con el poder y la autoridad, y se caracterizan por la adopción de roles y comportamientos que se consideran masculinos, asimismo, el constructivismo plantea alternativas a las masculinidades hegemónicas, proponiendo el cuestionamiento de estas y aportando diferentes y nuevos tipos de masculinidades (Kimmel, 2008).

Entonces, se hace referencia a una definición inicial de género propuesta por Yanagisako, quien sugiere que "el género opera como un sistema de símbolos y significados que son tanto estructurantes como estructurados por prácticas y experiencias socioculturales". Es crucial partir de este concepto para trascender el enfoque tradicional en el estudio de las masculinidades, que históricamente ha diferenciado entre aspectos biológicos del sexo y aspectos culturales relacionados con el género. En este contexto, surgen tres preguntas esenciales: ¿Cómo se desarrollan las identidades de género en contextos culturales particulares?; ¿Cómo se definen las categorías de género en dichos contextos?; y Si el sexo es la base del género, ¿cómo se ha configurado este sistema autorreferencial? (Yanagisako, 1995).

Ahora bien, partiendo de esta idea, Connell ofrece una propuesta técnica para desarrollar el estudio de género y se toman como base los conceptos anteriores toda vez que fueron la base para determinar qué necesariamente debe llevarse el análisis desde la práctica, de allí que el análisis parta de patrones, que la convierten en una teoría de la práctica.

Para Connell, género "significa práctica organizada en término de, o en relación a, la división reproductiva de personas en varones y mujeres". (Connell, 1987). De allí entre los conceptos más destacables se encuentra el de "historicidad de las relaciones de género" considerando que éste es un concepto que contiene más fuerza que el de "cambio social" debido a que la "historicidad" se genera a través de cambios ocasionados por la práctica humana, siendo los actores sus propios protagonistas en ese proceso.

Bajo este hilo conductor, es posible llegar a una primera conclusión, relacionada con que se debe pensar el género a partir del concepto de estructura social, teniendo en cuenta a su vez que éste determina las limitaciones que se generan sobre una forma con razón de la organización social, por lo que además se infiere que dichas limitaciones operan bajo una interacción de poderes que a su vez es materializada a través de instituciones sociales. Connell logra identificar que las relaciones de género provienen o se construyen a través de configuraciones de prácticas sociales que a su vez se determinan por las masculinidades. De allí que involucre el término gramsciano de hegemonía definida de la siguiente forma “la configuración de práctica genérica que encarna la respuesta corrientemente aceptada al problema de la legitimidad del patriarcado, la que garantiza o se toma para garantizar la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres”. (Connell, 1995).

El concepto de "masculinidades hegemónicas" es central en el trabajo del sociólogo australiano Raewyn Connell, quien lo desarrolló como parte de su investigación sobre la construcción social del género y las relaciones de poder en la sociedad. Ella propuso que hay formas de masculinidad que son consideradas socialmente dominantes y establecen un estándar de lo que significa ser un hombre en una determinada cultura y contexto (Connell, 1995).

Desde la perspectiva de Bourdieu, las masculinidades hegemónicas pueden entenderse como una forma de capital simbólico, ya que representan una forma de poder y estatus social en la jerarquía de género. Aquellos que se ajustan a estas normas de masculinidad tienden a beneficiarse de privilegios y oportunidades en la sociedad. (Connell, 1987)

Kimmel analiza la construcción social de la masculinidad, y cómo esta construcción se relaciona con el poder y la dominación; sostiene que la masculinidad es un producto social, y que puede ser transformada. "La masculinidad es una construcción social, no una expresión natural de la biología. Es algo que aprendemos, no algo que heredamos." (Kimmel, 1994)

Así mismo, Seidler explora las dimensiones psicológicas de la masculinidad, y cómo estas dimensiones se relacionan con la violencia, la soledad y la depresión. Seidler sostiene que la masculinidad tradicional es tóxica, y que debe ser reemplazada por una masculinidad más sana y equilibrada. "La masculinidad tradicional es tóxica porque promueve la violencia, la dominación y la autodestrucción. Es una forma de masculinidad que está enferma, y que debe ser reemplazada por una masculinidad más sana y equilibrada." (Seidler, 1994)

Las nuevas masculinidades son un conjunto de ideas y prácticas que proponen una forma de ser hombre más igualitario y respetuoso de los derechos de las mujeres. Se oponen a la masculinidad tradicional, que se basa en la dominación, la violencia y la competencia.

Desde un enfoque crítico basado en la obra de Bourdieu, se puede analizar cómo las masculinidades hegemónicas están arraigadas en las estructuras sociales y cómo se mantienen y reproducen a través de prácticas culturales y sistemas de poder. También se puede examinar cómo la adopción o resistencia a estas normas de masculinidad afecta las oportunidades y experiencias de los individuos en la sociedad (Connell, 1995).

En resumen, la obra de Connell sobre "masculinidades hegemónicas" y la perspectiva de Bourdieu sobre la reproducción social proporcionan herramientas teóricas para analizar cómo las normas de masculinidad dominante operan en la sociedad y cómo están entrelazadas con sistemas de poder y jerarquías sociales. Esto invita a una reflexión crítica sobre la forma en que se construye y perpetúa la identidad masculina y cómo esto impacta en la vida de los individuos (Connell, 1995).

Otro ensayo a tener en cuenta dentro de la presente investigación es el de Cesar Ricardo Azamar Cruz, *Masculinidades: Algunas Notas sobre sus Crisis, Retos y Perspectivas*, el cual se adentra en un análisis profundo de las nociones contemporáneas de masculinidad. Este autor se centra principalmente en la evolución y las complejidades de las identidades masculinas en el contexto de una sociedad en constante cambio.

Este autor define la masculinidad en principio desde la reflexión, toda vez que conlleva a pensar que lo masculino no es una condición dada por el cuerpo, sino que se encuentra relacionada por una construcción social (tal como se pudo ver reflejado en el estudio de Connell, sin embargo, amplía el campo de variaciones que pueden incidir en el mismo, como por ejemplo el contexto cultural, social, económico, político, sexual, religioso y etario en que se sitúe. (Azamar, 2015).

Es igualmente importante referirse a comprender el contexto histórico que representa el concepto de masculinidad, proveniente de un escenario donde se considera la masculinidad tradicional como un sistema de creencias que se determinan por perseguir el dominio del poder y autoridad sobre aquellos cuerpos que consideran débiles. Es por ello que para lograr realizar una deconstrucción del mismo es necesario remitirse a la siguiente relación cuerpo-género-deseo el cual se percibe como la base del sistema sexo/género el cual delimita las experiencias cotidianas de hombres y mujeres.

Asimismo, aduce que el concepto de masculinidad puede reconstruirse desde diferentes ciencias como lo son la filosofía, sociología, antropología e historia. Estos enfoques permiten desarrollar que las prácticas que dan vida a la masculinidad son ontoformativas, concepto señalado por Connell, y que justamente se relaciona con aquellos discursos y acciones que se

reflejan en el cuerpo mismo y que terminan por construir “un mundo que tiene una dimensión corporal, que sin embargo no está determinada biológicamente”. (Azamar, 2015, p. 61)

Esta concepción se debe a que tanto las masculinidades como feminidades son procesos culturales que atribuyen una serie de comportamientos y disposiciones a los cuerpos. De allí que aunque si bien las personas no tenga un concepto claro con respecto a lo que es masculinidad o feminidad, lo puedan identificar a través de aquellos imperativos que ha impuesto la sociedad, por ejemplo, en el caso de los hombres se trata de “repudio implacable de lo femenino, posesión del poder, el éxito, la riqueza, la posición social, la contención de las emociones y la manifestación de constante de osadía varonil y agresividad”, los cuales están principalmente asociados con la idea de racionalidad, en la que precisamente se funda la precariedad afectiva.

Por tanto, el texto de Azamar Cruz inicia examinando el impacto de las tradicionales expectativas sociales sobre los hombres y cómo estas han sufrido alteraciones significativas en las últimas décadas. Enfrenta de manera crítica la presión cultural y social que rodea la definición de lo que significa ser un hombre en la actualidad.

El ensayo también pone énfasis en los desafíos a los que se enfrentan los hombres al tratar de reconciliar las demandas sociales con sus propias emociones y experiencias. Aborda temas como la violencia, la expresión de la vulnerabilidad y la relación con la feminidad, destacando la importancia de reconsiderar y redefinir las masculinidades en un contexto más inclusivo y equitativo.

Azamar Cruz propone perspectivas y soluciones para abordar estas problemáticas, promoviendo una visión más abierta y respetuosa de las masculinidades. Invita a la reflexión sobre cómo las nociones de género afectan a los hombres y cómo estos pueden contribuir a transformar las narrativas y dinámicas sociales.

Es por esto por lo que el estudio de las *Masculinidades: Algunas Notas sobre sus Crisis, Retos y Perspectivas* ofrece una exploración profunda y crítica de las identidades masculinas en la sociedad contemporánea. Plantea la necesidad de reevaluar y repensar las concepciones tradicionales de la masculinidad para promover la igualdad y la diversidad de género. Azamar Cruz aboga por un enfoque más inclusivo que permita a los hombres explorar y expresar plenamente su humanidad sin estar restringidos por estereotipos de género obsoletos.

El autor José Olavarría nos ubica en un contexto donde debido al avance de los derechos y libertades sexuales, se han generado debates en torno a: el concepto de masculinidad y todo lo que este evoca, considerando sus apreciaciones, cuestionamientos y críticas en diversos campos de las vidas de los hombres: como el ejercicio que hacen de su paternidad; la lejanía que tienen

con hijos y parejas; la escasa atención a la salud sexual y reproductiva suya y de sus parejas; los grados de violencia que manifiestan tanto en el hogar como en las calles, entre otras. (Olavarría, J. 2003)

Es preciso indicar que este ejercicio se ha llevado a cabo desde diversas perspectivas, puesto que muchas de las dinámicas que se desarrollan dentro de la masculinidad terminan por ser nocivas para los hombres y los mismos han manifestado la presión que sienten en sus actividades laborales y la poca participación dentro del hogar y la crianza de sus hijos, precisamente porque la sociedad ha demarcado de manera radical los roles de género dentro de la misma.

### **3.3.1. Movimiento feminista.**

Es importante señalar que los movimientos feministas han desempeñado un papel fundamental al cuestionar conceptos considerados como absolutos en la sociedad. Este papel se debe en gran medida a que fueron pioneros en abrir nuevas posibilidades para el estudio de las masculinidades y en ofrecer respuestas teóricas a la distinción entre sexo y género. Estos temas han dado lugar a una amplia gama de investigaciones, que inicialmente surgieron de debates sobre la naturaleza y la cultura en los movimientos feministas de los años sesenta. Como resultado de estos debates, se ha desarrollado un cierto determinismo cultural en relación con la sexualidad, ejemplificado tal vez por el trabajo de Margaret Mead en *Sexo y Temperamento* en el campo de la Antropología (Scott, 1986).

Considerando estas reflexiones iniciales, se puede concluir que el estudio de las masculinidades puede ser abordado desde diversas perspectivas. Por lo tanto, varios autores han explorado el concepto desde diferentes ángulos, siendo Pierre Bourdieu uno de los más destacados. Bourdieu enfatiza la relación entre estructura y práctica, centrándose en lo que los agentes hacen para construir las relaciones sociales en las que viven. Esta perspectiva ha sido fundamental para autores como Connell, quien además ha adoptado una mirada histórica del género en la vida personal. A partir de las obras de estos autores, se puede entender que el género puede ser concebido como una expresión de las estructuras sociales, dentro de un contexto donde coexisten múltiples formas de feminidad y masculinidad.

Es esencial resaltar los conceptos clave derivados del trabajo de Connell, ya que sientan las bases para una propuesta teórica del estudio de género, centrada en patrones que constituyen una teoría de la práctica. Además, Connell destaca la relación entre categorías como estructura y prácticas sociales, género y masculinidades, lo que permite que el autor intente crear un modelo teórico para interpretar la agencia humana en términos de género, considerando tanto determinantes objetivas como subjetivas. Según Connell, una teoría de las relaciones de género

requiere comprender dos aspectos fundamentales: una teoría del orden y de las prácticas sociales, más allá del simple paradigma de roles sociales y sexuales. Este enfoque se considera la base del análisis de las relaciones de género, articulando tres dimensiones de múltiples maneras: las relaciones de producción (labor), las relaciones de poder (donde las conductas violentas se relacionan con una supuesta esencia masculina) y las relaciones de afecto, emociones y sexualidad social (catexis). Estas dimensiones se consideran componentes de cualquier orden o régimen de género (Scott, 1986).

Dentro del análisis referente a la obra de este autor, es posible percibir que el concepto que logra desglosar análisis referentes a los roles dentro de la sociedad es el género, no obstante es indispensable apartarse del concepto convencional de género, para Connell el género debe definirse como una práctica social organizada en función de la división reproductiva de hombres y mujeres, sin embargo señalando que este concepto tiene amplia complejidad por su historicidad, que finalmente se adapta a los cambios de las prácticas sociales y humanas que se generan en el espacio-tiempo.

Partiendo de esta base establece que las relaciones de género terminan por importar prácticas sociales establecidas por el género que, en el caso de las masculinidades, parte del concepto gramsciano de hegemonías "... la configuración de práctica genérica que encarna la respuesta corrientemente aceptada al problema de la legitimidad del patriarcado, la que garantiza (o se toma para garantizar) la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres". (Connell, 1987).

En esta medida es imprescindible establecer que el concepto de hegemonía es entendido como el poder social logrado mediante el uso de fuerzas sociales, sin embargo, en el caso de las masculinidades dicha fuerza tiene como fundamento un modelo de masculinidad ideal, que realmente dista de la mayoría de los hombres.

De acuerdo con ello, es posible afirmar que incluso dentro de las relaciones entre hombres se pueden distinguir unos dominantes sobre otros, circunstancia igualmente presente sobre las mujeres, tal como se explicaba en párrafos anteriores, pues todas estas relaciones giran en torno al sistema patriarcal que termina por trascender no solo dentro de las relaciones de poder, sino además en aspectos de la cotidianidad como la paternidad, salud sexual y reproductiva, entre otras (Scott, 1986).

Es por ello que es posible concluir en primer momento que las preguntas que puedan surgir dentro de los estudios de las masculinidades, tal como se ha evidenciado en las temáticas que han funcionado como ejemplificación, las respuestas a la misma se encuentran en pues de intersección presentes entre los procesos macrosociales y culturales, escenario que a su vez está

rodeado de conceptos que materializan desde la perspectiva patriarcal la hegemonía tales como la institucionalidad, las relaciones personales, la intimidad y los cuerpos de las personas.

Sin embargo de acuerdo al alto campo de investigación que se ha generado por los estudios desde el reconocimiento de los diversos puntos de vista es posible que en la actualidad se lleve a cabo un proceso de reestructuración de los roles profundamente marcados hasta el siglo XX, no obstante, esté escenario de transformación se encuentra íntimamente relacionado no solo con la vida cotidiana, sino también con las incidencias que tiene dentro de instituciones importantes de la vida en sociedad como la agenda pública, políticas macroeconómicas, legislación, medios de comunicación.

Dentro de las estrategias dirigidas a promover formas alternativas de masculinidad que sean más inclusivas, empáticas y expresivas emocionalmente, y que faciliten a hombres y mujeres llevar vidas más satisfactorias y auténticas, se encuentra la pedagogía social. Esta es concebida como una "ciencia social, práctica y educativa no formal" que fundamenta, justifica y comprende las normativas más adecuadas para intervenir de manera efectiva en situaciones que afectan la socialización y la satisfacción de necesidades básicas personales y comunitarias. La pedagogía social se configura como una disciplina integral que abarca teoría, investigación y práctica, y representa tanto un modelo como una ciencia que aborda las complejidades sociales de inclusión/exclusión.

