

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COSTA RICA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA DE SOCIOLOGÍA

¡PERO QUÉ HOMBRE! ANÁLISIS DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE EL
METROSEXUAL DE HOMBRES JÓVENES DE 18 A 35 AÑOS QUE HABITAN EN LA
COMUNIDAD DEL ACHIOTE DE GRECIA 2020-2021

TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA

SUSTENTANTE:

JEFERSON ANDRÉS MOLINA VEGA

HEREDIA, COSTA RICA.

2021

Tribunal Examinador

Dr. Santiago Sarceño Barquero
Representante del Decano

M.Sc. Luis Diego Soto Kiewit
Representante de la Escuela de Sociología

Máster. Yamileth García Chaves
Tutora

M.Sc. Carolina Sánchez Hernández
Lectora

M.Sc. Alonso Cabrera Rodríguez
Lector

Bach. Jeferson Andrés Molina Vega
Sustentante

Dedicatoria

A mi mamá, que lamentablemente falleció y al día de hoy me hacen mucha falta sus abrazos, besos, comida, regañíos, entre otras muestras de amor, una mujer trabajadora, que siempre soñó con verme profesional, una persona amante de sus nietos e hijos, humilde, querida por mucha gente.

A mi papá, un hombre que continuó apoyándome en la universidad y después de la muerte de mami siempre estuvo pendiente de mí por si necesitaba algo.

A mi tía Sonia, quien siempre continuó motivándome durante todo este proceso y no me dejó tirar la toalla, confió siempre en mis capacidades para concluir este trabajo.

Jeferson Andrés Molina Vega

Agradecimiento

A Dios por siempre estar en mi lado, guiándome en cada propósito y permitirme concluir este trabajo que tanto me ha costado.

Definitivamente a mi familia, por creer y motivarme a lo largo del todo este proceso, a pesar de los altos y bajos siempre estuvieron a mi lado.

A la Master Yamileth García Chaves, por asumir la tutoría de la tesis y extenderme la mano a pesar de las vicisitudes, ser un ejemplo de confianza, compromiso, empatía, honestidad, lealtad, motivación y responsabilidad durante todo este proceso, tener ese rostro humano que debería caracterizar a todas y todos los funcionarios de la UNA. A la profesora M.Sc. Carolina Sánchez Hernández y al profesor M.Sc. Alonso Cabrera Rodríguez, por sus aportes en las lectorías del trabajo, asimismo a Luis Diego Soto Kiewit por motivarme a continuar en la investigación, cuando más estaba desanimado por la pérdida de mami. Mi más sentido agradecimiento al personal académico que me acompañó hasta el final de este proyecto final de graduación.

Finalmente extendiendo mi agradecimiento a los jóvenes participantes del Achiote, por su tiempo, aportes para el trabajo y la confianza que tuvieron conmigo.

Jeferson Andrés Molina Vega

Listado de Siglas

Abreviatura	Significado
AHIGE	Asociación de Hombres por la Igualdad de Género de España
CCSS	Caja Costarricense del Seguro Social
IDS	Índice de Desarrollo Social
IEM	Instituto de Estudios de la Mujer
MIDEPLAN	Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica
PIEG	Política Nacional para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres
PLANOSVI	Política Nacional para la Atención y la Prevención de la Violencia contra las Mujeres
RIAM	Red Iberoamericana y Africana de Masculinidades
RS	Representaciones Sociales
TIC's	Tecnologías de la Información y Comunicación
UNA	Universidad Nacional de Costa Rica
UNED	Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica
WEM	Instituto Costarricense de Masculinidad, Pareja y Sexualidad

