

Escala de Actitud Hacia las Diversas Masculinidades

Attitude Scale Towards Various Masculinities

Jair Fabian Tadeo Zurita ¹

Daniela Elizabeth Tovar Lobato ¹

Emmanuel Alejandro Gutiérrez Pérez ¹

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2930-0870>

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7322-9394>

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-7112-1680>

¹ Universidad de Guanajuato

Resumen

Es importante comprender que la masculinidad comúnmente suele verse como cualquier atribución a el hombre, lo que da paso a la generación de diferentes masculinidades. En México existen estudios que nos permiten visualizar la situación respecto a las actitudes sobre las masculinidades que existen hoy en día, por lo que resulta importante conocer las actitudes que se tienen respecto al tema en un país donde la de violencia se vive todos los días. El interés en el tema ha surgido debido a las experiencias de injusticia y exclusión que el género produce, además de la presencia del patriarcado el cual es aún una realidad y el cuestionamiento del concepto de masculinidad, debido a los roles de hombres y mujeres que se desempeñan actualmente, que han puesto en debate las diversas nociones acerca de que es ser hombre. El objetivo de este trabajo es diseñar una escala con el propósito de identificar las actitudes que se tienen hacia las diversas masculinidades. Para la construcción de esta escala participaron 305 hombres de edades entre 18 y 79, originarios de los estados de Guanajuato, CDMX, Querétaro y Tamaulipas. Finalmente, la escala quedó constituida por 22 ítems divididos en 2 dimensiones, Masculinidad Subordinada ($\alpha=.947$ y $\omega=.949$) y Masculinidad Hegemónica ($\alpha=.908$ y $\omega=.918$). Una posible manera de aplicación sería pre y post de una intervención a través de un taller de masculinidades, además, sería de gran utilidad para los profesionales que estudian los fenómenos sociales, ayudando a percibir la actitud del tema en la actualidad.

Palabras clave: Escala, Masculinidad hegemónica, Subordinada, Instrumento.

Abstract

It is important to understand that masculinity is commonly seen as any attribution to men, which gives way to the generation of different masculinities. In Mexico there are studies that allow us to visualize the situation regarding the attitudes towards masculinities that exist today, so it is important to know the attitudes that exist regarding the issue in a country where violence is experienced every day. Interest in the topic has arisen due to the experiences of injustice and exclusion that gender produces, in addition to the presence of patriarchy which is still a reality and the questioning of the concept of masculinity, due to the roles of men and women that are currently played, which have put into debate the various notions about what it means to be a man. The objective of this study is to design a scale to identify attitudes toward various masculinities. The participants in this scale were 305 men between the ages of 18 and 79, originally from the states of Guanajuato, Mexico City, Querétaro, and Tamaulipas. Finally, the scale was made up of 22 items divided into 2 dimensions, Subordinate Masculinity ($\alpha=.947$ and $\omega=.949$) and Hegemonic Masculinity ($\alpha=.908$ and $\omega=.918$). A possible way of applying the scale would be before and after an intervention through a masculinities workshop. Furthermore, it would be very useful for professionals who study social phenomena, helping to perceive the attitude of the subject today.

Keywords: Scale, masculinity, Hegemonic, Subordinate, Instrument

Recibido: 10 de mayo de 2024. Aceptado: 22 de marzo de 2025.

Correspondencia: Jair Fabián Tadeo Zurita. Universidad de Guanajuato. Blvd. Milenio 1001, Fracción del Predio San Carlos, 37670, León de los Aldama, Guanajuato, México. Correo electrónico: jf.tadeozurita@ugto.mx

UARICHA Revista de Psicología, 2025, Vol. 23, pp.1-12

Introducción

En México existen estudios que permiten visualizar la situación respecto a las actitudes sobre las masculinidades que existen hoy en día. Sin embargo, la mayoría de los estudios que se tienen al respecto se han dado en su mayoría en países fuera de Latinoamérica, y resulta importante conocer las actitudes que se tienen respecto a la masculinidad en un país donde los índices de violencia son altos y se vive todos los días.