Esta disciplina se enfrenta al desafío de proponer marcos metodológicos nuevos que respondan a las demandas sociales y políticas de las comunidades contemporáneas, superando los enfoques convencionales de la educación. A lo largo de su desarrollo, la pedagogía social ha experimentado una diversidad de corrientes debido a su amplia base teórica y práctica, lo que la convierte en un constructo epistemológico, ontológico y axiológico orientado a generar prácticas pedagógicas alternativas para construir entornos sociales, académicos y comunitarios libres de discriminación, desigualdad y desventaja.

En este sentido, las prácticas socioeducativas de la pedagogía social buscan prevenir, intervenir y rehabilitar situaciones que afectan las condiciones de vida, los derechos humanos y la justicia, adoptando un enfoque crítico y transformador de las complejidades de la vida en las comunidades y la sociedad contemporánea. El texto que se presenta a continuación es un estado del arte focalizado en las producciones que se han realizado en torno a los estudios sobre masculinidades.

En aras de comprender el concepto de masculinidad es preciso remitirse a diversos autores, en principio se referirá a la obra de Connell, quien consolida su línea investigativa desde preocupaciones teóricas identificadas en la obra de Pierre Bourdieu desde una mirada

sociológica en el campo *men's studies*, donde desarrolla una propuesta teórica para el estudio del género, visto como un concepto que goza de un papel protagónico dentro del estudio de masculinidad, puesto que es definido como un sistema de símbolos estructurantes y estructurados de y por prácticas y experiencias socioculturales.

La propuesta de Connell para el estudio de género termina por ceñirse a una estructura práctica, toda vez que explica la interrelación de categorías, estructura, prácticas sociales, género y masculinidades para así interpretar los comportamientos humanos. Es por ello por lo que parte de la premisa de que el género es una práctica organizada y determinada por la división reproductiva entre hombres y mujeres desarrollada a través de la historicidad, idea que trata de cambios producidos por la práctica humana que termina por marcar el rumbo de la organización social, de allí que también pueda definirse el concepto de género como una estructura social.

Ahora bien, el concepto en concreto de masculinidad hegemónica es resuelto por Connell como aquella configuración genérica aceptada por una sociedad patriarcal instaurada durante siglos, la cual es legitimada mediante la garantía de posición dominante de los hombres sobre mujeres que es validada y ordenada por fuerzas sociales, como lo son la doctrina, prácticas religiosas, medios de comunicación, estructura salarial, diseño de viviendas, políticas de bienestar y las formas de materialización de poder del Estado.

Bajo este hilo conductor y teniendo en cuenta que postula la generalidad del concepto de hegemonía relacionándolo directamente con las prácticas sociales, es posible entender aún con mayor claridad el origen de cómo se constituyeron éstas, de acuerdo al recorrido histórico realizado por el sociólogo José Olavarría en *Los estudios sobre masculinidades en América Latina* se logra identificar que a partir de los años 70, y especialmente visible en los años 80 donde se materializa la crisis del sistema de sexo/género predominante en la región, por la intervención de agentes sociales diferentes a los predominantes de la época, quienes igualmente tenían intereses propios de fondo. (Olavarría, J. 2003)

Entre los procesos que alimentaron dicha crisis se encuentran los generados por las políticas de ajuste económico, la reformulación del papel del Estado, la creciente globalización de la economía y de los intercambios culturales, la ampliación de los derechos humanos respecto a niños y mujeres, el reconocimiento de la diversidad social, los cambios demográficos y la presencia de la pandemia del VIH/Sida.

Dentro de este contexto surgen los estudios sobre masculinidades, como reflexiones respecto a lo establecido socialmente dentro de los roles de género que se encontraban fuertemente limitados por el dominio de los hombres en las distintas esferas sociales, situación que se

encontraba legitimada especialmente por la ciencia, al atribuirle más capacidades a los cuerpos masculinos, argumento principal por el que se les asignan labores de producción, mientras que a las mujeres las de reproducción, generando en un primer momento las relaciones de poder dentro del entorno familiar, recordando está como el núcleo de la sociedad.

Debido a diversos factores externos, como la precarización e inestabilidad del trabajo de los hombres y la necesidad de las mujeres de adquirir autonomía para su sustento, inicia a ponerse en tela de juicio los papeles demarcados de lo que debían hacer hombres y mujeres tanto dentro del hogar como en la sociedad, que trasciende a diversos cambios importantes por ejemplo la salud sexual. De allí que los temas de género fueran foco de atracción académica, razón por la que los estudios sobre hombres y masculinidades especialmente en América Latina (teniendo en cuenta que allí iniciaron las primeras reflexiones gracias a movimientos feministas) tuvieron gran auge.

En estos se logra resolver uno de los principales interrogantes, de si el concepto de masculinidad afecta fundamentalmente a los hombres o es parte de un proceso mayor. Allí logra identificarse que dentro de los esquemas macrosociales, culturales e institucionales y de acuerdo a sus roles determinados por masculinidad, estos terminan por afectar directamente a los hombres, al tratarse de un concepto de ideal, que termina por convertirse igualmente en un estándar que muy pocos hombres alcanzan y que incluso genera relaciones de poder no solo de hombre a mujeres, sino de hombres dominantes a hombres subordinados.

Es importante entender el origen de la masculinidad toda vez que cuenta con una interdependencia que se genera entre los procesos macrosociales y culturales, institucionalidad, relaciones interpersonales, subjetividades, intimidad y los cuerpos de las personas.

Por tanto y visto desde una perspectiva sociológica según Elsa S. Guevara Ruiseñor es posible conceptualizar las masculinidades hegemónicas como un término que se refiere a un conjunto de normas culturales y sociales que definen y promueven una forma específica de masculinidad como la ideal y dominante en una sociedad determinada.

Estas normas suelen estar basadas en estereotipos de género tradicionales, que implican que los hombres deben ser fuertes, agresivos, dominantes, exitosos, competitivos y emocionalmente reprimidos. Las masculinidades hegemónicas se consideran "hegemónicas" porque su poder y autoridad son ampliamente aceptados y legitimados por la sociedad.

Sin embargo, estas normas culturales pueden ser dañinas y limitantes tanto para los hombres como para las mujeres. Por ejemplo, la presión para cumplir con estas normas puede llevar a la violencia masculina, la homofobia y la discriminación contra las personas que no cumplen con estas expectativas de género.

Ahora bien, teniendo una visión cercana al problema, es necesario señalar que dentro de las diversas soluciones propuestas, en lo que corresponde al proceso de intervención educativa, animación sociocultural y sensibilización de los estudiantes en concordancia a la generación de cambios en las masculinidades persistentes dentro del sistema patriarcal, que se encuentran necesariamente relacionadas a ideologías machistas, la promoción de nuevas masculinidades pretende alivianar las diversas problemáticas como por ejemplo acciones en la prevención de la violencia machista, la violencia familiar, el acoso y la violencia sexual contra la mujer, además de una fuerte orientación a caracterizar las causas y factores psicosociales de la violencia de género.

Es por ello que resulta indispensable hacer mención, en particular, de las reflexiones sociocríticas realizadas por autores como Lagarde y de Los Ríos (2012) y Berengueras (2010), quienes se enfocan especialmente en analizar las causas y la intervención mediante estrategias que pretenden reducir las diferencias y desigualdades económicas, políticas, laborales y sociales de género, dentro de un ejercicio comparativo que tiene como objetivo conceptualizar las causas del machismo, la importancia del feminismo y resaltar la necesidad de llevar a cabo procesos de transformación social como resultado.

Ahora bien, en este contexto de definiciones, se identifican varios elementos que se pretenden analizar en detalle. En primer lugar, es crucial reconocer y destacar que la masculinidad no es una entidad única, sino más bien un conjunto de diversas formas de ser hombre que coexisten, convergen y, a veces, entran en conflicto. A partir de esta premisa, surge la necesidad de hablar de "masculinidades", entendidas como las diferentes formas en que los hombres construyen su experiencia. Esto nos lleva a dos direcciones importantes: la existencia de diferentes formas de masculinidad debido a los múltiples contextos sociales, culturales y políticos, así como a las distintas maneras en que los individuos se apropian de los códigos culturales.

La idea de múltiples masculinidades plantea interrogantes sobre otra dimensión del análisis: las relaciones de poder dentro de estas masculinidades. Si bien existen diversas formas de masculinidad, no todas son igualmente aceptadas o legitimadas. En cada contexto social, e incluso a nivel mundial, se configuran masculinidades hegemónicas, pero también se manifiestan formas de resistencia o desviaciones que se presentan como masculinidades alternativas. Es importante entender la hegemonía en el contexto de las relaciones de poder y bienestar, así como en la reproducción de las relaciones sociales que generan la dominación masculina.

El concepto de masculinidades hegemónicas permite varias reflexiones: desplaza la discusión sobre la dominación y el poder del plano de las relaciones individuales cara a cara al plano social; muestra la naturaleza fragmentada de la masculinidad en lugar de considerarla como una entidad única; reconoce que la dominación se manifiesta en una escala graduada donde intervienen otros elementos como la raza, clase social, edad, orientación sexual, procedencia geográfica, entre otros; y destaca que la hegemonía es una noción relacional que implica analizar el poder en medio de las relaciones sociales.

El análisis de la hegemonía implica considerar estrategias persuasivas en lugar de recurrir únicamente a la fuerza física, como planteó Antonio Gramsci. También implica examinar la división sexual del trabajo, las relaciones de producción tanto entre hombres y mujeres como dentro del grupo masculino, así como las formas en que el Estado y las instituciones promueven ciertas manifestaciones de masculinidad y reprimen otras.

En este contexto de definiciones, se identifican varios elementos que se pretenden analizar en detalle. En primer lugar, es crucial reconocer y destacar que la masculinidad no es una entidad única, sino más bien un conjunto de diversas formas de ser hombre que coexisten, convergen y, a veces, entran en conflicto. A partir de esta premisa, surge la necesidad de hablar de "masculinidades", entendidas como las diferentes formas en que los hombres construyen su experiencia. Esto nos lleva a dos direcciones importantes: la existencia de diferentes formas de masculinidad debido a los múltiples contextos sociales, culturales y políticos, así como a las distintas maneras en que los individuos se apropian de los códigos culturales.

La idea de múltiples masculinidades plantea interrogantes sobre otra dimensión del análisis: las relaciones de poder dentro de estas masculinidades. Si bien existen diversas formas de masculinidad, no todas son igualmente aceptadas o legitimadas. En cada contexto social, e incluso a nivel mundial, se configuran masculinidades hegemónicas, pero también se manifiestan formas de resistencia o desviaciones que se presentan como masculinidades alternativas. Es importante entender la hegemonía en el contexto de las relaciones de poder y bienestar, así como en la reproducción de las relaciones sociales que generan la dominación masculina.

El concepto de masculinidades hegemónicas permite varias reflexiones: desplaza la discusión sobre la dominación y el poder del plano de las relaciones individuales cara a cara al plano social; muestra la naturaleza fragmentada de la masculinidad en lugar de considerarla como una entidad única; reconoce que la dominación se manifiesta en una escala graduada donde intervienen otros elementos como la raza, clase social, edad, orientación sexual,

procedencia geográfica, entre otros; y destaca que la hegemonía es una noción relacional que implica analizar el poder en medio de las relaciones sociales.

El análisis de la hegemonía implica considerar estrategias persuasivas en lugar de recurrir únicamente a la fuerza física, como planteó Antonio Gramsci. También implica examinar la división sexual del trabajo, las relaciones de producción tanto entre hombres y mujeres como dentro del grupo masculino, así como las formas en que el Estado y las instituciones promueven ciertas manifestaciones de masculinidad y reprimen otras

#### **4. Desarrollo de la investigación**

La masculinidad es un tema complejo y cambiante que ha sido abordado desde diferentes perspectivas a lo largo de la historia. En la encuesta sobre masculinidades que se analiza las preguntas permiten identificar algunas de las principales preocupaciones y desafíos relacionados con este tema.

La encuesta está diseñada para recopilar opiniones, relaciones de género, valores, identidad asociada a la masculinidad, así como conductas y actitudes. También indaga en las relaciones personales, sociales y afectivas de los encuestados para conocer su percepción frente a la masculinidad.

Se realizaron preguntas abiertas y cerradas que permiten conocer una visión amplia de las experiencias de los encuestados para estudiar en profundidad qué tanto saben acerca de las masculinidades, cuáles son sus roles, cuáles son las actividades que desarrollan en el hogar, con el propósito de entender más a fondo su conocimiento sobre masculinidades e iniciar la estrategia educomunicativa. El desarrollo de la encuesta se centró en los siguientes aspectos: Concepto, tipos, conocimientos y educación.

La encuesta estuvo compuesta por varias preguntas, divididas en dos bloques. El primer bloque contenía preguntas de opción múltiple, que buscaban recopilar información sobre las percepciones de los estudiantes sobre las masculinidades hegemónicas. El segundo bloque contenía preguntas abiertas, que buscaban obtener información más detallada sobre las experiencias y opiniones de los participantes. Se realizó de manera virtual, a través de la plataforma Google Forms. Los participantes recibieron la encuesta a través de un correo electrónico y tuvieron un plazo de una semana para completarla.

Los datos recopilados a través de la encuesta se analizaron de manera cualitativa, utilizando el método de análisis de contenido. Este método consiste en la codificación y categorización de los datos, con el fin de identificar los temas y tendencias principales.

En general, las preguntas que se hicieron en el chat sobre masculinidades revelan que este es un tema que despierta interés y preocupación. Sin embargo, también es evidente que hay un desconocimiento sobre este tema y que es necesario seguir trabajando para promover su comprensión y aceptación.

##### **4.1. Diagnóstico de la estrategia educomunicativa**

A continuación, se presentan las preguntas con las cuales se elaboró la encuesta, en total fueron 35 preguntas de selección múltiple y abierta, de acuerdo con las categorías de la investigación definidas como permanencias, cambios y transformaciones:

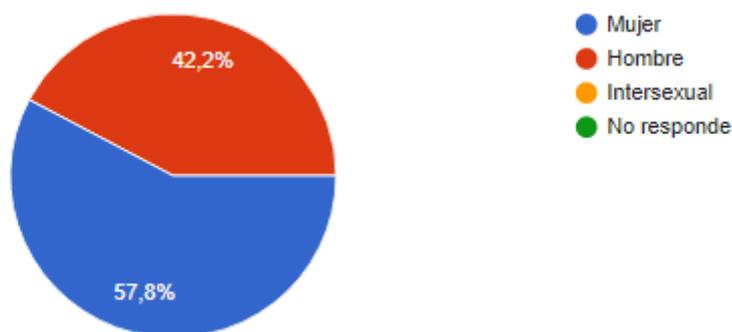
#### 4.1.1. Resultados de la encuesta.

Las gráficas se presentan de acuerdo con los resultados de la encuesta, primero en preguntas cerradas y luego en preguntas abiertas.

Al diseñar la encuesta, se tuvo en cuenta la proporción de hombres y mujeres en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Agustiniana. Aunque hay más mujeres que hombres, es esencial reconocer que el tema de las nuevas masculinidades no sólo concierne a los hombres; de hecho, son las mujeres quienes al parecer conocen con propiedad del tema por su activismo en el movimiento feminista, entre otros factores.