Índice	
Resumen.....	11
CAPÍTULO I	12
1.1. Introducción	12
1.2. Justificación.....	15
1.3. Antecedentes sociohistóricos	17
1.3.1. Transformaciones en las nociones de masculinidades.....	17
1.3.2. Surgimiento del concepto metrosexual.....	20
1.3.3. La presencia de nuevas identidades masculinas	22
1.4. Estado de la Cuestión	25
1.4.1. Masculinidades hegemónicas.....	25
1.4.2. Representaciones sociales sobre la masculinidad.	35
1.4.3. Masculinidades y teatralidad cotidiana.....	41
1.4.4. Masculinidades Metrosexuales	43
CAPÍTULO II.....	47
2.1. Problematización.....	47
2.2. Objetivos	50
2.2.1. Objetivo General.....	50
2.2.2. Objetivos específicos	50
CAPÍTULO III.....	51
3. Referente teórico.....	51
3.1. Teoría Fenomenológica.....	51
3.2. Teoría de las representaciones sociales	54
3.2.1. Objetivación.....	56
3.2.2. Anclaje	57
3.2.3. Núcleo central	58
3.2.4. Núcleo periférico	60
3.3. Género	61
3.4. Patriarcado.....	62
3.5. Sistema sexo/género.....	64
3.6. Masculinidad	65
3.7. Masculinidad Hegemónica.....	66

3.7.1. Mandatos de la masculinidad hegemónica	66
3.8. Socialización de género.....	68
3.9. Identidad Masculina	69
3.10. Metrosexual.....	71
CAPITULO IV.....	73
4.1. Estrategia Metodológica.....	73
4.2. Tipo de investigación	73
4.3. Enfoque de investigación	74
4.4. Perspectiva metodológica.....	75
4.5. Delimitación Espacial	76
4.6. Delimitación temporal.....	78
4.7. Población de Estudio.....	79
4.7.1. Criterios de exclusión e inclusión.....	79
4.8. Fuentes de información	80
4.9. Proceso de identificación de informantes.....	81
4.10. Técnicas e instrumentos para la investigación	83
4.11. Procedimiento y análisis de la información	84
4.12. Consideraciones éticas	85
4.13. Cuadro de operacionalización de objetivos.....	86
CAPÍTULO V.....	90
5. Análisis de resultados	90
5.1. Características de la población de estudio.....	90
5.2. Nociones que tienen de la masculinidad hegemónica, los hombres jóvenes que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia	91
5.2.1. Noción de hombre dominador	92
5.2.2. Noción de rudeza de un “hombre de verdad”	97
5.2.3. Noción de no feminidad	99
5.2.4. Noción de fuerza de un “hombre de verdad”	103
5.3. Representaciones sociales que han construido sobre el metrosexual, los hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia	111
5.3.1. La objetivación de las representaciones sociales sobre el metrosexual.....	112
5.3.2 El anclaje de las representaciones sociales sobre el metrosexual.....	117

5.3.3. Elementos organizadores de la representación social sobre el metrosexual	121
5.3.4. Representaciones sociales sobre el metrosexual desde la perspectiva de personas investigadoras en el tema de masculinidades.	124
5.4. Los significados otorgados a las masculinidades por los jóvenes del Achiote frente a las representaciones sociales sobre el metrosexual	131
Capítulo VI.....	136
Consideraciones finales	136
6.1. Conclusiones	136
6.2. Recomendaciones.....	143
6.2.1. Recomendaciones para Futuras Investigaciones	143
6.2.2. Recomendaciones para la Municipalidad de Grecia.....	144
6.2.3. Recomendaciones para la Escuela de Sociología.....	144
6.2. Limitaciones.....	145
Referencias Bibliográficas	146
Anexos	159
Anexo 1: Consentimientos informados.....	159
Consentimiento informado para jóvenes de la comunidad.....	159
Consentimiento informado a persona con conocimientos sobre masculinidades.....	164
Consentimiento informado a funcionaria (o) municipal.....	168
Anexo 2: Instrumentos	172
Entrevista semiestructurada a jóvenes de la comunidad	172
Entrevista semiestructurada a investigador (a) en temas de las masculinidades.....	174
Entrevista semiestructurada a funcionaria (o) de la Municipalidad de Grecia.....	175
Matriz de diario de campo	176
Anexo 3: Fotografías de la comunidad	177
Anexo 4: Cuadros resumen de resultados	180
Anexo 5: Carta para acceso a datos poblacionales.....	204
Anexo 6: Cronograma	205