El interés en el tema ha surgido debido a las experiencias de injusticia y exclusión que el género produce en aquellas personas que lo sufren, tratándose de mujeres, hombres que no se ajustan o se resisten a las definiciones dominantes de masculinidad, personas con otras preferencias sexuales, entre otros (Amuchástegui & Szasz, 2007), además de la presencia del patriarcado como sistema de dominación masculina el cual es aún una realidad, a pesar de los avances en el campo de la igualdad entre sexos en las últimas décadas (Sanfélix Albeda & Téllez Infantes, 2021). Sigue existiendo una división social entre hombres y mujeres hoy en día aun cuando ambos desempeñan labores similares, lo que da paso a nuevas formas de participación, que han puesto al concepto de masculinidad en crisis por lo que se da paso a un debate sobre diversas nociones acerca de qué es ser hombre (Castillo et al, 2019).

Debido a lo anterior, se optó por conocer las actitudes que se tienen ante las diversas masculinidades y señalando la importancia de las nuevas masculinidades, las cuales son vistas como un cuestionamiento a las manifestaciones actuales (Mardones Leiva, 2019), que explican todas aquellas expresiones de masculinidad y son etiquetadas como positivas, por su naturaleza antisexista y antihomofóbica (Boscán, 2008) quebrantando la ideología de masculinidad hegemónica, subordinada y el machismo que colocan un orden entre los géneros provocando represión y la dominación sobre la mujer (Aranguren Rincón, 2021).

Tomando en cuenta que la masculinidad se define como el conjunto de atributos, valores, comportamientos y conductas que son característicos en una sociedad determinada (Comisión Nacional de los Derechos Humanos [CNDH], 2018). La construcción de esta noción podría comenzar antes del nacimiento de la persona con las expectativas de los futuros padres y la planificación que tengan, dependiendo de si idealizan el sexo de su bebé (Leira, 2020).

Desde un enfoque psicológico puede verse a la masculinidad como cualquier cosa que realiza un hombre, la base del significado es complicada ya que se combinan el poder y cierta satisfacción en relación con la socialización y los estereotipos de lo que implica ser hombre (Ponce, 2004). Martínez (como se cita en Uresti et al., 2017) reporta que en México prevalece la idea de que los hombres deben ser valientes, fuertes y que deben poseer las riendas de la situación enfrentando a mecanismos basados en el miedo a ser estigmatizados, generando así un ciclo de conductas, actitudes e ideologías que se repiten generación tras generación a través de reforzadores de ciertos estímulos provenientes de la sociedad dando paso a conductas respondientes a dicho esquema establecido, de ahí

la importancia de adquirir o extinguir dichas actitudes, lo anterior se puede tomar como punto de partida para definir y clarificar las diferentes masculinidades:

- Masculinidad hegemónica: donde sus integrantes se identifican por ser personas relevantes, independientes, libres, activas, productivas, heterosexuales, y a nivel familiar, proveedoras y con control sobre emociones (Montesinos, 2005). Es vista como una predominante jerarquía de géneros un sistema e ideología que sirve para la reproducción de la dominación (Márquez & Márquez, 2024). Esta es la configuración de prácticas sociales para los varones que se normalizan y predominan en la cultura patriarcal (Bonino, 2002).
- Masculinidad subordinada: caracterizada por la ausencia de algunos aspectos de la masculinidad dominante; se trata de personas que no son tan fuertes, cuya economía no es demasiada, no comparten rasgos como el autocontrol emocional, pertenecen a una minoría, y no se identifican con el estereotipo masculino hegemónico (CNDH, 2018).
- Machismo: es un conjunto de pensamientos, actitudes y conductas que se basan en la división de los sexos, un antagonismo de lo masculino y lo femenino siendo no sólo desiguales, sino excluyentes y, por otro lado, la superioridad de lo masculino en las áreas contempladas como importantes (Castañeda, 2007). En el caso de México, es algo que los hombres aprenden desde pequeños sin cuestionarse pues prevalece debido a lo arraigado en la cultura (Olguín & Rojas, 2024).
- Nueva Masculinidad o Masculinidad alterna: es una propuesta que origina conductas y actitudes entre los varones orientadas hacia la igualdad en todos los ámbitos de las relaciones interpersonales (Ayllón González, 2020). Implica los siguientes aspectos: se da paso a que los hombres tienen derecho a experimentar los mismos sentimientos que las mujeres, las personas respetan el derecho a la preferencia sexual y de igual forma la existencia positiva a la amistad entre hombres (CNDH, 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior, es esencial que sean cada vez más las personas dispuestas a cuestionar el modelo acostumbrado de masculinidad, a pensar acerca de los privilegios que pueda aportar el sistema patriarcal, aprender a soltar las cargas de una masculinidad tradicional y en su lugar reflexionar en participar de forma activa en una nueva sociedad compuesta por personas más libres e íntegras (Boscán *et al.*, 2008), y en conjunto permita visualizar y comprender cómo va el progreso ante el modelo de masculinidad y junto a ello los problemas que se derivan de este, como lo es la violencia, el acoso, la discriminación, entre otros. En la medida en que los hombres busquen alternativas a su manera de ejercer la masculinidad, se encontrarán estrategias para dejar de lado la hegemonía y la superioridad (Martín, 2023).

Por lo anterior se considera importante y necesario crear una escala para conocer las actitudes que se tienen ante las masculinidades, para ello surge la pregunta de investigación ¿Cuáles son las actitudes de la población mexicana a las diversas masculinidades?

Promoviendo un discurso de deconstrucción que conduzca hacia la reflexión sobre las posibilidades de otras formas de expresar la masculinidad (Mardones Leiva, 2019). El objetivo del trabajo es diseñar una escala para identificar las actitudes que se tienen hacia las diversas masculinidades. Una posible manera de aplicación de la escala sería pre y post de una intervención a través de un taller de las diversas masculinidades, además, sería de gran utilidad para los profesionales que se dedican a estudiar los fenómenos sociales, ayudando a percibir la actitud del tema en la actualidad.

Método

Diseño

El diseño metodológico posee las siguientes características: enfoque cuantitativo, considerándose un estudio de campo, de nivel correlacional con una temporalidad prospectiva, de acuerdo a su número de población es descriptivo y a su número de mediciones es transversal.

Participantes

Mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia participaron 305 hombres mexicanos mayores de 18 años, distribuidos en un 80% de Guanajuato, 13% de CDMX, 5% de Querétaro y 2% de Tamaulipas. Las edades de los participantes están comprendidas entre los 18 y 79 años $M= 28.88$ y $DE= 13.49$. Respecto a su nivel educativo, el 56.7% cuenta con estudios de nivel bachillerato, el 26.9% con licenciatura, el 6.9% con estudios de posgrado, el 4.9% con secundaria y el 4.6% con educación básica (primaria). Con relación a su estado civil, el 69.2% reporta estar soltero, el 19.3% casado, el 5.6% divorciado, el 3.3% unión libre y el 2.6% viudo. Referente a su estado actual como estudiante, el 55.1% sí estudia y el 44.9% no estudia.

Criterios de selección

- Sexo: Hombre
- Estado civil: Indiferente
- Orientación sexual: Indiferente
- Edad mayor de 18 años

Criterios de no inclusión

- Educación menor a primaria (México)

Construcción del instrumento

La escala está conformada por 22 ítems que revelan la actitud hacia dos tipos de masculinidades (Masculinidad Hegemónica y Masculinidad Subordinada) en personas mayores de 18 años. Los participantes respondieron los ítems en una escala tipo Likert de cinco puntos en la cual el puntaje 1 indica estar "Totalmente en desacuerdo" y el puntaje 5 indica estar "Totalmente de acuerdo" (Anexo 3).

Procedimiento

Inicialmente se realizó una redacción de 39 ítems los cuales fueron sometidos a una evaluación por parte de cuatro jueces, los cuales evaluaron el contenido y la relación que tenían con las dimensiones teóricas que se pretendían establecer inicialmente (masculinidad hegemónica, masculinidad subordinada, machismo y nueva masculinidad). Después de haber recibido retroalimentación, se modificaron algunos ítems para asegurar la mejor comprensión y evaluación.