Por lo anterior, tanto hombres como mujeres pueden comprender el tema y la práctica de la masculinidad en la sociedad. Por lo tanto, al interpretar los resultados de la encuesta, es crucial adoptar una perspectiva inclusiva y acorde al reconocimiento que le dan mujeres y hombres al tema. El movimiento feminista ha desafiado las normas establecidas y ha destacado la importancia de reconocer el papel de las mujeres en la sociedad, así como en el cuestionamiento de los roles de género. En este sentido, la participación de las mujeres se hace evidente en el desarrollo de la encuesta. A continuación, se presentan los resultados de la encuesta realizada:

45 respuestas

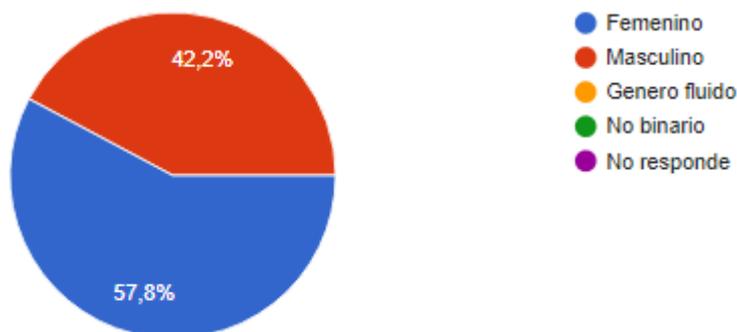


**Figura 1.** Resultados de la pregunta 1 sobre sexo.

*Nota.* Elaboración propia.

De las 45 personas encuestadas de la muestra, la mayoría son mujeres, lo cual equivale al 57,8%. Este dato es relevante, pues sugiere que las mujeres están tomando un papel más activo en la discusión sobre las masculinidades, es posible, por una serie de factores, como el aumento de la conciencia sobre la equidad de género y la creciente participación en el movimiento feminista.

45 respuestas

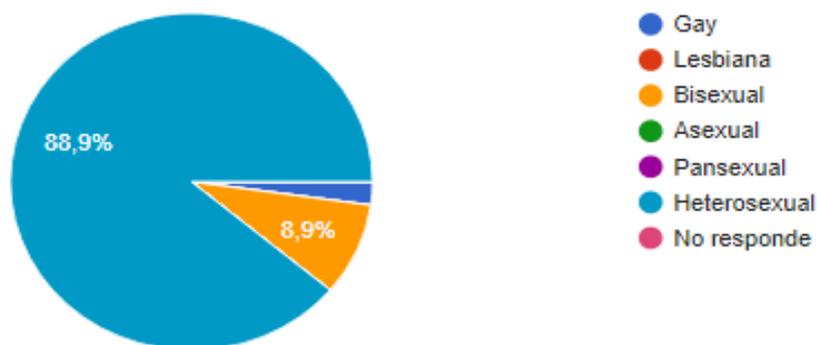


**Figura 2.** Resultados de pregunta 2 sobre el género con el que se identifica.

*Nota.* Elaboración propia.

Se observa la misma distribución que con la pregunta número 1 acerca del sexo en la que un 57,8% se identifica con el género femenino y un 42,2% con el masculino. No se evidenciaron respuestas en otras opciones como no binario o género fluido.

45 respuestas



**Figura 3:** Resultados de la pregunta 3 sobre la orientación sexual.

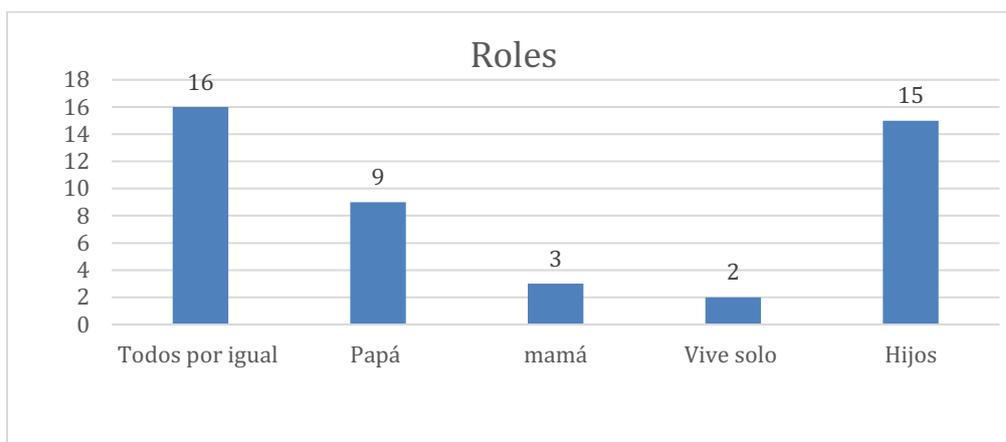
*Nota.* Elaboración propia.

En cuanto a esta pregunta, el 88,9% de las personas encuestadas son heterosexuales, mientras que el 8,9% se identifican como bisexuales y un 2,2% como gay. Esta pregunta tiene relación con la reproducción de los roles tradicionales de género y la apuesta por las nuevas masculinidades.

A continuación, en el siguiente bloque de la encuesta, se analizan las preguntas abiertas acerca de los roles de género.

En la pregunta 4, se indaga acerca de los roles al interior de la familia. Respecto a qué integrante se le sirve primero la comida, el 35,5% de las personas encuestadas responden que a “todos por igual” y en segundo lugar a “los hijos” con un 33% lo cual evidencia un cambio en las relaciones al interior de la familia que apunta a incluir a todos los miembros y a los menores;

sin embargo, en tercer lugar aparece la figura del Padre con un 20% que representa la permanencia de las masculinidades hegemónicas al interior de la familia.



**Figura 4.** Resultados de la pregunta 4 sobre el servicio de comida en casa.

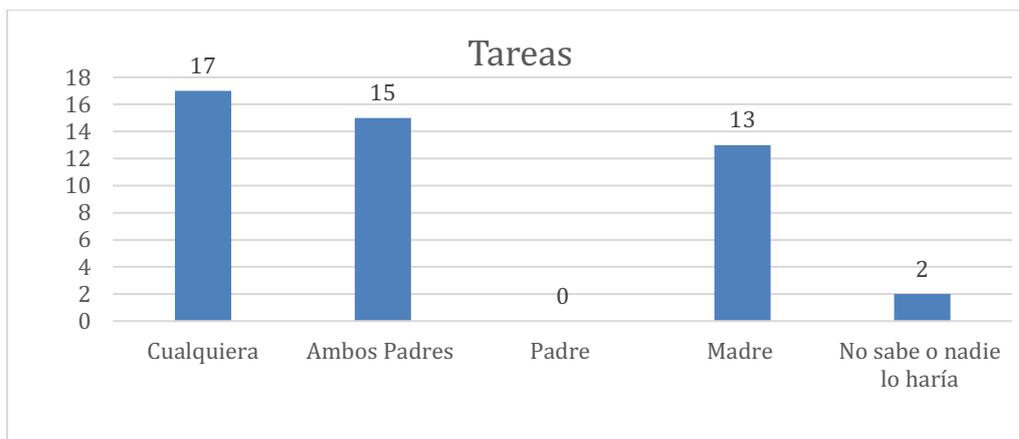
*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 4: Servicio de comida en casa:** Elaboración propia (2024)

La educación tradicional se basa en la creencia de que los hombres son los principales proveedores de la familia, o de que los niños deben ser educados para respetar a sus mayores, definiendo los privilegios para los varones. En la casa se pueden evidenciar las relaciones de poder presentes entre los géneros, con los privilegios de lo masculino tradicional.

**Pregunta 5. Si en tu casa viviera un bebé ¿Quién se encargaría de cambiar su pañal?**

En esta pregunta, se indaga hipotéticamente, dependiendo del núcleo familiar, quién se encargaría de cambiar el pañal de un bebé para observar la relación entre lo masculino y los trabajos de cuidado, a lo que las personas encuestadas respondieron en primer lugar: “cualquiera” 37,7%, y en segundo lugar “ambos padres” el 33,3%, sin embargo, en el tercer lugar no muy lejos de los dos primeros aparece “la madre” con un 28%, lo que sugiere que en una gran parte de los hogares se mantiene la idea de que el cuidado de los niños es responsabilidad de la madre. Ahora bien, otro dato importante es que, no hubo ningún voto para el “padre” solamente, haciendo notoria la permanencia de la idea de que cuidar a un niño es un rol no masculino.



**Figura 5.** Resultados de pregunta 5 sobre las tareas de hogar en caso de tener hijos.

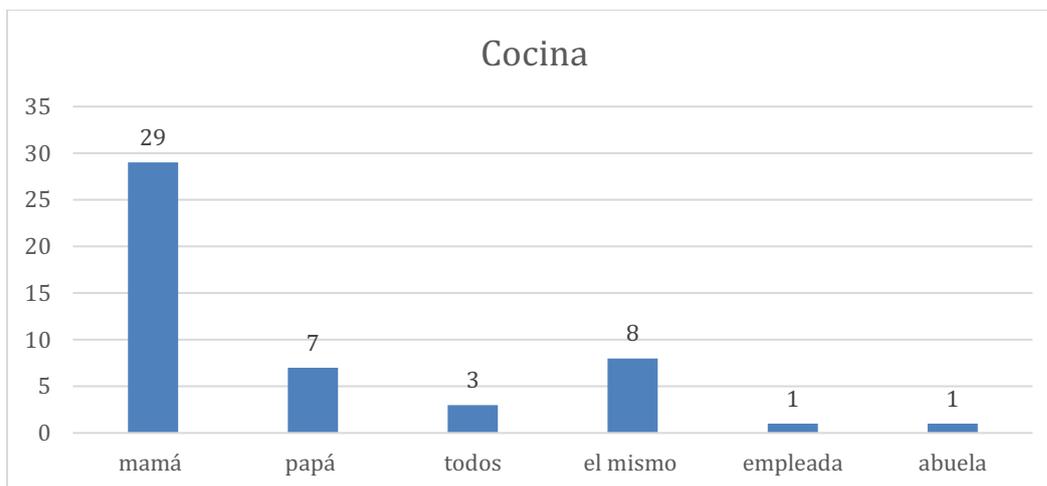
*Nota.* Elaboración propia.

Estas respuestas tienen sustento en una serie de factores, como la idea de que las mujeres son las principales responsables del cuidado de los niños, o la idea de que los hombres no son capaces o no les corresponde realizar las tareas relacionadas con el cuidado de los niños.

Sin embargo, también es importante señalar que las respuestas "cualquier persona" y "todos los miembros de la familia" también son frecuentes. Esto indica que hay un cambio en las percepciones sobre los roles de género en el hogar, ya que sugiere que las personas de ambos sexos son capaces y responsables de cuidar a los niños.

#### **Pregunta 6. ¿Quién es la persona que más cocina en tu casa?**

En cuanto a la pregunta acerca de quién es la persona que más cocina en casa persiste la idea de "la madre" en la mayoría de las respuestas que equivalen al 64,4%, mientras que en segundo lugar con un 17,7% las personas encuestadas aseguran que cocinan su propia comida y se presenta un dato interesante, con relación a que la tercera persona que cocina es el padre con un 15,5%.



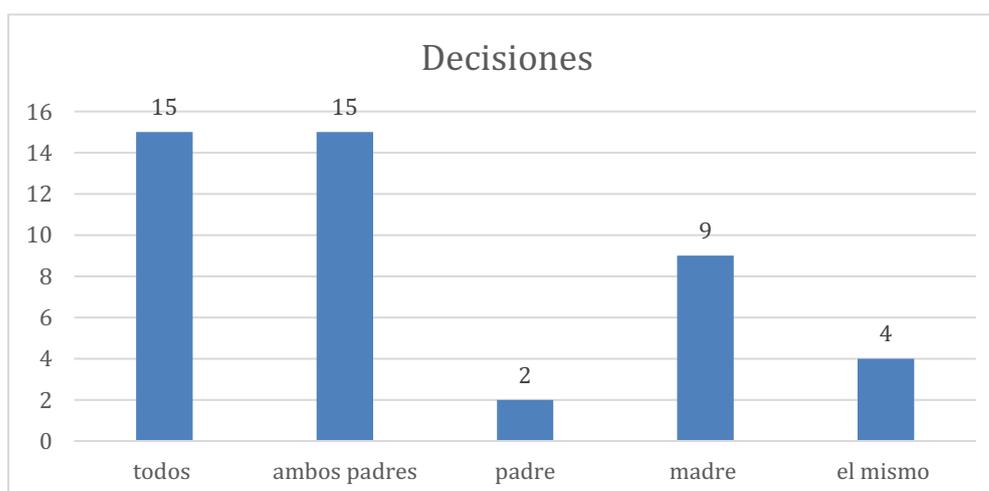
**Figura 6.** Resultados de la pregunta 6.

*Nota.* Elaboración propia.

El hecho de que la figura materna sea la principal persona encargada de la cocina en casa sugiere que persisten las costumbres patriarcales en las personas entrevistadas. Sin embargo, también es importante señalar que el porcentaje de personas que respondieron que la figura paterna cocina, indica que hay un cambio en la asignación de los roles de género en el hogar, pues sugiere que los hombres también han asumido esa responsabilidad.

#### **Pregunta 7. ¿Quién toma las decisiones en tu familia?**

Ahora bien, la siguiente figura muestra quien en cada hogar toma las decisiones. Las personas entrevistadas señalan que “todos” y “ambos padres” son los más seleccionados, cada uno con el 33,3%, sin embargo, la tercera respuesta corresponde a “la madre” con un 20%.



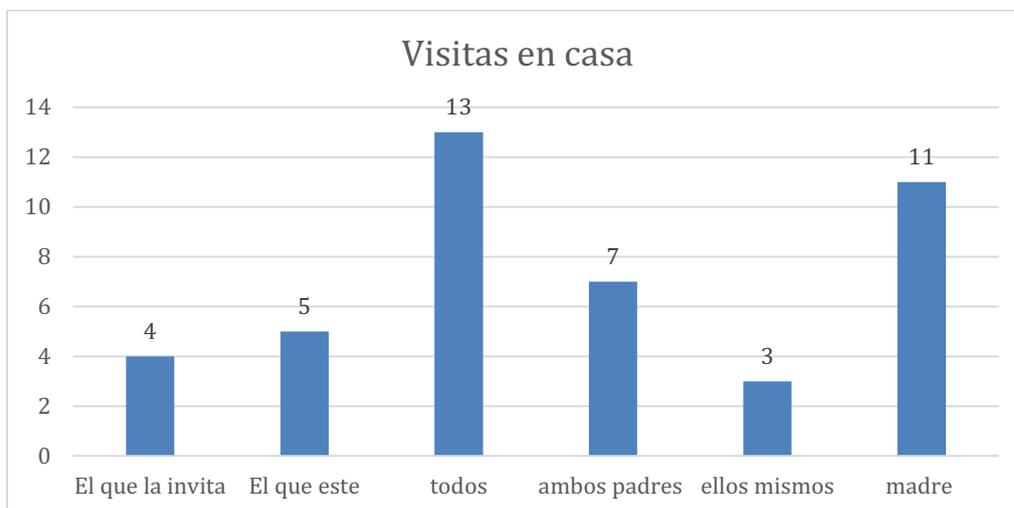
**Figura 7.** Resultados de pregunta 7.

*Nota.* Elaboración propia.

El hecho de que la mayoría de las respuestas a esta pregunta sean "todos" y "ambos padres" sugiere que hay un cambio en los roles de género frente a la toma de decisiones en la familia. Este cambio podría deberse a una serie de factores, como el aumento de la equidad de género.

#### **Pregunta 8. ¿Quién atiende la visita en tu casa?**

En cuanto a quién atiende la visita en casa, la principal respuesta fue "todos" con 28,8%, aún así, la segunda respuesta más votada fue "la madre" con un 24,4%, incluso se mantiene muy alejada de la tercera que es "ambos padres" obteniendo el 15,5% de recurrencia.