Índice de Figuras

Figura 1: Ideas sobre que es un hombre de verdad para los entrevistados	93
Figura 2: Ventajas que considera la población de estudio sobre ser hombre en la sociedad.....	94
Figura 3: Modelos a seguir según los jóvenes del Achiote.....	97
Figura 4: Ideas sobre que es un hombre afeminado.....	101
Figura 5: Actividades que demuestran la fuerza de un "hombre de verdad"	104
Figura 6: Acciones sobre masculinidades realizadas en la Municipalidad de Grecia	108
Figura 7: Instituciones socializadores que contribuyen en la formación de RS	116
Figura 8: Ideas que categorizan a un hombre como metrosexual según la población de estudio.....	118
Figura 9: Núcleo central y elementos periféricos de la representación social sobre el metrosexual	123
Figura 10: Núcleo central y periféricos de las representaciones según los investigadores	130

Índice de Tablas

Tabla 1: Índice de Desarrollo Social en los Distritos del Cantón de Grecia 2017.....	77
Tabla 2: Características de los jóvenes participantes de la investigación.....	91

Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo analizar las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021. El concepto metrosexual ha sido utilizado para remitir a un varón que se interesa por su apariencia, es decir, realiza acciones de cuidado corporal, visita tiendas, clubs, gimnasios y peluquerías.

Este trabajo surgió por el escaso conocimiento producido en cuanto a la metrosexualidad tanto a nivel académico e institucional en Costa Rica. Asimismo, para conocer el aporte teórico de las representaciones sociales; ya que estas se construyen en la interrelación con los otros y es necesario reflexionar desde la sociología aquellas creencias, nociones, percepciones y relaciones que establecen las personas con conceptos que emergen en la sociedad.

Esta investigación tuvo como referencia teórica general la fenomenología, ya que por medio de ella se logró aproximar a las experiencias de los participantes respecto al fenómeno del metrosexual, asimismo se tomaron otras corrientes como representaciones sociales en conjunto con otras categorías teóricas devenidas de la perspectiva de género para comprender de una forma más compleja la temática.

A nivel metodológico se trabajó bajo el enfoque cualitativo, tipo de investigación comprensiva y perspectiva metodológica fenomenológica, como técnica se utilizó la entrevista semiestructurada y el diario de campo, esto con ocho hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote, así como con dos personas investigadoras en el tema de masculinidades y a la coordinadora de gestión social de la Municipalidad de Grecia.

CAPÍTULO I

1.1. Introducción

La presente investigación abordó el tema de las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia, debido a la necesidad de analizar las creencias, ideas y relaciones establecidas respecto a “conceptos masculinos” que surgen en la sociedad y muestran atributos vinculados a la feminidad, tales como el cuidado, la elegancia, la finura, entre otros, los cuales expresan una ruptura de los mandatos hegemónicos-patriarcales.

Durante las últimas décadas, los estudios sobre masculinidades han tomado importancia en el contexto costarricense, pues se empiezan a desarrollar diversos trabajos académicos e institucionales, conformación de colectivos, entre otras organizaciones que no solo buscan reflexionar la posición que ocupa el hombre en la sociedad, sino también el contexto inmerso en ellos, sus procesos de socialización, relaciones con las demás personas, entre otras áreas donde el varón tenga interacción.

Las masculinidades se han estudiado a través de las representaciones sociales, debido a que estas permiten comprender las imágenes que conciben las personas respecto a un concepto, hecho u objeto de la realidad. Su constitución son el resultado de la transmisión de informaciones en la interrelación con otros, donde se comparten experiencias, interpretaciones y significados de la sociedad.

Las representaciones sociales se construyen en la cotidianidad, generalmente son abordadas desde las Ciencias Sociales en distintos contextos, contribuyendo a la comprensión de la realidad. En ellas juegan un papel importante instituciones socializadoras como la familia, la iglesia, los

medios de comunicación, entre otras, las cuales repercuten en su formación y significado, además de los factores sociales como status social, sexo, nivel de instrucción, así como lugar de procedencia.