La escala se aplicó con los 39 ítems iniciales a un total de 305 participantes los cuales cumplían con los requerimientos establecidos. La escala fue digitalizada en Google Forms y difundida a través de las siguientes redes sociales: Facebook, Whatsapp e Instagram, recabando datos en un periodo de abril a mayo de 2022. A los participantes se les brindó un consentimiento informado tomando como referencia los principios básicos y normas que rigen el comportamiento de los psicólogos del Código Ético desarrollado por la Sociedad Mexicana de Psicología en 2010, además se les mencionó que la escala mediría la conducta humana para no crear sesgos en las respuestas.

Análisis

Para evaluar psicométricamente la escala, se realizaron los siguientes análisis a través el paquete estadístico *IBM SPSS Statistics v25*:

- Análisis de discriminación de reactivos a través de una prueba t de Student y tablas de contingencia.
- Análisis de consistencia interna por medio del Alpha de Cronbach y Omega de McDonald.
- Análisis factorial exploratorio por el método de componentes principales con rotación ortogonal Varimax.

Resultados

Se demostró la discriminación y la dirección de los patrones de respuesta a través de una prueba t de Student para los 39 ítems iniciales, eliminando un ítem (el 8) que no discriminaba entre las puntuaciones altas y bajas quedando un total de 38 ítems, posteriormente, se llevaron a cabo tres análisis de consistencia interna, con base en dichos análisis se tomó la decisión de eliminar los siguiente ítems: 2, 3, 4, 5, 10, 16, 17, 21, 22, 23, 25, 29, 32, 35, 37 y 38, ya que al eliminarlos se incrementaba el alfa de Cronbach, quedando un total de 22 ítems con un coeficiente de Alfa Cronbach de .937 y un Omega de McDonald de .940.

A continuación, para apoyar la evidencia de validez basada en la estructura interna de la escala, se realizó un análisis factorial por el método de componentes principales, con rotación ortogonal Varimax. A través del análisis se proyectaron dos factores, debido a las características de los reactivos y sus pesos factoriales, se decidió

clasificar en las dimensiones de Masculinidad Subordinada y de Masculinidad Hegemónica. Siendo todos los valores propios mayores a 1, que explican el 62.190% de la varianza total. La dimensión de adecuación muestral KMO fue de .947 y la prueba de esfericidad de Bartlett dio un valor de 4874.964 con $p = < .000$ y $gl = 231$.

Se obtuvieron los siguientes coeficientes de Alfa de Cronbach y Omega de McDonald para los dos factores: Masculinidad Subordinada, $\alpha = .947$, $\omega = .949$ y Masculinidad Hegemónica, $\alpha = .908$, $\omega = .918$. La estructura factorial obtenida fue la siguiente (véase Tabla 1).

Tabla 1.
Análisis factorial exploratorio de la escala ADIMA (n=305)*

Ítems	Masculinidad Subordinada	Masculinidad Hegemónica
1. Considero que el término de masculinidad se ha transformado con el paso de los años.	.714	
6. La mujer debe tener el mismo salario que un hombre	.832	
7. Considero que una mujer tiene el mismo derecho socioeconómico que un hombre	.839	
13. Realizar las labores del hogar NO me hace menos hombre.	.703	
14. La mujer es importante para el desarrollo de la sociedad.	.871	
15. El hombre puede pedir ayuda si lo requiere.	.853	
18. La familia NO necesariamente es controlada por un hombre.	.710	
20. La mujer tiene los mismos derechos que un hombre.	.829	
24. El hombre es capaz de cuidar a un bebé	.824	
26. NO solo el padre es la base de la familia.	.659	
28. Un hombre puede pedirle a la mujer que colabore con los quehaceres del hogar.	.713	
30. Contribuyo económicamente con lo que puedo al hogar.	.780	
9. Los hombres son más inteligentes que las mujeres.		.678
11. Un hombre que se junta solo con mujeres es gay.		.816
12. Solo los hombres pueden tener esposa y amante		.743
19. La mujer pertenece a la cocina.		.748
27. Todos los estilistas hombres son "gays".		.789
31. Considero la homosexualidad como un peligro para la masculinidad.		.831
33. La educación de los niños la lleva mejor una mujer.		.639
34. La masculinidad se mide por la orientación sexual.		.786
36. Los hombres están obligados a tener menos sentimientos que las mujeres.		.643
39. Un hombre homosexual es como una mujer		.681
Autovalores iniciales	9.84	3.84
Varianza explicada	44.74	17.45
Alfa de Cronbach por factor	.947	.908
Omega de Mc Donald por factor	.949	.918