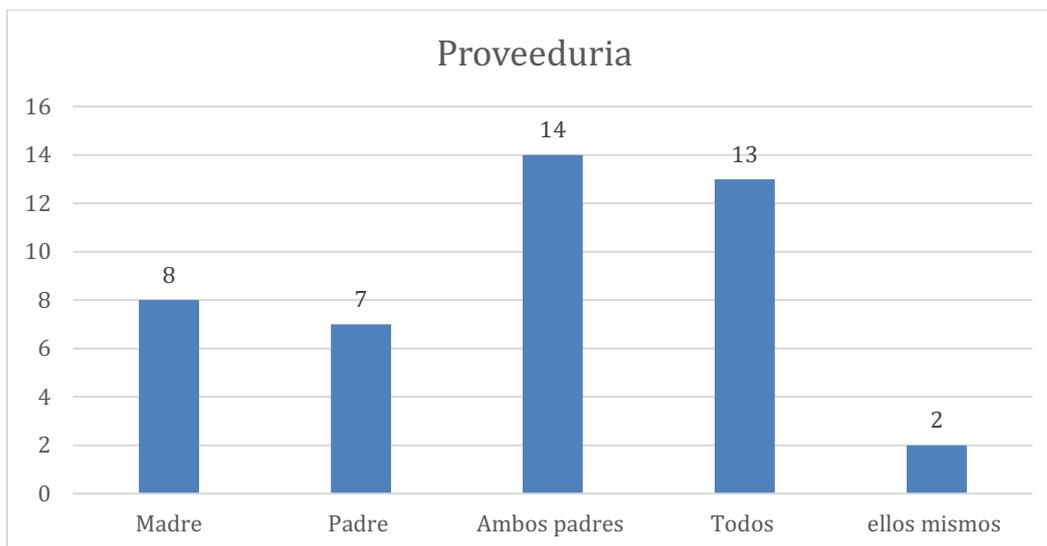
**Figura 8.** Resultados de pregunta 8.

*Nota.* Elaboración propia.

Se acostumbra que en los roles de género tradicionales que la visita debe ser atendida por la persona más importante de la casa, sin embargo se observa un cambio en esta dinámica hacia una distribución de la responsabilidad más democrática, donde todas las personas participan, No obstante, se mantiene, el hecho de que es "la madre", la segunda respuesta más votada muestra que se mantiene la idea de que la madre sea la que debe servir, atender y cuidar, mientras que "el padre" ni siquiera es tenido en cuenta para desempeñar esta labor.

#### **Pregunta 9. ¿Quién lleva el dinero a la casa?**

Con respecto a la provisión de la familia, ya no es el padre solamente, pues en la primera respuesta fue "ambos padres" con un 31,1% y en la segunda, "todos" con un 28,8% aun así la tercera respuesta, que es "madre" tiene un 17,7%.



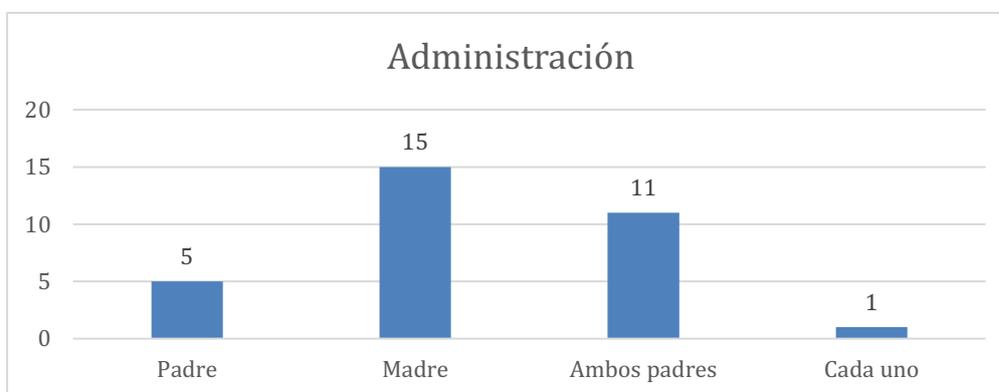
**Figura 9.** Resultados de pregunta 9.

*Nota.* Elaboración propia.

La respuesta más común a esta pregunta es que tanto el padre como la madre llevan el dinero a casa, sugiere que hay un cambio en las asignaciones sobre los roles de género en la familia. Este cambio se debe al aumento de la participación de las mujeres en el mercado laboral. Sin embargo, un punto clave es la respuesta de la “madre” sugiere: en primera medida, que los roles tradicionales en la mujer se han ido transformando y duplicado, para ahora tener la responsabilidad de llevar dinero al hogar. Esto también se debe a la jefatura femenina de familia (cabezas de hogar).

**Pregunta 10. ¿Quién administra el dinero en tu casa?**

La administración del dinero es una labor de la “madre” según las personas encuestadas con un 33,3% y en segundo lugar, “ambos padres” con un 24,4%.



**Figura 10.** Resultados de pregunta 10.

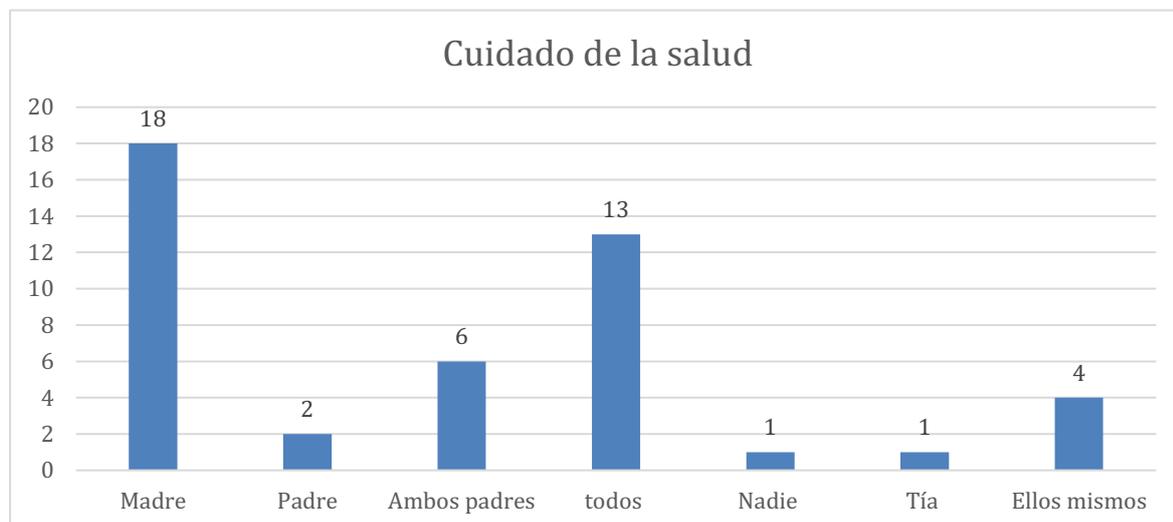
*Nota.* Elaboración propia.

Ahora bien, que la figura materna sea la más votada en la administración del dinero es un dato importante porque sugiere preguntas respecto a la toma de decisiones económicas al

interior del hogar. En algunos entrevistados es la figura materna quien se encarga de distribuir los ingresos, mientras que en otros hogares es el padre, en su rol de proveedor quien también determina los gastos; generando opiniones divididas.

**Pregunta 11. ¿Quién está al pendiente de la salud en casa?**

En la pregunta 11, la cuidadora de la salud en el núcleo familiar es la “madre” con un 40%, mientras la segunda respuesta fue “todos” con un 28,8% y la tercera “ambos padres” con un 13,3%.



**Figura 11.** Resultados de pregunta 11.

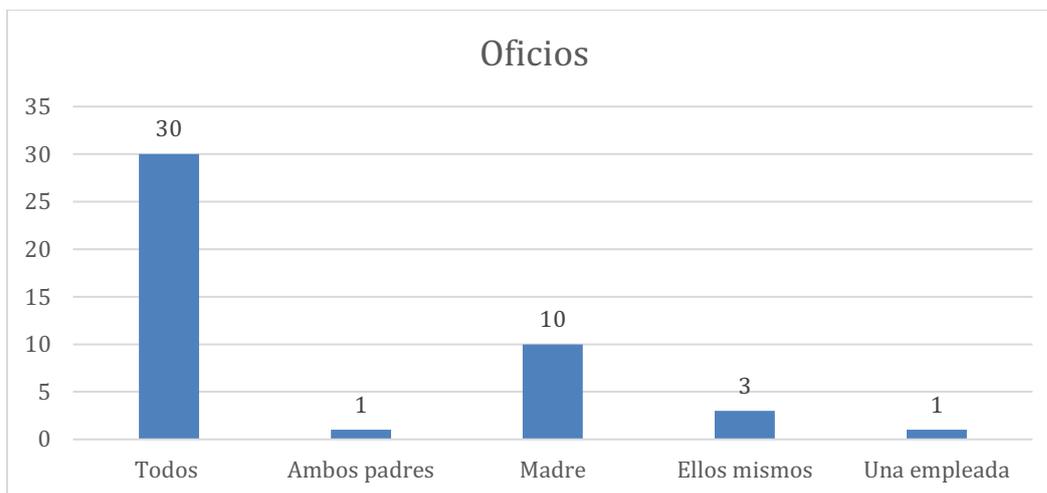
*Nota.* Elaboración propia.

Que la “madre” sea la respuesta más recurrente, muestra que se mantienen los roles femeninos de cuidado como: ubicación de citas médicas, llevar a su familia a los hospitales, mantenerse al tanto de la salud de la familia, cuidar las heridas o el estado de salud de los integrantes de la familia, mientras que el hombre mantiene el papel de indiferencia hacia su propia salud e incluso hacia su familia.

Sin embargo, es importante señalar que el porcentaje de personas que respondieron que todos se cuidan la salud, es interesante. Esto indica que hay un cambio en las percepciones sobre el cuidado de la salud, ya que se está reconociendo que todos los miembros de la familia tienen un papel que desempeñar en el cuidado de su salud.

**Pregunta 12. ¿Quién hace los oficios de la casa?**

Para la pregunta 12, sobre quién hace los oficios en la casa, se observa que la mayoría de los votos es para “todos” con un 66%, y en segundo lugar, la “madre” con un 22%, y “Ellos mismos” con un 6,6%.



**Figura 12.** Resultados de pregunta 12.

*Nota.* Elaboración propia.

El hecho de que “todos” sea la opción más recurrente es un dato positivo, ya que sugiere que hay una distribución equitativa de las tareas domésticas producto de los cambios en los roles de género, y de a poco la idea de que la mujer es la que hace oficio y el hombre no, va desapareciendo; lo cual significa que las nuevas generaciones apuestan por un cambio hacia las nuevas masculinidades.

Esto se debe a una serie de factores, como el aumento de la participación de las mujeres en trabajos fuera de casa y a que los hombres que optan por aportar a las familias desde los cuidados del hogar y las tareas domésticas, como un avance hacia la transformación de las masculinidades hegemónicas hacia masculinidades paternas, no violentas y emocionales.

**Pregunta 13. ¿Cuáles oficios hacen las mujeres en tu casa? (PREGUNTA ABIERTA)**

En la mayoría de las respuestas a esta pregunta abierta, los encuestados respondieron que las mujeres realizan la mayoría de los trabajos domésticos, se enuncia unos “oficios específicos” de las mujeres como la limpieza de cuartos, baños o cocina y el lavado de ropa de toda la familia.

El hecho de que las mujeres estén ampliamente asociadas con los oficios del hogar es un dato importante; sugiere que los roles de género tradicionales permanecen, de igual forma, se refleja que los hombres poco o nada hacen en los hogares de los estudiantes; un indicador de la persistencia de las masculinidades hegemónicas en las labores domésticas.

**Pregunta 14. ¿Cuáles oficios hacen los hombres en tu casa? (PREGUNTA ABIERTA)**

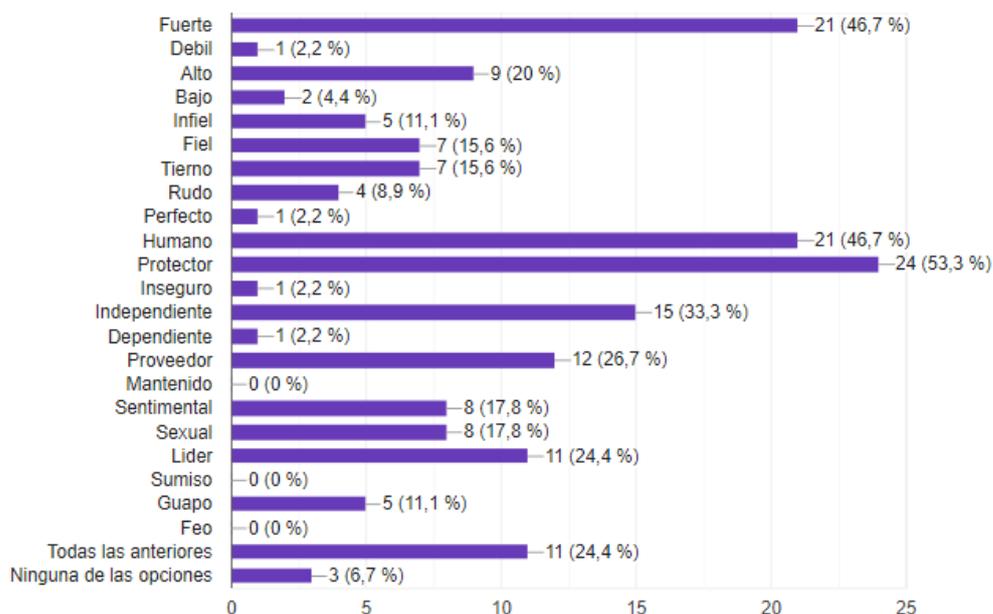
A esta pregunta respondieron que los hombres no tienen tareas específicas, pero se destaca también las tareas en las que contribuyen en el hogar como cocinar y el aseo en general.

El hecho de que no haya tareas específicas para el hombre como lavar el carro, construir o reparar cosas, es un dato interesante, debido a que cada vez más se separan de los roles

hegemónicos masculinos y se involucran algunos en otras labores, mientras que otros se desentienden totalmente de sus responsabilidades.

En el siguiente bloque del cuestionario se plantearon preguntas con selección múltiple con múltiple respuesta.

**Pregunta 15. ¿Cuáles crees que son las características que definen a un hombre?**



**Figura 13.** Resultados de pregunta 15.

*Nota.* Elaboración propia.

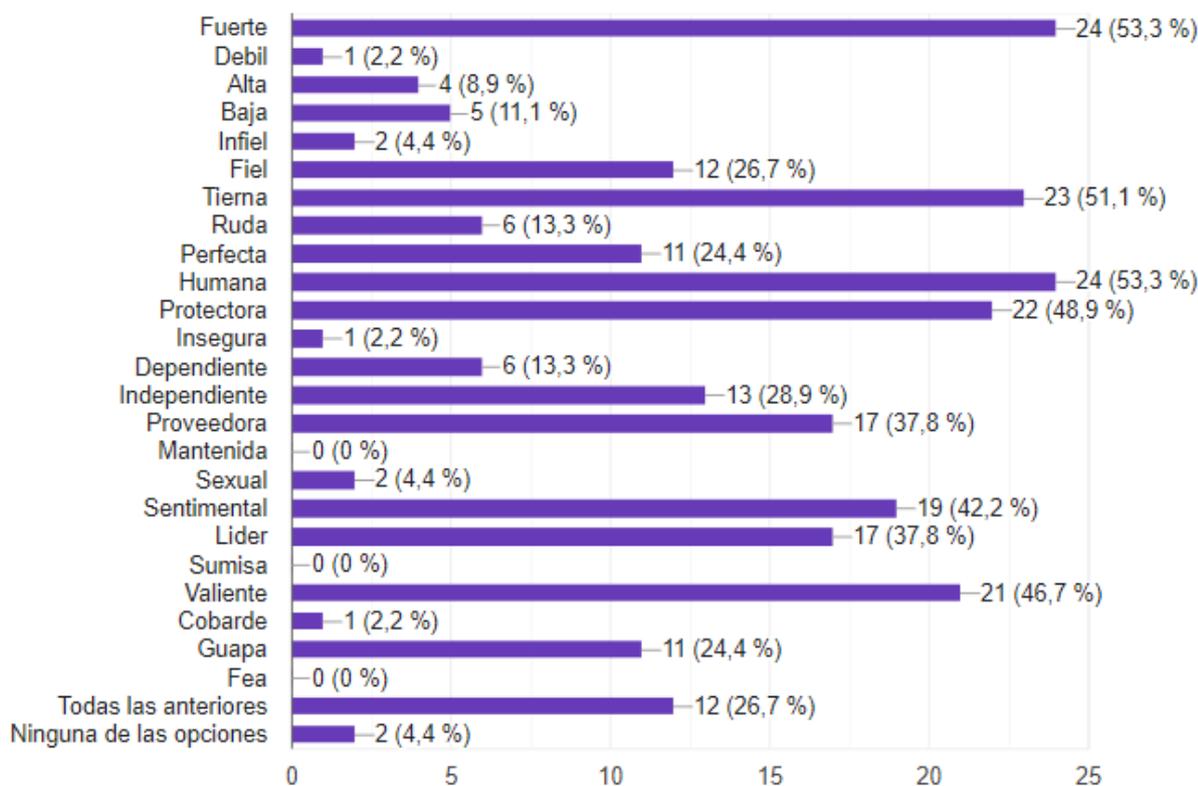
En las características que definen a un hombre, se resaltan entre una larga lista que se evidencia: la fuerza, la labor de protector, la humanidad, el ser proveedor, líder, sentimental y con sentido de humanidad, lo cual demuestra que se mantiene una imagen estereotipada de lo masculino, cuyos atributos o características corresponden a las masculinidades hegemónicas.