La estructura de la investigación constó de seis capítulos:

En el primero se presenta la justificación, donde se precisó la trascendencia sociológica del tema, posteriormente los principales antecedentes sociohistóricos que permitieron comprender el surgimiento del concepto metrosexual y su escenario en la actualidad, asimismo se expuso el estado de la cuestión, donde se mostraron los abordajes teóricos y metodológicos, además de los vacíos temáticos identificados en las diferentes investigaciones relacionadas al tema.

Respecto al capítulo dos, contiene la problematización de las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote y los objetivos (generales/específicos) de la investigación, como parte de la construcción del objeto sociológico.

En el capítulo tres, se desarrolló el referente teórico que permitió analizar el tema-problema, a partir de algunos elementos de la fenomenología como teoría general, apoyada por la corriente sustantiva de representaciones sociales, las cuales brindaron los fundamentos axiológicos, epistemológicos, metodológicos y ontológicos para la investigación. También se consideraron otras categorías que permitieron una reflexión integral sobre la temática.

En cuanto al capítulo cuatro se detalló la estrategia metodológica, en la cual, por medio del tipo de investigación, enfoque, perspectiva, delimitación espacial/temporal, población de estudio, fuentes de información, consideraciones éticas y técnicas e instrumentos se vinculó la teoría y la realidad.

En el capítulo cinco se presentan los principales resultados obtenidos, a través de las narrativas de los jóvenes de la comunidad respecto a las categorías de la investigación: masculinidad hegemónica, representaciones sociales y masculinidades.

Finalmente, en el capítulo seis se exponen las principales conclusiones, recomendaciones y limitaciones de la investigación.

1.2. Justificación

La temática de las representaciones sociales sobre el metrosexual ha sido poco estudiada a nivel académico e institucional en Costa Rica, así como internacionalmente, esto se ha podido constatar una vez realizado el rastreo bibliográfico. De tal forma que esta investigación surgió como respuesta ante la escasa información en el contexto costarricense, por tanto, es un insumo transcendental porque contribuyó a la producción de conocimiento científico en los estudios de las masculinidades, especialmente enfocados en la metrosexualidad.

La masculinidad desde una perspectiva tradicional ha sido entendida por caracterizar mandatos de control, fuerza e independencia sobre las relaciones sociales, donde se espera que mujeres y hombres los legitimen en la sociedad, pues de acuerdo con Connell (2003) “la cultura de masas normalmente supone que detrás del flujo y reflujo de la vida cotidiana existe una masculinidad verdadera, fija. Por eso se repiten frases como “hombres de verdad”, “hombres por naturaleza, lo masculino profundo” (p.73), sin embargo, en las últimas décadas se han presentado transformaciones en ciertas identidades masculinas que reflejan comportamientos distantes del modelo hegemónico.

La relevancia de efectuar esta investigación consistió en exponer el aporte del abordaje de las representaciones sociales en el estudio de las masculinidades, ya que a través de estas se puede comprender lo que hombres jóvenes de 18 a 35 años, piensan o creen sobre los nuevos conceptos masculinos como la metrosexual, por lo tanto, se “permite reconocer los modos y procesos de constitución del pensamiento social, por medio del cual las personas construyen y son construidas por la realidad social” (Araya, 2002, p.12).

Con este trabajo se pretendió mostrar el aporte que la perspectiva de género realizó en el estudio de las masculinidades, pues por medio de ella se “(...) analiza[n] las posibilidades vitales

de las mujeres y los hombres: el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ambos géneros, así como los conflictos institucionales y cotidianos (...)” (Lagarde 1996, p.15), por lo que abordar la temática desde la óptica permitió visibilizar la diversidad genérica y comprender las relaciones desiguales entre masculinidades, dado que se posibilitó comprender que opinan, piensan, creen los hombres sobre otras masculinidades como la metrosexual.

Para la sociología el tema de las masculinidades no solo ha contribuido en la reflexión de las relaciones entre géneros, donde se explican las desigualdades entre mujeres y hombres, así como entre varones, sino también en el análisis de las transformaciones que la población masculina manifiesta, por lo que estudiar las representaciones sociales sobre el metrosexual desde esta disciplina aportó a la comprensión de los comportamientos y vínculos que se establecen con aquellas nuevas identidades masculinas que van surgiendo en la sociedad.