Nota. Las cifras que se presentan indican el peso del ítem en cada factor.

** Escala Actitud Hacia las Diversas Masculinidades (ADIMA).*

Para señalar la importancia de cada ítem dentro de la escala se realizaron los análisis estadísticos donde se muestra su media, desviación estándar, correlación ítem-total corregida, y alfa de Cronbach del total de la escala si dicho ítem fuese eliminado de la misma (véase Tabla 2).

Tabla 2.

Indicadores estadísticos por ítem de la escala ADIMA

Ítem	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1	37.79	258.219	.600	.934
6	38.26	255.296	.721	.932
7	38.29	254.627	.712	.932
9	38.21	267.120	.507	.936
11	38.39	261.193	.686	.933
12	38.38	264.578	.584	.935
13	38.07	252.100	.668	.933
14	38.34	255.409	.718	.932
15	38.27	252.275	.791	.932
18	37.85	247.990	.753	.931
19	38.45	265.735	.621	.934
20	38.27	256.163	.676	.933
24	38.13	250.614	.816	.930
26	37.92	250.293	.699	.933
27	38.31	265.091	.568	.935
28	37.89	259.687	.560	.935
30	38.10	263.035	.515	.936
31	38.24	262.523	.591	.934
33	37.58	269.671	.306	.936
34	38.27	264.202	.578	.935
36	37.84	262.798	.419	.937
39	38.27	265.112	.516	.935

Nota: * $\alpha <$ Alfa Cronbach total de la escala (.937)

Se calcularon de igual forma las medias y desviaciones estándar por dimensiones, como se puede observar en la Tabla 3, las medias más altas se obtienen en el factor "Masculinidad Subordinada".

Tabla 3.

Resultados estadísticos por factor de la escala ADIMA

Factor	Media	Desviación Estándar	Mínimo	Máximo
Masculinidad Subordinada	22.324	12.006	12	60
Masculinidad Hegemónica	17.633	7.766	10	50

Discusión

El objetivo de este trabajo fue analizar y demostrar algunas de las características psicométricas del presente instrumento, el cual fue construido con el propósito de conocer la actitud de las personas hacia las diversas masculinidades. Sanfélix Albeda (2011) menciona que este tipo de investigación tiene la intención de generar conciencia con propósito de crear y vivir en una sociedad igualitaria, siendo capaz de ver las condiciones y distribuciones que a lo largo del tiempo.

En este apartado podemos señalar la respuesta a la pregunta de investigación ¿Cuáles son las actitudes de la población mexicana a las diversas masculinidades?, tomando en consideración los factores encontrados a partir de un análisis factorial exploratorio, se encontró una estructura de 2 factores resultantes de los 4 que se habían propuesto inicialmente, es relevante mencionar que son clasificados dos tipos de masculinidades con una relación entre sí y que se pueden entender inversamente proporcionales. Se tomó la decisión de nombrar a estos dos factores como Masculinidad Hegemónica y Masculinidad Subordinada, ya que como menciona Montesinos (2005), la primera dimensión tiene integrantes vistos como relevantes, independientes, productivos y con control sobre sus emociones, además como refiere Bonino (2002), esta dimensión predomina en la cultura patriarcal, la segunda dimensión de acuerdo a la CNDH (2018) incluye a personas que no son tan fuertes, no comparten rasgos como el autocontrol emocional y sobre todo no se identifican con el estereotipo masculino hegemónico.