A continuación, se analizan algunas de estas características:

- La fuerza es una característica que se asocia tradicionalmente con los hombres, por qué se asocia con la capacidad de proteger a los demás y de enfrentar los desafíos.
- La labor de protector es otra característica que se asocia tradicionalmente con los hombres. Se asocia con la responsabilidad de cuidar y proteger a los demás, especialmente a la familia y a los seres queridos.
- La humanidad es una característica que sugiere que los hombres son seres empáticos y compasivos. Se asocia con la capacidad de entender y sentir las emociones de los demás.
- El ser proveedor es una característica que se asocia tradicionalmente con los hombres. Se asocia con la responsabilidad de proporcionar sustento económico a la familia.

- Líder es una característica que sugiere que los hombres son capaces de guiar y motivar a los demás. Se asocia con la capacidad de tomar decisiones y de inspirar a otros a seguirlos.
- Sentimental es una característica que sugiere que los hombres son capaces de expresar sus emociones. Se asocia con la capacidad de amar, de sentir empatía y de ser vulnerables.
- Con sentido de humanidad es una característica que sugiere que los hombres son seres éticos y morales. Se asocia con la capacidad de hacer lo correcto, incluso cuando es difícil.
- Es importante señalar que estas características no son exclusivas de los hombres. Las mujeres también pueden ser fuertes, protectoras, empáticas, responsables, líderes y sentimentales. Sin embargo, como se ve en la encuesta estas características se siguen asociando con los hombres, es decir se mantienen los roles en la sociedad.

**Pregunta 16. ¿Cuáles crees que son las características que definen a una mujer?**



**Figura 14.** Resultados de pregunta 16.

*Nota.* Elaboración propia.

En cuanto a las características que definen a una mujer se destacan en el listado: la fortaleza, la ternura, la protección, la humanidad, la valentía y la independencia.

También se destaca como “nuevo rol” de la mujer la proveeduría; nuevo respecto a los roles tradicionales, puesto que históricamente se ha asumido que las mujeres dependen de los hombres.

Ahora bien, el hecho de que algunas de las opciones más votadas sean perfectas y tiernas, demuestra que aún se mantienen ideas tradicionales frente al género femenino.

A continuación, se analizan algunas de estas características:

- La fortaleza es una característica que se asocia tradicionalmente con las mujeres. Se asocia con la capacidad de enfrentar los desafíos y de superar las adversidades.
- La ternura es otra característica que se asocia tradicionalmente con las mujeres. Se asocia con la capacidad de amar, de cuidar y de ser amables con los demás.
- La protección es una característica que sugiere que las mujeres son seres empáticos y compasivos. Se asocia con la capacidad de cuidar y proteger a los demás, especialmente a la familia y a los seres queridos.
- La humanidad es una característica que sugiere que las mujeres son seres éticos y morales. Se asocia con la capacidad de hacer lo correcto, incluso cuando es difícil.
- La valentía es una característica que sugiere que las mujeres son capaces de enfrentarse a los desafíos y de superar las adversidades.
- La independencia es una característica que sugiere que las mujeres son capaces de valerse por sí mismas y de tomar sus propias decisiones.

Es importante señalar que estas características no son exclusivas de las mujeres. Los hombres también pueden ser fuertes, empáticos, responsables, éticos y morales. Sin embargo, estas características se asocian tradicionalmente con las mujeres, la transformación sería que no se asociaron a ningún género

**Periodista 17. ¿Crees que los hombres están dispuestos a hablar sobre sus emociones y vulnerabilidades? (Pregunta abierta)**

En relación con esta pregunta, se observa que los hombres, a diferencia del pasado cuando rara vez mostraban sus emociones, ahora lo hacen con mayor frecuencia. Este cambio refleja una transformación en los roles de género tradicionales, dando lugar a una nueva forma de masculinidad emocional, donde se facilita la expresión de sentimientos en lugar de ocultarlos. Sin embargo, este cambio todavía viene acompañado de ciertas condiciones que afectan la forma en que los hombres pueden expresar sus sentimientos.

Los hombres suelen sentirse más cómodos hablando de sus emociones con personas en las que confían, como sus parejas, amigos cercanos o familiares. Además del círculo íntimo,

también hay otros factores que influyen en la disposición de los hombres a hablar de sus emociones y vulnerabilidades. Estos factores incluyen el entorno, la confianza y el tema que se trate.

El entorno puede influir en la disposición de los hombres al hablar de sus emociones y vulnerabilidades. Por ejemplo, los hombres que se sienten juzgados o criticados por expresar sus emociones pueden ser menos propensos a hacerlo. Además de esto, la confianza es otro factor importante que puede influir en la disposición de los hombres a hablar de sus emociones y vulnerabilidades. Los hombres que confían en la persona con la que están hablando serán más propensos a ser abiertos y honestos sobre sus sentimientos.

Finalmente, el tema que se trate también puede influir en la disposición de los hombres a hablar de sus emociones y vulnerabilidades. Los hombres pueden ser más propensos a hablar de algunas emociones que de otras. Por ejemplo, los hombres pueden ser más propensos a hablar de su tristeza o su ira que de su miedo o su vergüenza.

**Pregunta 18. ¿Qué opinas de los hombres que eligen quedarse en casa como cuidadores principales mientras sus parejas trabajan? (Pregunta abierta)**

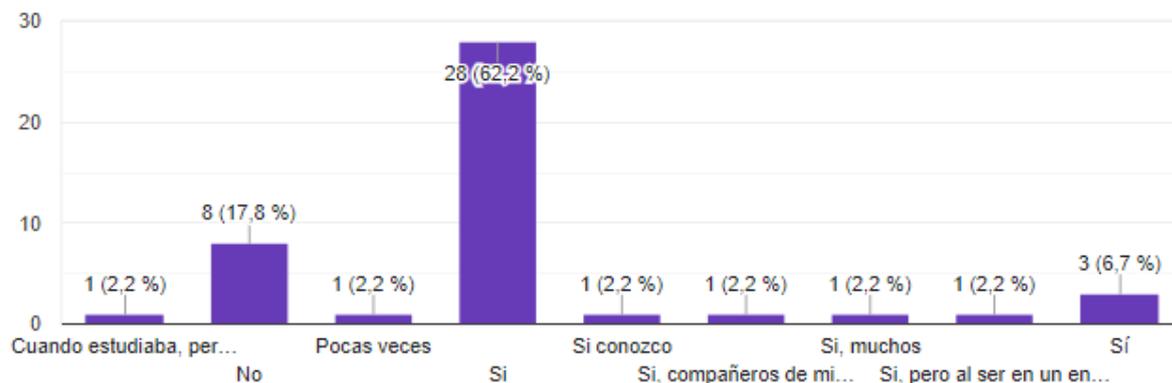
En cuanto a la pregunta, la percepción de los hombres que se quedan como cuidadores mientras sus parejas trabajan es muy positiva. Se observa un aumento en la decisión de los hombres de quedarse en casa para apoyar en las tareas domésticas y de cuidado. Aunque este fenómeno aún es poco común, indica una transformación en los roles de género. Sin embargo, este cambio está acompañado de diversos factores.

El hecho de que en el mercado laboral haya más opciones disponibles para las mujeres que antes, permite que los hombres deban o puedan elegir quedarse en casa. En otros casos, la baja demanda de trabajadores fuera de casa puede hacer que los hombres asuman la responsabilidad del trabajo del hogar, el cuidado de los hijos, apostando por una forma de masculinidad paternal.

Que un hombre elija hacerse responsable de la situación de su familia, lo haga responsable, se considera importante, pues rompe con los estereotipos tradicionales de género. En este sentido, se ha demostrado que los hombres que se quedan como cuidadores son capaces de desempeñar este rol y se ha reconocido la importancia de la equidad de género en todos los ámbitos de la vida, incluido el hogar mediante la apuesta por la corresponsabilidad familiar.

Sin embargo, todavía existen algunos retos que deben superarse para que la percepción de los hombres cuidadores sea aún más positiva. En algunos casos, los hombres pueden enfrentarse a prejuicios o discriminación por parte de su entorno que considera el cuidado como una labor femenina.

**Pregunta 19. ¿Has conocido hombres que trabajan como profesores en escuelas primarias?**



**Figura 15.** Resultados pregunta 19.

*Nota.* Elaboración propia.

Los resultados de la pregunta sobre el conocimiento de hombres en el sector de escuelas primarias son muy reveladores. El hecho de que el 62,2% de los encuestados haya visto o conocido a hombres trabajando en escuelas primarias es una señal de las transformaciones sociales respecto a las masculinidades artísticas y la presencia de hombres en este ámbito está aumentando.

Esto se debe a varios factores. En primer lugar, la sociedad está cambiando y cada vez es más aceptado el hecho de que los hombres trabajen en profesiones que tradicionalmente han sido consideradas femeninas. En segundo lugar, los hombres están cada vez más interesados en trabajar con niños. Esto se debe a que la educación es una profesión gratificante y que ofrece muchas oportunidades de desarrollo personal y profesional.

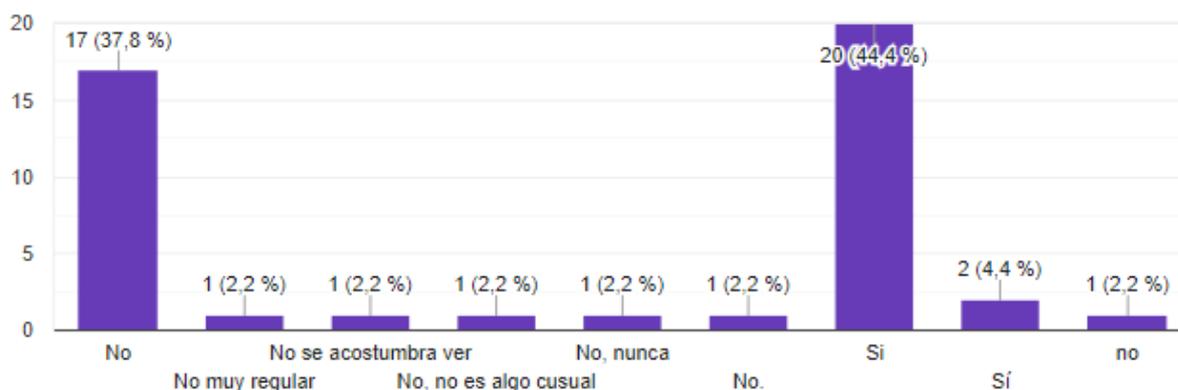
Por último, las escuelas están empezando a reconocer la importancia de contar con una plantilla diversa, que incluya tanto hombres como mujeres. Esto se debe a que la diversidad puede ayudar a crear un ambiente más inclusivo y enriquecedor para todos los estudiantes, con el propósito de romper con las ideas preconcebidas en torno al género.

Sin embargo, todavía existen algunos retos que deben superarse para que la presencia de hombres en las escuelas primarias sea aún más significativa. En algunos casos, los hombres pueden enfrentarse a prejuicios o discriminación, debido a la construcción cultural en torno a la figura del hombre abusador, que lamentablemente es reforzada por las estadísticas de violencia donde se evidencia que los agresores son en su mayoría hombres.

Además, todavía existen desigualdades en cuanto a la distribución de los roles de género en la educación, con un mayor número de mujeres que hombres trabajando como docentes, lo que

recae nuevamente en los roles tradicionales, donde existe la idea de que la mujer es quien debe enfocarse en los cuidados de los niños.

**Pregunta 20. ¿Alguna vez has visto a hombres desempeñando el papel de niños de manera regular?**

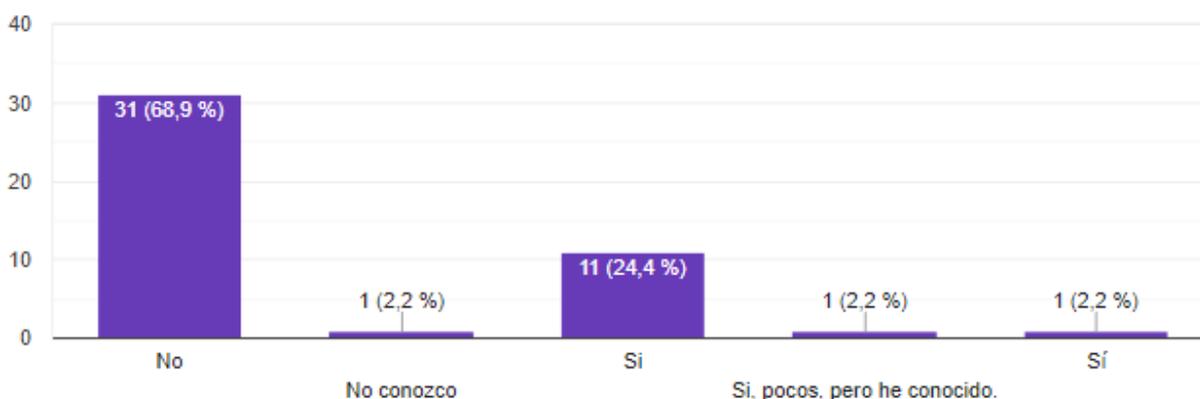


**Figura 16.** Resultados de pregunta 16.

*Nota.* Elaboración propia.

El hecho de que el 48,8% de los encuestados haya visto a hombres desempeñando este rol de manera regular es una señal del cambio en el cuidado infantil está aumentando; mientras que otro gran porcentaje de votos, el 37,8% no conoce o ha visto algún hombre trabajando como cuidador de niños, lo que sugiere que aún hay resistencias en la sociedad sobre el papel de los hombres y su rol de cuidadores.

**Pregunta 21. ¿Conoces hombres que participen en grupos de apoyo para hablar sobre paternidades y crianza?**



**Figura 17.** Resultados de pregunta 21.

*Nota.* Elaboración propia.

En cuanto al conocimiento de grupos de apoyo para hablar acerca de paternidades y crianza, y la evidente participación de hombres en estos grupos, tendremos que el 68,9% de los

encuestados no conoce de hombres que participen en estas actividades, el restante si ha conocido, así sean pocos, lo cual evidencia un cambio.

Además, los grupos de apoyo para hablar acerca de paternidades y crianza son una buena manera para que los hombres se conecten con otros padres, compartan experiencias y obtengan apoyo. Estos grupos pueden ayudar a los hombres a sentirse más cómodos con su rol como padres y a desempeñar este rol de manera más efectiva aprendiendo acerca de la importancia de las nuevas masculinidades.