Con esta investigación se planteó a la comunidad académica, institucional y sociedad en general, que el tema de las masculinidades alberga otras aristas como la metrosexual, con las cuales también se generan relaciones desiguales que reflejan la coerción y subordinación sistémica del patriarcado, por lo que este estudio se convirtió en un insumo para futuras investigaciones, proyectos o políticas cuyo abordaje tenga a la masculinidad como eje transversal.

Esta investigación, además, se produjo por el interés personal de visibilizar aquellas otras masculinidades que surgen en la sociedad, las cuales pueden ser objeto de estudio para la sociología, pues es necesario comprender las transformaciones que los hombres presentan en sus comportamientos, así como las relaciones e imágenes que diferentes grupos poblacionales establecen con estas.

Visto de esta forma, las representaciones sociales sobre el metrosexual son un tema de interés para instancias académicas, institucionales, así como sociedad en general, debido a su presencia en las relaciones sociales, sin embargo, para comprender la situación de este “concepto masculino” en la actualidad, a continuación, se exponen los principales antecedentes sociohistóricos relacionados al mismo.

1.3. Antecedentes sociohistóricos

En la sociedad costarricense tradicionalmente se ha socializado una concepción de masculinidad hegemónica distinguida por el control, poder y con represión de emociones, en cualquier escenario estos son mandatos que los hombres tienen que cumplir, sin embargo, por factores culturales, económicos, históricos, políticos y sociales se han desarrollado otras formas de entender o vivir la masculinidad, de ahí que en la cotidianidad se puede observar una diversidad de identidades que hacen referencia a modelos de masculinidades.

Uno de estos modelos es el metrosexual, en el que se centra esta investigación, por lo que en los próximos párrafos se presentarán los principales hechos que han incidido en las transformaciones de las nociones masculinas en el mundo, posteriormente el surgimiento del concepto metrosexual y la presencia de nuevas identidades masculinas en la actualidad.

1.3.1. Transformaciones en las nociones de masculinidades

Para contextualizar el surgimiento de las nuevas identidades masculinas, es necesario mencionar lo que acontece en la década de los años sesenta, es en esta época que se desarrollaron hechos que contribuyeron en la transformación de las nociones sobre las masculinidades tanto a nivel colectivo como individual. En este periodo, los movimientos sociales de personas afrodescendientes, feministas y los de Stonewall con Drag Queens, trans, gays, entre otros

buscaban la igualdad y la garantía de derechos, porque “(...) todos los valores y las convenciones aprendidas (y que todo el mundo debía aceptar) como universales, incontrovertibles y eternos, eran objeto de debates ardientes (...)” (Cazés, 2004, p. 35).

Durante esta época los cuestionamientos sobre la posición de las mujeres en las estructuras sociales toman mayor apogeo, ya que la presencia femenina en el mercado de trabajo generó transformaciones tanto en el espacio público como en el privado, no obstante, aún persistían desigualdades entre hombres y mujeres (Montesinos, 2002), de tal forma que era necesario generar más concientización institucional y social para reconocer los derechos femeninos. En este entorno según Sambade (2018):

La segunda ola del feminismo no sólo supuso la consecución de numerosas leyes a favor de la igualdad entre los sexos, especialmente en el terreno de los derechos reproductivos y sexuales, sino también la visibilización y la condena pública de los sistemas sociales de estratificación sexual (...) (p. 297).

Con este escenario, se buscaba transformar el papel que han tenido las mujeres en los ámbitos educativo, familiar, laboral, político, entre otros, donde se les había invisibilizado, sin embargo, los cambios que se empiezan a gestar en esta época, también trascienden en la conciencia de los hombres, donde sus actitudes y valores cotidianos toman significados hacia la igualdad de los derechos femeninos y reconstrucción de la masculinidad (Kimmel, 1994), de tal modo que se empieza a reflexionar sobre las relaciones desiguales presentes entre mujeres y hombres.