Observando dentro de los factores las medias y las desviaciones estándar reflejan la actitud de un sector de la población mexicana ante estos dos tipos de masculinidad, resaltando que la Masculinidad Subordinada posee una media mayor a la de Masculinidad Hegemónica, lo cual puede percibirse como un proceso de cambio de acuerdo a las definiciones, generado y promoviendo una reflexión sobre las formas de expresar la masculinidad (Mardones Leiva, 2019) y las diversas nociones de que es ser hombre en la actualidad (Castillo et al, 2019).

Las limitantes que se pueden encontrar dentro del proceso de investigación puede ser la edad y preparación académica, ya que es posible generar sesgos debido a los diversos grupos de edad, ya que puede influir en la actitud a nivel generacional las diversas creencias y costumbres, al igual que una mayor preparación académica podría influir en la mayor aceptación de cambios en la sociedad, de igual forma la reacción de la gente al conocer el tema y el tiempo que se destina a la escala puede formar una dificultad en el momento de recabar datos.

Después de haber aplicado este instrumento, surge el interés de aplicar la escala a distintos grupos de la población mexicana, por ejemplo, a las madres mexicanas, ya que sería interesante conocer la actitud de masculinidad en la crianza de los hijos. Es relevante mencionar que aún hace falta mucho trabajo por hacer y que debemos inicialmente comprender la expresión de la masculinidad, y a que los distintos tipos de masculinidades tienen un papel importante en el desarrollo de nuestra sociedad y poder estudiar cómo

actúan y en qué momentos está presente puede ayudar a identificar los aspectos por mejorar o cambiar para poder realizar acciones en búsqueda de una transformación.

Tomando en cuenta los resultados anteriores se concluye que la Escala Actitud hacia las Diversas Masculinidades (ADIMA), evalúa dos tipos de masculinidad relacionadas entre sí, un tanto polarizados y que se pueden entender inversamente proporcionales, por lo que se puede utilizar para la evaluación de la actitud que se tiene respecto a la Masculinidad Hegemónica y la Masculinidad Subordinada, se considera que la escala es útil para evaluar la actitud en situaciones pre y post a una situación de tiempo o en una intervención, en la que se pueda observar si existe un cambio o no en las actitudes de las personas, además sería de gran utilidad para los profesionales que se dedican a estudiar los fenómenos sociales, ayudando a percibir la actitud del tema en la actualidad y favorecer otros estudios.

Finalmente, se observaron indicadores con un gran peso respecto a sus evidencias de validez y confiabilidad para cada uno de los factores y del total de la escala resultando un impacto positivo para el instrumento.

Referencias

- Amuchástegui, A., & Szasz, I. (Coordinadoras). (2007). *Sucede que me canso de ser hombre... Relatos y reflexiones sobre hombres y masculinidades en México* (1.ª ed.). Colegio de México. <https://repositorio.colmex.mx/concern/books/zp38wg55q?locale=en>
- Aranguren Rincón, R. A. (2021). *Nuevas masculinidades, representaciones sociales en hombres de 18 a 30 años pertenecientes a las fuerzas militares en el Municipio de Yopal, Casanare* [Tesis de Grado]. Universidad Autónoma de Bucaramanga Extensión UNISANGIL. <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/14246?locale-attribute=en>
- Ayllón González, R. (2020). De machos y hombres: El género y las masculinidades en la vida cotidiana. *Revista Digital Universitaria*, 21(4), 1-10. <http://doi.org/10.22201/cuaieed.16076079e.2020.21.4.5>
- Bergara, A., Riviere, J. & Bacete R. (2008). *Los hombres, la igualdad y las nuevas masculinidades*. Instituto Vasco de la Mujer. https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/gizonduz_kanpainak/es_def/djuntos/guia_masculinidad_cas.pdf
- Bonino, L. (2002). Masculinidad hegemónica e identidad masculina. *Dossiers feminists*, (6), 7-35. <https://corporacionparaeldesarrolloregional.org/wp-content/uploads/2020/10/Masculinidad-Hegemonica-e-identidad-masculina.pdf>
- Boscán, A. (2008). Las nuevas masculinidades positivas. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 13(41), 93-106. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162008000200006&lng=es&tlng=es
- Castañeda, M. (2007). *El machismo invisible*. Regresa. Editorial Taurus.
- Castillo Viveros, N., Esquivel Santoveña, E. E., & Rodríguez Hernández R. (2019). Jóvenes universitarios y nuevas masculinidades. *Clivajes, Revista de Ciencias Sociales*, 6(12), 108-124. <https://clivajes.uv.mx/index.php/Clivajes/article/view/2583/4451>
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos. (2018). *Respeto a las Diferentes Masculinidades* [Infografía]. CNDH México. https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/doc/Programas/Ninez_familia/Material/trip-respeto-dif-masculinidades.pdf