**Pregunta 22. ¿Has observado hombres que hablen abiertamente sobre su participación en tareas domésticas y cómo equilibran esas responsabilidades con el trabajo? (Pregunta abierta)**

No todas las personas encuestadas respondieron esta pregunta, lo cual puede obedecer a cansancio, desinterés, desconocimiento o no les vieron la importancia a las preguntas. Quienes respondieron fueron 8 personas, que equivalen al 3,6%, de ellas 5 respondieron que sí y cada vez más normal, mientras que 3 expresaron no conocer a ninguno.

**Pregunta 23. Para ti ¿Qué es masculinidad? (Pregunta abierta)**  
En cuanto a la pregunta acerca de qué es masculinidad, para los encuestados, partiendo del punto de la definición “es un conjunto de características, comportamientos y roles que se asocian con los hombres en una determinada sociedad” (Diccionario de Google).

Esta definición es inclusiva y reconoce que la masculinidad es un concepto complejo y cambiante. Se basa en las siguientes ideas:

- La masculinidad es social: no es algo natural o biológico, sino que se construye socialmente.
- La masculinidad es diversa: existen muchas formas de ser hombre, y no hay una sola masculinidad normativa.
- La masculinidad es dinámica: cambia con el tiempo y el contexto.

Esta definición es compatible con las ideas presentadas por los encuestados, como por ejemplo, la idea de que la masculinidad es "lo que define al hombre" es compatible con la idea de que la masculinidad es un conjunto de características, comportamientos y roles.

La idea de que la masculinidad es "dureza" es compatible con la idea de que la masculinidad se asocia con la fuerza y la capacidad de protección. La idea de que la masculinidad es "un hombre abierto a participar y repartir equitativamente sus labores en todos los contextos de su vida" es compatible con la idea de que la masculinidad es diversa y que no existe una sola masculinidad normativa.

**Pregunta 24. ¿Qué tipos de masculinidades conoce? (Pregunta abierta)**

Ahora en el marco de hablar de los tipos de masculinidades la mayoría de los encuestados argumenta no conocer del tema, y mencionar en algunos casos la masculinidad frágil, pocas respuestas dan razón de las masculinidades hegemónicas e igualitarias

Esto se debe a varios factores.

- la masculinidad es un concepto complejo que no siempre es fácil de entender.
- la masculinidad es un tema que a menudo se evita o se minimiza.
- la educación sobre masculinidades es todavía relativamente escasa.

El hecho de que la mayoría de los encuestados no conozca los tipos de masculinidades es una señal de que todavía hay un desconocimiento sobre este tema. Esto puede tener consecuencias negativas, ya que puede contribuir a la perpetuación de estereotipos de género y a la discriminación de los hombres que no se ajustan a los roles tradicionales de masculinidad. Es importante educar a la población sobre los diferentes tipos de masculinidades para que las personas puedan entender la complejidad de este tema y puedan respetar las diferentes formas de ser hombre.

**Pregunta 25. ¿Cómo identificas los tipos de masculinidad? (Pregunta abierta)**

Se les preguntó además a los estudiantes como identifican los tipos de masculinidad, en donde la gran mayoría dice no saber cómo identificarlas y además de ello tampoco es consciente de la importancia del tema, no teniendo claro nada del entorno en donde se pueden desarrollar estas.

El hecho de que la gran mayoría de los estudiantes no sepa cómo identificar los tipos de masculinidad es una señal de que todavía hay un desconocimiento sobre este tema. Esto puede tener consecuencias negativas, ya que puede contribuir a la perpetuación de estereotipos de género y a la discriminación de los hombres que no se ajustan a los roles tradicionales de masculinidad. Los estudiantes pueden identificar los tipos de masculinidad a través de una variedad de fuentes. Una fuente importante es la familia. Los niños aprenden sobre la masculinidad a través de la observación de sus padres, hermanos y otros miembros de la familia.

Otra fuente importante es los medios de comunicación. Los medios de comunicación, como la televisión, las películas y la música, a menudo representan a los hombres de manera estereotipada. Esto puede influir en la forma en que los niños y los jóvenes piensan sobre la masculinidad. Los amigos y compañeros también pueden influir en la forma en que los estudiantes piensan sobre la masculinidad. Los niños y los jóvenes suelen buscar la aprobación de sus pares, y pueden sentirse presionados a actuar de una manera que se ajuste a las expectativas de género.

Los estudiantes también pueden identificar los tipos de masculinidad a través de su propia experiencia personal. Los niños y los jóvenes experimentan el mundo de diferentes maneras, y pueden desarrollar su propia comprensión de la masculinidad. Para que los estudiantes puedan identificar los tipos de masculinidad, es importante que tengan acceso a información sobre este tema. La educación formal, como la educación en las escuelas y universidades, puede desempeñar un papel importante en la promoción de la conciencia sobre los tipos de masculinidad.

También es importante que los estudiantes tengan oportunidades de reflexionar sobre su propia masculinidad. Esto puede ayudar a los estudiantes a desarrollar una imagen positiva de sí mismos y a respetar las diferentes formas de ser hombre. En el contexto del sondeo que se está analizando, el hecho de que la gran mayoría de los estudiantes no sepa cómo identificar los tipos de masculinidad y tampoco sea consciente de la importancia del tema, es una señal de que todavía hay un trabajo por hacer para promover la educación sobre masculinidades. Es importante que se tomen medidas para educar a los estudiantes sobre los tipos de masculinidad y para promover la conciencia sobre este tema.

**Pregunta 26. ¿Qué temas desarrollarías para educar acerca de la masculinidad?  
(Pregunta abierta)**

Ahora, al hablar de qué temas deberían desarrollarse para lograr educar acerca de la masculinidad frágil, la mayoría de los encuestados, tienen claro que el camino evidente y claro será el de la educación multidisciplinaria junto con el departamento de psicología, en donde se traten temas como los valores positivos, los estereotipos, temáticas domésticas y testimonios válidos para hablar de la temática.

El hecho de que la mayoría de los encuestados piense que el camino evidente para educar sobre la masculinidad frágil es la educación multidisciplinaria junto con el departamento de psicología es una señal positiva. Esto sugiere que las personas están reconociendo la complejidad de este tema y la importancia de abordarlo desde diferentes perspectivas.

La educación multidisciplinaria puede ayudar a garantizar que los estudiantes tengan acceso a una amplia gama de información sobre la masculinidad frágil. Esto puede incluir información sobre los orígenes de la masculinidad frágil, sus consecuencias negativas y las formas de abordarla. La colaboración con el departamento de psicología puede ayudar a garantizar que la educación sobre la masculinidad frágil sea precisa y esté respaldada por la investigación. Los psicólogos pueden ayudar a los educadores a desarrollar materiales educativos que sean relevantes, apropiados y efectivos.

Los temas que se pueden desarrollar para educar sobre la masculinidad frágil incluyen:

- **Los valores positivos de la masculinidad:** Es importante enfatizar que la masculinidad puede ser una fuerza positiva en la vida de los hombres. Los hombres pueden ser fuertes, valientes y protectores, pero también pueden ser sensibles, compasivos y empáticos.
- **Los estereotipos de género:** Es importante enseñar a los estudiantes sobre los estereotipos de género y cómo pueden ser dañinos. Los estereotipos de género pueden presionar a los hombres a comportarse de una manera que no sea natural para ellos y que puede conducir a problemas de salud mental y emocional.
- **Temas domésticos:** Es importante enseñar a los estudiantes sobre la importancia de la participación equitativa de los hombres en las tareas domésticas y el cuidado de los niños. Esto puede ayudar a desafiar los estereotipos de género y a promover la igualdad de género.
- **Testimonios válidos:** Es importante que los estudiantes escuchen las voces de los hombres que han experimentado la masculinidad frágil. Estos testimonios pueden ayudar a los estudiantes a comprender las consecuencias negativas de la masculinidad frágil y a desarrollar estrategias para abordarla.

Además de estos temas, también es importante que la educación sobre la masculinidad frágil sea inclusiva y tenga en cuenta la diversidad de masculinidades. Es importante enseñar a los estudiantes que no hay una sola forma de ser hombre y que todos los hombres son valiosos y merecen ser respetados.

**Pregunta 27. ¿Por qué consideras importante hablar de masculinidades? (Pregunta abierta)**

Finalmente los encuestados consideran que es importante hablar de masculinidades frágiles debido a que con estas se van a eliminar estereotipos, se dará importancia a numerosas poblaciones y se van a desdibujar ciertos machismos en las tareas que se presentan según los miembros de la familia, así mismo, esta temática puede contribuir de manera clara al cierre de brechas y prejuicios hacia los hombres, en una sociedad cambiante es importante tener en cuenta no solo esto sino estar actualizados conforme las ideas nuevas acerca de los roles cambiantes.

Los encuestados tienen razón al considerar que es importante hablar de masculinidades frágiles. La masculinidad frágil es un problema que afecta a muchos hombres y puede tener consecuencias negativas para ellos y para la sociedad en general. Hablar de masculinidades frágiles puede ayudar a eliminar estereotipos de género. Los estereotipos de género pueden presionar a los hombres a comportarse de una manera que no es natural para ellos y que puede

conducir a problemas de salud mental y emocional, además puede dar importancia a numerosas poblaciones. Los hombres que no se ajustan a los roles tradicionales de masculinidad pueden sentirse aislados y excluidos. Hablar de masculinidades frágiles puede ayudar a visibilizar estas poblaciones y a promover su inclusión.

Dentro de los resultados de la encuesta aplicada, será posible denotar que aunque si bien la comunidad ya tiene algunas nociones de las consecuencias que traen consigo las masculinidades hegemónicas, sobre todo dentro de un espectro más amplio y por ende que permite apreciar las repercusiones más visibles, se podrá percibir que aún no hay una absoluta sensibilización respecto a todo lo que traen consigo, ello se debe principalmente a que algunos de los conceptos tradicionalistas relacionados con género se encuentran aún en amplia circulación, y por ende apropiación individual de los sujetos que conforman la sociedad generando así que se pasen por alto y por tanto se genere un escenario crítico más complejo.

- **La masculinidad es un concepto complejo y cambiante:** No es algo natural o biológico, sino que se construye socialmente. Se ve influenciada por factores como la cultura, la religión, la clase social y la familia.
- **Existen diferentes tipos de masculinidades:** La masculinidad hegemónica es el tipo de masculinidad que se considera normativo en una determinada sociedad. Se asocia con características como la fuerza, la virilidad, la competitividad, la independencia y la dominación. La masculinidad frágil es un tipo de masculinidad que se siente amenazada por las normas de la masculinidad hegemónica. Se asocia con características como la vulnerabilidad, la sensibilidad, la emocionalidad y la dependencia. Las masculinidades igualitarias son tipos de masculinidades que se basan en la igualdad de género. Se asocian con características como la empatía, la colaboración, la comunicación y la equidad.
- **El desconocimiento sobre la masculinidad es un problema:** La mayoría de los encuestados no conocen los diferentes tipos de masculinidades. Esto puede tener consecuencias negativas, ya que puede contribuir a la perpetuación de estereotipos de género y a la discriminación de los hombres que no se ajustan a los roles tradicionales de masculinidad.
- **La educación sobre masculinidades es importante.** La educación sobre masculinidades puede ayudar a los hombres a entender su propia masculinidad, a desarrollar una imagen positiva de sí mismos y a respetar las diferentes formas de ser

hombre. También puede ayudar a promover la igualdad de género y a crear un mundo más justo e igualitario para todos.

Con base a estas conclusiones, se pueden hacer las siguientes recomendaciones:

- Es importante promover la educación sobre masculinidades en todos los niveles educativos. Esto puede ayudar a los estudiantes a desarrollar una comprensión más amplia de la masculinidad y a desafiar los estereotipos de género.
- Es importante que la educación sobre masculinidades sea inclusiva y que tenga en cuenta la diversidad de masculinidades. Esto puede ayudar a los estudiantes a ver que no hay una sola forma de ser hombre y que todos los hombres son valiosos y merecen ser respetados.
- Es importante crear espacios seguros para que los hombres hablen sobre sus experiencias y desafíos. Esto puede ayudar a los hombres a sentirse más cómodos con su masculinidad y a encontrar apoyo.

Además de estas recomendaciones, también es importante tener en cuenta los siguientes factores:

- La masculinidad es un tema complejo y puede ser difícil de abordar. Es importante ser respetuoso y sensible a las diferentes perspectivas.
- La educación sobre masculinidades debe ser un esfuerzo continuo. Es importante seguir trabajando para promover la comprensión y el respeto de la diversidad de masculinidades.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede evidenciar que las masculinidades están en constante cambio, como por ejemplo en la redistribución de las labores domésticas y de proveeduría del hogar, en la toma de decisiones, que demuestran un replanteamiento de los roles de género.

También se vienen presentando algunas transformaciones en respecto a labores profesionales que antes estaban encargadas a las mujeres por la tradición de cuidado y ahora están siendo desempeñadas por hombres.

No obstante, las masculinidades hegemónicas permanecen con relación a lo que piensan las mujeres y los hombres acerca de la construcción de sus identidades, donde prevalecen las imágenes estereotipadas acerca del ser hombre y del ser mujer, y el binarismo de género.

En la misma medida existe un desinterés por parte de los hombres en asumir las cargas familiares de cuidado de la salud y de las personas en situación de enfermedad, discapacidad y personas adultas mayores en las mujeres.

Respecto al conocimiento acerca de las masculinidades, en general, tanto mujeres como hombres, desconocen del tema. Ahora bien, muchas personas manifiestan su deseo de conocer más información útil para su vida.

#### **4.2. Planeación de la estrategia educomunicativa**

En la etapa de planeación de esta estrategia educomunicativa, se propone la utilización de la plataforma digital Instagram como medio de difusión para fomentar la reflexión crítica acerca de las distintas formas de masculinidad presentes en la contemporaneidad.

Mediante la selección y publicación de contenido audiovisual, particularmente fragmentos de series o películas animadas, que abordan la diversidad de modelos de masculinidad, se busca crear un espacio propicio para el análisis, las preguntas y los diálogos con las personas que interactúan en las redes acerca de las masculinidades hegemónicas.

Asimismo, desde la educomunicación, se propone introducir nuevos conceptos para el reconocimiento de las masculinidades emergentes.

Este enfoque pretende sensibilizar a la audiencia respecto a la multiplicidad de identidades masculinas y promover la desarticulación de estereotipos de género, con miras a fomentar una concepción de masculinidad más inclusiva y respetuosa de la diversidad.

A continuación, se establecen los objetivos de la estrategia educomunicativa:

##### **4.2.1. Objetivo general.**

Sensibilizar acerca de las masculinidades a los estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana, mediante herramientas educomunicativas.

##### **4.2.2. Objetivos específicos.**

- Identificar los vacíos de información en la comunidad estudiada.
- Crear unos contenidos educomunicativos para instagram respecto a las masculinidades
- Evaluar los conocimientos adquiridos sobre masculinidades a partir de su publicación en instagram

##### **4.2.3. Público objetivo.**

Estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana.

##### **4.2.4. Duración.**

La campaña se desarrollará durante un período de dos meses y medio, con el propósito de generar mayor recordación.

A partir de los vacíos de conocimiento identificados en la comunidad estudiantil, se plantearon propuestas de solución y productos específicos para estructurar los contenidos a publicar en instagram. Estos se encuentran relacionados en la Matriz Operativa que se presenta a continuación:

Tabla 1.