- Leira, S. (2020). *Conceptualizaciones sobre la masculinidad*. [Tesis de Grado] Universidad de la República Uruguay. https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/26431/1/tfg_santiago_leira.pdf
- Mardones Leiva, K. (2019). ¿Deconstrucción o destrucción de los hombres y la masculinidad? Discursos de reordenamiento de género. *Debate Feminista*, (58), 98–122. <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.2019.58.05>
- Márquez, P., & Márquez, M. A. (2024). Masculinidad y etnocentrismo: Hernán Cortés. *Temas Americanistas*, (53), 269–290. <https://doi.org/10.12795/Temas-Americanistas.2024.i53.13>
- Martín, J. (2023). *Masculinidades en el Perú. Subjetividades, culturas y agencias*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Centro de Investigaciones Sociológicas, Económicas, Políticas y Antropológicas. <https://observatorioviolencia.regionpiura.gob.pe/documentos/repositorio/phpnPvEJn-56.pdf>
- Montesinos, R. (2005). *Masculinidades emergentes*. Universidad Autónoma de México
- Olgúin, M & Rojas, D. (2023). Machismo: Afecta tanto a mujeres como a hombres. *UNAM Global*. https://unamglobal.unam.mx/global_revista/machismo-afecta-tanto-a-mujeres-como-a-hombres/
- Ponce, P. (2004). Masculinidades diversas. *Desacatos*, (15), 7-9. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2004000200001&lng=es&tlng=es.
- Sanfélix Albeda, J. (2011). Las nuevas masculinidades. Los hombres frente al cambio en las mujeres. *Prisma social*, (7), 220-247. <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353744579008.pdf>
- Albeda, J., & Téllez Infantes, A. (2021). Masculinidad y privilegios: el Reconocimiento como Potencial Articulador del Cambio, *Masculinities and Social Change*, 10(1), 1-24. <https://doi.org/10.17583/mcs.2021.4710>
- Sociedad Mexicana de Psicología. (2010). *Código ético del psicólogo*. Trillas.
- Uresti Maldonado, K. C., Orozco Ramírez, L. A., Ybarra Sagarduy, J. L., & Espinosa, Muñoz M., C. (2017). Percepción del machismo, rasgos de expresividad y estrategias de afrontamiento al estrés en hombres adultos del noreste de México. *Acta universitaria*, 27(4), 59-68. <https://doi.org/10.15174/au.2017.1273>

Anexos

Anexo 1

Datos sociodemográficos

Edad:	Escolaridad concluida:	Actualmente estudia:
Estado civil:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primaria ▪ Secundaria ▪ Bachillerato ▪ Técnico superior universitario ▪ Licenciatura ▪ Maestría ▪ Doctorado 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Si ▪ No
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Soltero ▪ Casado ▪ Divorciado ▪ Viudo ▪ Unión libre 		

Anexo 2

Ítems propuestos inicialmente

Opciones de respuesta: 1. Totalmente en desacuerdo; 2. En desacuerdo; 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 4. De acuerdo; 5.-Totalmente de acuerdo.

1. Considero que el término de masculinidad se ha transformado con el paso de los años.
2. Considero que hay más orientaciones sexuales válidas que la heterosexualidad.
3. Considero que el ser fuerte físicamente te hace un gran hombre.
4. Considero que el término "nuevas masculinidades" se refiere a la homosexualidad.
5. La masculinidad de un hombre **NO** define su identidad sexual. *
6. La mujer debe tener el mismo salario que un hombre.
7. Considero que una mujer tiene el mismo derecho socioeconómico que un hombre.
8. Un hombre alcanza el éxito por méritos propios.
9. Los hombres son más inteligentes que las mujeres.
10. Los hombres deben ser el sostén económico de una familia.
11. Un hombre que se junta solo con mujeres es gay.
12. Solo los hombres pueden tener esposa y amante.
13. Realizar las labores del hogar **NO** me hace menos hombre. *
14. La mujer es importante para el desarrollo de la sociedad.
15. El hombre puede pedir ayuda si lo requiere.
16. Trato de **NO** llorar en público. *
17. Me siento seguro cuando expreso mis sentimientos.
18. La familia **NO** necesariamente es controlada por un hombre. *
19. La mujer pertenece a la cocina.
20. La mujer tiene los mismos derechos que un hombre.
21. Considero que mi desempeño profesional va de la mano con mi éxito.
22. El papel de un hombre en la sociedad es el de un líder.
23. El hombre tiene la última palabra en las decisiones familiares.
24. El hombre es capaz de cuidar a un bebé.
25. Un hombre exitoso es masculino.
26. **NO** solo el padre es la base de la familia. *
27. Todos los estilistas hombres son "gays".
28. Un hombre puede pedirle a la mujer que colabore con los quehaceres del hogar.
29. Un hombre masculino solamente siente atracción a las mujeres.
30. Contribuyo económicamente con lo que puedo al hogar.
31. Considero la homosexualidad como un peligro para la masculinidad.

32. En casa, el hombre es el que establece normas y ejerce los castigos.
33. La educación de los niños la lleva mejor una mujer.
34. La masculinidad se mide por la orientación sexual.
35. La masculinidad permite el control sobre otros.
36. Los hombres están obligados a tener menos sentimientos que las mujeres.
37. Me considero un hombre controlador.
38. Dejo que alguien más tome las decisiones en mi casa.
39. Un hombre homosexual es como una mujer.

*Nota: * Reactivos con formato de la escala de puntuación invertida.*

Anexo 3

Ítems finales

Opciones de respuesta: 1. Totalmente en desacuerdo; 2. En desacuerdo; 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 4. De acuerdo; 5. Totalmente de acuerdo.

1. Considero que el término de masculinidad se ha transformado con el paso de los años.
2. La mujer debe tener el mismo salario que un hombre.
3. Considero que una mujer tiene el mismo derecho socioeconómico que un hombre
4. Los hombres son más inteligentes que las mujeres.
5. Un hombre que se junta solo con mujeres es gay.
6. Solo los hombres pueden tener esposa y amante.
7. Realizar las labores del hogar NO me hace menos hombre. *
8. La mujer es importante para el desarrollo de la sociedad.
9. El hombre puede pedir ayuda si lo requiere.
10. La familia NO necesariamente es controlada por un hombre. *
11. La mujer pertenece a la cocina.
12. La mujer tiene los mismos derechos que un hombre.
13. El hombre es capaz de cuidar a un bebé.
14. No solo el padre es la base de la familia. *
15. Todos los estilistas hombres son "gays".
16. Un hombre puede pedirle a la mujer que colabore con los quehaceres del hogar.
17. Contribuyo económicamente con lo que puedo al hogar.
18. Considero la homosexualidad como un peligro para la masculinidad.
19. La educación de los niños la lleva mejor una mujer.
20. La masculinidad se mide por la orientación sexual.
21. Los hombres están obligados a tener menos sentimientos que las mujeres.
22. Un hombre homosexual es como una mujer.

*Nota: *Reactivos con formato de la escala de puntuación invertida*