*Necesidades propuestas y producto para los entrevistados*

<b>Pregunta</b>	<b>Necesidad Identificada</b>	<b>Propuesta de solución</b>	<b>Producto</b>
4. ¿A qué integrante de tu familia se le sirve primero la comida en casa?	A pesar de que se manifiesta que se les sirve a todos los integrantes de la familia al mismo tiempo, hay un porcentaje que indica la costumbre patriarcal de servir los alimentos primero al padre o al hermano menor.	Promover las prácticas equitativas en el hogar al servir la comida a todos los integrantes a la vez.	Publicación en Instagram en la que se presente a personajes que rompen estereotipos de una “buena masculinidad”, con un ejemplo en video de un fragmento de una película, serie o personaje.
5. Si en tu casa viviera un bebé ¿Quién se encargaría de cambiar su pañal?	Si bien en la actualidad las tareas del cuidado de los niños se distribuyen, son las madres las que tienen en la mayoría de casos esta responsabilidad.	Concientizar a la audiencia sobre la responsabilidad del cuidado de los bebés y niños en los hogares.	Publicación en Instagram que contiene la pregunta ¿Te han hecho sentir incapaz de desempeñar alguna labor importante para ti?, junto con el ejemplo en video del trailer de la película “Ser padre”.
6. ¿Quién es la persona que más cocina en tu casa?	Aunque cada vez se distribuyen más las labores del hogar, cocinar sigue siendo una tarea constante	Identificar que si hay roles de género marcados en los hogares y que esto debe cambiar, dando	Publicación en Instagram en la que se presente a personajes que rompen estereotipos

	de la figura materna en el hogar.	a entender que la labor de cocinar no solo debería estar a cargo de la figura materna.	de una “buena masculinidad”, con un ejemplo en video de una película, serie o personaje animado. En este caso Kronk
7.¿Quién toma las decisiones en tu familia?	A pesar de que las percepciones de género cambian, es en la madre en quien recae, en algunos casos, la toma de las decisiones.	Incentivar el papel de todos los integrantes del hogar en la toma de decisiones y lo que esto implica.	Publicación en Instagram que contenga ejemplos de un personaje de película o serie animada que rompe con el estereotipo de una “buena masculinidad”. En este caso Tio Iroh de “Avatar: La leyenda de Aang”
8.¿Quién atiende la visita en tu casa?	Teniendo en cuenta que quien atiende la visita en la casa se le considera una persona importante en el hogar, no debe ser una labor específica de algún miembro o género en particular del hogar.	Reconocer que es una labor de todos los miembros del hogar recibir y atender a las visitas en la casa.	Publicación en Instagram en la que se presente a personajes que rompen estereotipos de una “buena masculinidad”, con un ejemplo en video de un fragmento de una película, serie o personaje.
9.¿Quién lleva el dinero a la casa?	Teniendo en cuenta que quien lleva el dinero a la casa es quien debe	Aprender a distribuir la carga económica en el hogar, sin asignarle a	Publicación en Instagram de una serie o película en la que se resalta que el

	velar por el bienestar económico y el sustento diario, no debe ser una labor específica de algún miembro o género en particular del hogar.	algún género que es su deber llevar el dinero a la casa.	hombre puede ayudar en la casa, no solo llevando dinero.
10. ¿Quién administra el dinero en tu casa?	Considerando que en los hogares ambos padres trabajan en la actualidad, no debería presentar que sea el padre quien en la mayoría de los casos administra el dinero.	Educar a las personas para que la administración del dinero en los hogares se realice de manera equitativa sin importar los roles de género tradicionales.	Publicación en Instagram con imágenes que abarquen personajes de series o películas que poseen masculinidades no hegemónicas.
11. ¿Quién está al pendiente de la salud en casa?	A pesar de que la salud es un tema primordial para cualquier ser humano, son las madres las que más se encargan de estar al pendiente de esta.	Reconocer que las labores del cuidado no solo hacen parte de la figura materna y que la salud es un componente por el que se deben preocupar ambos géneros.	Publicación en Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas que rompan con las masculinidades hegemónicas, como lo es la masculinidad paternal.
12. ¿Quién hace los oficios de la casa?	En la mayoría de los encuestados, la respuesta fue que todos realizaban las tareas del hogar. Sin embargo, la segunda respuesta más	Concientizar a la audiencia sobre la igualdad en la distribución de las tareas domésticas en el hogar.	Publicación en Instagram destacando modelos de masculinidad en la distribución de tareas del Hogar

	frecuente fue que las madres eran las encargadas, lo que indica que persiste el estereotipo de que las mujeres deben hacerse cargo de todas las labores domésticas.		
13. ¿Cuáles oficios hacen las mujeres en tu casa?	En los hogares colombianos patriarcales, es la mujer o la figura materna la encargada de realizar los oficios del hogar.	Enseñar sobre los estereotipos de género para no caer nuevamente en ellos y que los oficios de la casa en la mayoría de casos no sean desempeñados por las mujeres.	Publicación en Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas que rompan con las masculinidades hegemónicas, como lo es la masculinidad paternal.
14. ¿Cuáles oficios hacen los hombres en tu casa?	Aunque cada vez el hombre participa más en las tareas domésticas, son las mujeres las que predominan en estas labores.	Reconocer que los roles de género tradicionales están cambiando y cómo aportar a esta transformación.	Publicación en Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas que rompan con las masculinidades hegemónicas, como lo es la masculinidad artística.
15. ¿Cuáles crees que son las características que	Se pudo evidenciar que en la mayoría de casos, se perpetúan	Enseñar que la idea convencional de masculinidad es un estereotipo e implica	Publicación en Instagram con imágenes de personajes de series

definen a un hombre?	pensamientos de que un hombre debe tener características de la masculinidad hegemónica.	cuestionar normas sociales,	o películas animadas que cuestionen las características que “debe” tener un hombre.
16.¿Cuáles crees que son las características que definen a una mujer?	La mayoría de encuestados aun ven a las mujeres con estereotipos de belleza o vulnerabilidad.	Enseñar a cuestionar los roles de género que se han otorgado a cada persona por la sociedad.	Publicación en Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas que cuestionen los roles de género de la mujer.
17.¿Crees que los hombres están abiertos a hablar sobre sus emociones y vulnerabilidades?	La mayoría de encuestados contestaron que los hombres no suelen ser muy expresivos.	Educar a las personas de que expresar los sentimientos no es algo negativo.	Publicación en Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas, las cuales muestran que los sentimientos deben expresarse.
18.¿Qué opinas de los hombres que eligen quedarse en casa como cuidadores principales mientras sus parejas trabajan?	Se evidenció en la encuesta que a la mayoría de encuestados no parece conflictuales que los hombres se queden en sus hogares mientras sus parejas trabajan.	Enseñar y educar a través de imágenes y videos que el hecho de trabajar desde casa y aportar a la educación de los hijos de una forma más cercana es igual de importante que el resto de trabajos.	Publicación en Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas, que enseñen que no hay problema con que un hombre trabaje en los oficios del hogar si así se requiere.

<p>19. ¿Has conocido hombres que trabajan como profesores en escuelas primarias?</p>	<p>En esta pregunta se logró identificar que el porcentaje de personas que conocen profesores hombres de primaria es bastante bajo.</p>	<p>Educar para cuestionar los roles de género en las profesiones.</p>	<p>Publicación en Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas que cuestionen los roles de género en los trabajos.</p>
<p>20. ¿Alguna vez has visto a hombres desempeñando el papel de niños de manera regular?</p>	<p>Se pudo evidenciar que muy pocas personas conocen hombres desempeñando labores de niños.</p>	<p>Educar para cuestionar los roles de género en las profesiones.</p>	<p>Publicación en Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas, que enseñen que no hay problema con que un hombre trabaje en los oficios del hogar si así se requiere.</p>
<p>21. ¿Conoces hombres que participen en grupos de apoyo para hablar sobre paternidades y crianza?</p>	<p>El porcentaje de esta pregunta fue casi nulo.</p>	<p>Educar para cuestionar los roles de género en las actividades del hogar.</p>	<p>Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas, que enseñen que no hay problema con que un hombre trabaje en los oficios del hogar si así se requiere.</p>
<p>22. ¿Has observado hombres que hablen abiertamente sobre</p>	<p>El porcentaje en la encuesta sobre esta pregunta fue muy bajo.</p>	<p>Promover la idea de que los oficios de la casa son responsabilidad de</p>	<p>Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas,</p>

<p>su participación en tareas domésticas y cómo equilibran esas responsabilidades con el trabajo?</p>		<p>todos los que vivan en el lugar. Es importante seguir fomentando este diálogo para que los hombres se sientan más cómodos hablando de estas cuestiones y para que puedan desarrollar una mayor conciencia sobre la igualdad de género.</p> <p>En concreto, se fomentará el diálogo sobre la participación de los hombres en las tareas domésticas y el equilibrio de responsabilidades.</p>	<p>que enseñen que no hay problema con que un hombre trabaje en los oficios del hogar si así se requiere.</p>
<p>23. Para ti ¿Qué es masculinidad?</p>	<p>En la mayoría de los casos, las respuestas fueron ideas asociadas a una masculinidad hegemónica.</p>	<p>Educar sobre los distintos tipos de masculinidades no hegemónicas que existen.</p>	<p>A través de Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas, donde se eduque sobre los diferentes tipos de masculinidad que existen.</p>

<p>24.¿Qué tipos de masculinidades conoce?</p>	<p>Pese a que la mayoría respondió no conocer ninguna un pequeño porcentaje expresó conocer algunas masculinidades a parte de la hegemónica.</p>	<p>Promover las nuevas masculinidades, diferentes a la hegemónica.</p>	<p>Con la red social de Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas, donde se eduque sobre los diferentes tipos de masculinidad que existen.</p>
<p>25.Cómo identificas los tipos de masculinidad</p>	<p>Se evidencia un gran desconocimiento sobre las nuevas masculinidades en las personas encuestadas.</p>	<p>Brindar educación acerca de las diversas formas de masculinidad que no siguen el patrón hegemónico.</p>	<p>Publicación en Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas, donde se eduque o enseñé diferentes tipos de masculinidad.</p>
<p>26¿Qué temas desarrollarías para educar acerca de la masculinidad?</p>	<p>La mayoría de encuestados estuvieron de acuerdo con que los mejores temas para llegar a una buena educación sobre masculinidad serían los valores positivos, los estereotipos, temáticas domésticas y testimonios válidos para hablar de la temática.</p>	<p>Desarrollar los temas que los encuestados proponen para que se tenga más conocimiento sobre las masculinidades.</p>	<p>A través de Instagram con imágenes de personajes de series o películas animadas, donde se eduque sobre los diferentes tipos de masculinidad que existen.</p>

27.¿Por qué consideras importante hablar sobre masculinidades?	Pese a que la mayoría de encuestados quieren conocer más sobre masculinidades, hay un porcentaje que no lo ve importante.	Educar sobre los diferentes tipos de masculinidades puede ayudar a los hombres a evitar adoptar actitudes negativas asociadas con la masculinidad hegemónica.	Utilizando la red social Instagram, compartir publicaciones con contenido de series o películas que enseñen que al dejar de perpetuar las masculinidades hegemónicas, no sólo las mujeres se sienten menos presionadas por el patriarcado, sino que los propios hombres también experimentan la liberación de no tener que cumplir con roles de género preestablecidos.
--	---	---	---

*Nota.* Elaboración propia.

#### **4.3. Implementación de la estrategia educomunicativa**

En la actualidad el uso de redes sociales como una forma de comunicarse e incluso como una herramienta para educar, permite que, desde la creación de cuentas oficiales, con información verificada y con propósito, se puedan tratar temas de interés como lo son las masculinidades.

Teniendo en cuenta esto, se seleccionó la red social de Instagram por su facilidad al publicar contenidos creativos de imagen, videos e historias para la publicación de piezas educomunicativas audiovisuales y por las preferencias del público juvenil.

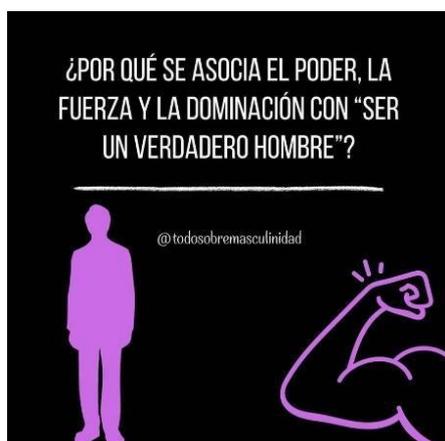
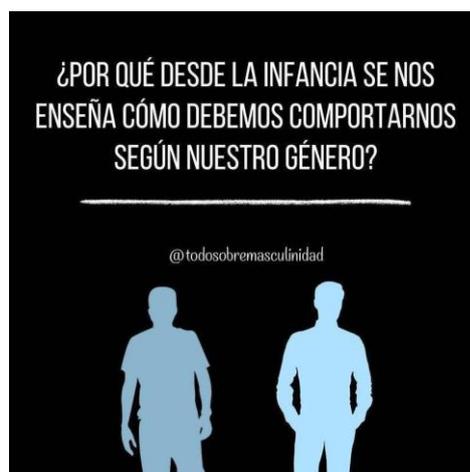
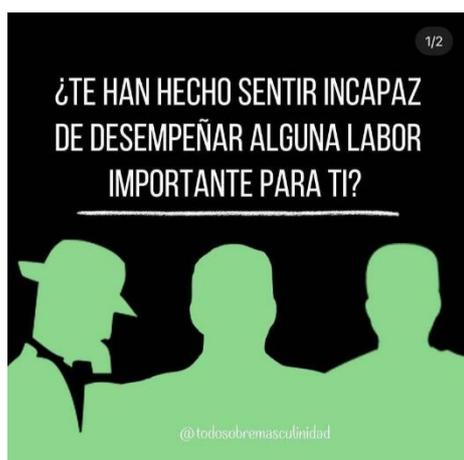
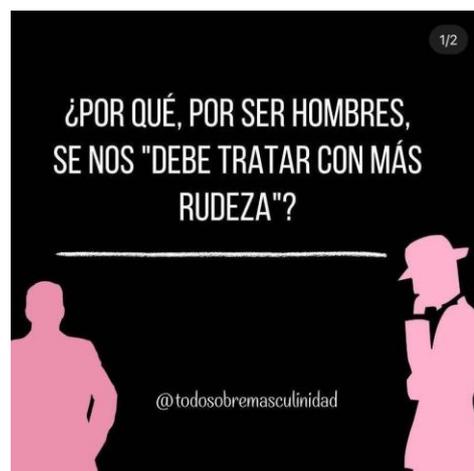
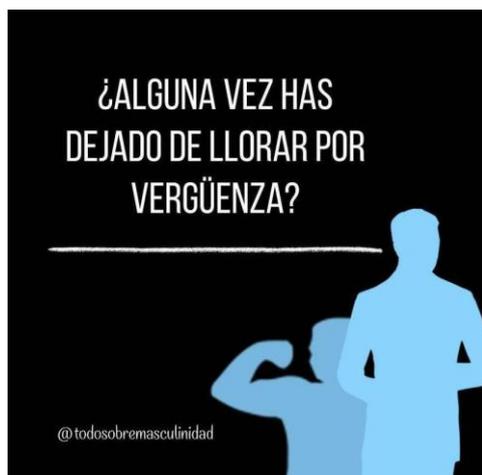
#### **4.4. Herramientas Educomunicativas Sugeridas**

Con el fin de informarlos adecuadamente sobre el tema y conocer sus puntos de vista a través de las interacciones y el seguimiento de la cuenta, se crearon los contenidos relacionados con las siguientes temáticas;

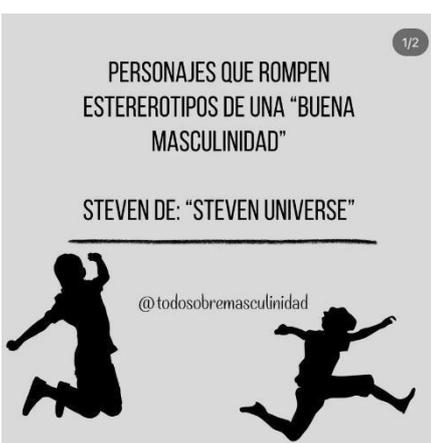
- **Definición de masculinidad:** ¿Qué es la masculinidad? ¿Es algo natural o biológico? ¿Cómo se construye socialmente?
- **Tipos de masculinidades:** ¿Cuáles son los diferentes tipos de masculinidades? ¿Qué características definen a cada tipo?
- **Vacíos de conocimiento y aceptación:** ¿Cuáles son los principales vacíos de conocimiento y aceptación sobre la masculinidad?
- **Educación sobre masculinidades:** ¿Cómo se puede abordar la educación sobre masculinidades de manera efectiva?
- Se utilizarán los siguientes recursos y productos para crear la campaña:
- **Publicaciones:** Se crearán publicaciones informativas y reflexivas sobre los diferentes aspectos de la masculinidad.
- **Stories:** Se utilizarán las stories de Instagram para tener más alcance con las publicaciones y asimismo más interacciones con estas.
- **Carruseles:** Para profundizar en el tema propuesto.

#### 4.5. Piezas de Campaña

En la primera sección, las publicaciones tienen preguntas que llevan a la reflexión sobre las acciones, actitudes y comportamientos que perpetúan los roles de género y las masculinidades hegemónicas; esto con el propósito de motivar a las personas a conocerlos, interrogarse acerca de su identidad y de sus comportamientos para -en la medida de lo posible- transformarlos y empezar a construir las nuevas masculinidades.



En la segunda sección, se proponen personajes conocidos de series o películas animadas que rompen los estereotipos de una masculinidad “buena”, es decir, aceptada socialmente. Se resalta la empatía, la sensibilidad, la decisión de paternar y la búsqueda de nuevas opciones acerca de la identidad masculina, no impuesta sino elegida.



En la tercera sección, se hace énfasis en las masculinidades no hegemónicas que proponen alejarse de un modelo tradicional de masculinidad en la que el hombre es una figura dominante.

Estas nuevas masculinidades promueven la equidad de género, rechazan la violencia, asumen de forma igualitaria las labores del hogar y del cuidado y denuncian comportamientos patriarcales.

En las publicaciones se quiere educar e informar a las personas para que conozcan acerca de las nuevas masculinidades y las incorporen desde la práctica.



Estas piezas de campañas fueron publicadas en el perfil de Instagram @todosobremasculinidad



**Figura 18.** Captura de pantalla del perfil de Instagram de @todosobremasculinidad.

*Nota.* Elaboración propia.

A través de este perfil se publicaron las piezas desde el 2 de enero hasta el 15 de abril, con el propósito de generar en los usuarios recordación de los mensajes, evaluar los contenidos para determinar si estos fueron acordes del propósito que se estableció, el cual estuvo orientado a sensibilizar sobre las masculinidades.

#### 4.6. Evaluación de la estrategia educomunicativa

En el diagnóstico creado para la construcción de la estrategia educomunicativa se detectaron las siguientes necesidades:

- **Vacíos de conocimiento:** La mayoría de los encuestados no conocían los diferentes tipos de masculinidad. Esto genera consecuencias negativas relacionadas con la perpetuación de estereotipos de género y a la discriminación de los hombres que no se ajustan a los roles tradicionales de masculinidad (Connel,2005).

- **Vacíos de aceptación:** Los encuestados expresaron preocupación por la aceptación de diferentes tipos de masculinidades. Esto sugiere que existe un estigma asociado con la masculinidad que no se ajusta a las normas tradicionales (Butler, 1990).
- **Vacíos de educación:** Los encuestados no estaban seguros de cómo se puede abordar la educación sobre masculinidades de manera efectiva. Esto sugiere que es necesario desarrollar materiales educativos que sean apropiados y efectivos para este tema (Adler, 2014).

Considerando lo anterior, después de la realización de la campaña educomunicativa, se establecieron los siguientes indicadores de evaluación para medir sus resultados, con relación a los vacíos encontrados y a las posibilidades de la red social instagram:

- **Número de seguidores:** Se midió el número de seguidores que se obtiene en la cuenta de Instagram de la campaña.
- **Interacción:** Se midió la interacción de los usuarios con las publicaciones y stories de la campaña.
- **Encuestas:** Se analizó los resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes.

Teniendo en cuenta los indicadores planteados se generaron los siguientes resultados:

- La cuenta de Instagram creada para los estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana alcanzó un total de 101 seguidores durante el período de la estrategia de educomunicación.
- Las publicaciones en forma de imágenes con videos de series animadas generaron una interacción en forma de likes y no se obtuvieron comentarios.
- El primer grupo de imágenes, enfocado en romper estereotipos de género, recibió la mayor cantidad de likes, de este grupo, la pieza titulada “¿Alguna vez has dejado de llorar por vergüenza?” recibió la mayor cantidad de likes: 18. Este dato nos permite evidenciar un cambio en las ideas de lo masculino asociadas con no expresar las emociones como signo de debilidad.
- Las imágenes del segundo grupo, que presentaban personajes que desafiaban la masculinidad hegemónica, obtuvieron menos likes en promedio, con un rango entre 5 y 13 likes, señalando a un resistente frente a la propuesta de unas nuevas masculinidades.
- El tercer grupo de imágenes, que destacaba ejemplos de nuevas masculinidades, mantuvo una respuesta similar en términos de likes al segundo grupo, con un rango de 5 a 13 likes, lo que evidencia un interés hacia la transformación de las ideas sobre lo masculino.

- El cuarto grupo de imágenes relacionadas con tips para cuestionar y ampliar la mirada sobre lo masculino obtuvieron menos apoyo comparado con las demás, en un rango promedio de 5 a 8 likes, lo anterior significa una permanencia por parte de los internautas a continuar con lo establecido.
- Sin embargo, las historias publicadas en el perfil llamaron poderosamente la atención de los usuarios, obteniendo un rango entre 28 y 42 vistas, estas 4 historias trataban los temas de: estereotipos (32 vistas), personajes que mostraban nuevas masculinidades (42 vistas), tipos de masculinidades (31 vistas) y finalmente, tips para dejar de perpetuar la masculinidad hegemónica (28 vistas), de lo anterior se observa que el público se vio más atraído por las historias enfocadas a personajes conocidos que enseñaban actitudes y comportamientos no hegemónicos. En segundo lugar, las preferencias fueron hacia el cuestionamiento de los estereotipos. En tercer lugar, los usuarios se vieron atraídos por los tipos de masculinidades y por último, los tips para cuestionarse sobre sus comportamientos y masculinidades fueron las historias que menos vistas obtuvieron.
- A continuación, se construyen los resultados generales y las conclusiones de la investigación considerando los objetivos planteados.

## 5. Resultados, recomendaciones y conclusiones

### 5.1. Resultados de la investigación

Para educar con las redes y lograr el propósito de sensibilizar a los estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana sobre las masculinidades, se llevó a cabo una campaña en Instagram que comprendió cuatro fases distintas, utilizando herramientas educativas. La campaña incluyó un total de 23 publicaciones en formato carrusel y 4 historias, cada una de estas divididas en diferentes secciones:

En la primera fase, se plantearon preguntas reflexivas sobre la masculinidad, tales como: "¿Has llorado?", "¿Por qué por ser hombre se nos debe tratar con rudeza?" y "¿Por qué se asocia la fuerza y el poder al hombre?". Estas preguntas fomentan la introspección y el cuestionamiento de estereotipos masculinos tradicionales.

En la segunda fase, se utilizaron imágenes de personajes de series de animación que rompían estereotipos de la masculinidad, con el fin de ofrecer ejemplos visuales de masculinidades alternativas.

La tercera fase se dedicó a explicar la existencia de diversas masculinidades más allá de las hegemónicas. Finalmente, la cuarta fase proporcionó tips para cuestionar comportamientos hegemónicos y promover actitudes más inclusivas.

La retroalimentación recibida indicó que los estudiantes no solo aprendieron sobre nuevas masculinidades, sino que también adquirieron recursos para cuestionar y cambiar actitudes patriarcales y machistas.

El diagnóstico del conocimiento sobre masculinidades se llevó a cabo mediante una encuesta inicial en la que participaron 45 estudiantes de comunicación social de la Uniagustiniana, tanto hombres como mujeres.

Los resultados de la encuesta revelaron que, aunque la mayoría de los encuestados tenía conocimiento sobre conceptos de machismo y patriarcado, había una notable falta de información sobre masculinidades, tipos de masculinidades y masculinidades no hegemónicas. Este diagnóstico fue importante para diseñar la campaña educativa que abordó estos vacíos en el conocimiento.

Las herramientas educativas diseñadas para la campaña en redes sociales se basaron en criterios específicos, incluyendo la selección de personajes de series de animación que mostraban actitudes no machistas y masculinidades no hegemónicas.

Además, se crearon piezas que fomentaban la reflexión y el cuestionamiento de estereotipos masculinos, tales como preguntas sobre la percepción social de la masculinidad como la necesidad de ser fuertes o la imposibilidad de llorar. Estas herramientas fueron diseñadas para

ser atractivas y accesibles, con el objetivo de captar la atención de los estudiantes y promover un cambio en sus percepciones y actitudes.

La evaluación de los resultados de las herramientas educomunicativas se llevó a cabo mediante el análisis del nivel de participación y la interacción en las publicaciones de la campaña en Instagram.

Las publicaciones que utilizaron personajes de series animadas para ilustrar ejemplos de nuevas masculinidades recibieron la mayor cantidad de "me gusta" y apoyo. Además, se observó un aumento significativo en el número de seguidores de la cuenta de Instagram durante la campaña, alcanzando un máximo de 101 seguidores.

Este crecimiento en seguidores, junto con la retroalimentación positiva de los estudiantes, indica que las herramientas educomunicativas fueron efectivas en sensibilizar a los estudiantes sobre las nuevas masculinidades y promover actitudes más inclusivas.

Sin embargo, el número de seguidores comenzó a disminuir una vez finalizada la campaña, lo que explica la necesidad de mantener una presencia continua y activa en las redes sociales para sostener el interés y el impacto a largo plazo.

## **5.2. Recomendaciones de la investigación**

Para abordar los vacíos encontrados en la encuesta, se pueden tomar las siguientes recomendaciones:

- Promover la educación sobre masculinidades: Es importante promover la educación sobre masculinidades en todos los niveles educativos. Esto puede ayudar a los estudiantes a desarrollar una comprensión más amplia de la masculinidad y a desafiar los estereotipos de género.
- Crear espacios seguros para el diálogo: Es importante crear espacios seguros para que los hombres hablen sobre sus experiencias y desafíos relacionados con la masculinidad. Esto puede ayudar a los hombres a sentirse más cómodos con su masculinidad y a encontrar apoyo.
- Desarrollar materiales educativos apropiados: Es importante desarrollar materiales educativos que sean apropiados y efectivos para el tema de la masculinidad. Estos materiales deben ser inclusivos y tener en cuenta la diversidad de masculinidades.

Para cumplir con las recomendaciones se proponen publicaciones que se realizan a través de la red social Instagram que reflexionen, informen y cuestionen las masculinidades existentes.

## **5.3. Conclusiones**

En cuanto a educar con las redes sociales como espacios para la divulgación de contenidos formativos de valor, se debe considerar su alcance y la responsabilidad de quien

comunica en establecer un propósito orientado a generar información confiable, documentada, precisa y comprensible que le permita a los usuarios considerar cambiar sus prácticas.

Teniendo en cuenta lo anterior, en la red social Instagram se creó la cuenta @todosobremasculinidad para subir los contenidos debidos y facilitar el proceso de educomunicación planteada a lo largo de esta investigación. En primer lugar, se realizaron publicaciones con preguntas que generarán expectativa sobre la temática y el contenido con el que el público se va a encontrar al momento de seguirla. Adicional, se utilizaron ejemplos de escenas de series o películas, en su mayoría conocidas, para darle dinamismo a la cuenta mientras se hace evidente como se presentan las masculinidades hegemónicas en el campo del cine, la televisión y las plataformas streaming o de igual manera como a través de estos medios también se transforman, dejando enseñanzas.

En segundo lugar, se realizaron publicaciones acerca de personajes del cine que han logrado construir nuevas masculinidades, promoviendo una mayor equidad de género al cuestionar acciones como: “Son las mujeres las que cocinan y realizan las labores del hogar, son ellas quienes cuidan de los hijos y se ven como cariñosas, amorosas y sensibles”, entre otras. Uno de los ejemplos que se utilizó es el de la película “Las locuras de Kronk”, donde el personaje aparenta tener la vida que sueña su papá para él, aunque al final habla con la verdad y describe sus propios sueños vinculados a la cocina, sus emociones y el bienestar de sus amigos.

De acuerdo con la estrategia educomunicativa para la red social Instagram formulada en esta investigación, se consideraron los intereses, gustos y tendencias que llaman la atención del público juvenil habituado a recibir contenidos de este estilo pasados en el audiovisual con un propósito formativo.

La educomunicación con las redes sociales no es solamente entregar contenidos sino entretener, divertir, generar pensamiento crítico, participar, reconocer realidades y abrir los interrogantes que puedan empezar a motivar a las personas participantes del proceso. Es importante tener en cuenta que la educomunicación apunta a la función social de la comunicación en el sentido de que no solo informa, sino que también forma y también moviliza; de ahí la responsabilidad que tenemos los comunicadores sociales en generar contenidos de valor basados en el conocimiento que nos dan las ciencias sociales las humanidades desde la academia para marcar la diferencia en el ejercicio de nuestra profesión y en la transformación social.

## Referencias

- Adler, K. A., & Mayo, C. (2014). *Teaching about masculinities and men*. New York, NY: Routledge.
- Bridges, M. W., & Pascoe, C. J. (2014). *Theorizing Masculinities: Men, Masculinities, and Social Change*. New York, NY: Wiley-Blackwell.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York, NY: Routledge.
- Collier, J. F. (1997). *From Duty to Desire: Remaking Families in a Post-Soviet World*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Connell, R. W. (1995). "Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept." *Gender and Society*, 19(5), 506-520.
- Connell, R. W. (2005). "Masculinities and Globalization." *Men and Masculinities*, 7(4), 350-368.
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities*. Los Angeles, CA: University of California Press.
- Connell, R. W. (2015). "The Future of Masculinities." *Gender and Society*, 29(1), 1-25.
- De la Torre, M., & Onrubia, J. (2013). *Investigación cualitativa en educación: fundamentos y tradiciones*. La Muralla.
- Díaz, J. E., & García, Y. (2018). Masculinidades en construcción: una mirada desde los estudiantes universitarios. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 9(1), 103-123.
- García, J. A., & Ramírez, J. A. (2019). Percepciones de los estudiantes universitarios sobre las masculinidades. *Revista Latinoamericana de Estudios de Género*, 3(1), 1-20.
- Kimmel, M. (1994). *Manhood in America: A Cultural History*. New York: Free Press.
- Kimmel, M. S. (2008). *The Gendered Society*. New York, NY: Oxford University Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Ministerio de Justicia y del Derecho. (2019). Experiencias promisorias de masculinidades no violentas y corresponsables en el ámbito de los cuidados en Colombia. Documento técnico.
- Olavarría, J. (2003). Los estudios sobre las masculinidades en América Latina. Un punto de vista. *Anuario Social y Político de América Latina y el Caribe*, (6), 91-98.
- Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2012). *Qualitative interviewing: The art of hearing data*. Sage Publications.
- Scott, J. W. (1986). Gender: A Useful Category of Historical Analysis. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 11(1), 131-157.
- Seidler, V. (1994). *The Man Question: Masculinity and Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Silverman, D. (2013). *Doing qualitative research (4.ª ed.)*. Sage Publications.

Yanagisako, S. J. (1995). *Transforming the Subject: Gender, Kinship, and the Self in Ethnographic Narrative*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Yanagisako, S. J., & Collier, J. F. (Eds.). (1987). *Gender and Kinship: Essays toward a Unified Analysis*. Stanford, CA: Stanford University Press.