De igual manera en la década de los años setenta, comienza a desarrollarse en el ámbito académico la discusión sobre las posiciones que han ocupado los hombres en la sociedad, por lo que se realizan los denominados “Men’s studies”, para Faur (2004) “los estudios sobre identidades masculinas han surgido en el mundo anglosajón en la década de 1970, años después de la

proliferación de la academia feminista” (p.41), de manera que para comprender las problemáticas sobre las relaciones entre géneros, se empieza a tomar en consideración a los varones como un punto de análisis y ya no solo desde las mujeres.

En este contexto, la masculinidad empieza a ser entendida ya no solo bajo los mandatos y roles del sistema patriarcal, sino que esta se puede manifestar o visualizar desde otras alternativas que muestran cambios en los hombres, según Cazés (2004):

Expresión de ello son los grupos de hombres, y hombres en lo individual, que día a día contribuyen en todos los planos, los cambios en las relaciones cotidianas, privadas y públicas, consuetudinarias y jurídicas, legales y constitucionales, entre hombres y mujeres (p.43).

Cabe mencionar que las transformaciones en el comportamiento de algunos hombres, no solo se manifestaron por el pensamiento feminista, sino que también se presentaron otros hechos que contribuyeron a reflexionar sobre la concepción masculina. De manera que, como parte de los cambios en el mundo, a partir los años ochenta inicia una interconexión global, presentándose modificaciones a nivel económico, político y social, donde la información se difunde por medio de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), las cuales muestran una variedad de contenidos donde se transmiten imágenes, significados y valores sobre estilos de vida. De acuerdo con Del Moral (2000) los medios de comunicación empiezan a presentar nuevos modelos femeninos y masculinos, donde aparecen féminas con papeles más activos, y profesionales, así como varones en espacios familiares, estéticos y de seducción, lo cual mostraba imágenes no tradicionales de los géneros.

A partir de esto se presentan en la vida cotidiana conceptos, marcas y productos que toman significado en mujeres y hombres, donde la persuasión publicitaria adquiere mayor legitimidad en

la sociedad, pues como menciona Lipovetsky (1990) “la publicidad ha sabido adaptarse muy rápidamente a estas transformaciones culturales y ha conseguido dar lugar a una comunicación en concordancia con los gustos por la autonomía, la personalidad y la calidad de vida (...)” (p.215).

De esta manera, se muestran imágenes sobre modelos masculinos y femeninos hacia las personas, donde principalmente la apariencia física toma importancia en algunos hombres, los cuales recurren a productos cosméticos, así como técnicas de depilación y alimentación, que muestran una similitud entre las prácticas estéticas de los varones y las mujeres (Lipovetsky y Serroy, 2015), por lo que hacen una ruptura con los modelos masculinos dominantes, los cuales eran distinguidos por no cuidar su apariencia física y demostrar rudeza.

En tanto se continúan los cuestionamientos sobre la noción de masculinidad en las décadas de los ochentas y noventas, los hombres empiezan a transformar sus identidades, roles y estilos de vida cotidianos, de tal forma que se desarrollan otras masculinidades, que se pueden comprender de forma diversa, como es el caso de la metrosexual.

1.3.2. Surgimiento del concepto metrosexual

Como parte de los cambios en los roles asignados a mujeres y hombres indicados en el apartado anterior, la presencia de nuevas creencias, normas e identidades empiezan a formar parte de la vida cotidiana de ambos, producto de la persuasión de agentes socializadores como los medios de comunicación que transmiten conocimientos sobre determinados comportamientos que se podrían desempeñar.

De tal manera que, en las últimas décadas del siglo pasado, es posible identificar el surgimiento de nuevas concepciones de masculinidad, como es el caso de los denominados metrosexuales. Según Rey (2006) este concepto fue creado por el periodista británico Mark

Simpson en 1994, quien hace referencia a la influencia del consumo en la identidad masculina, haciéndole crítica al nuevo hombre del siglo XXI como un “individuo narcisista”.

Sin embargo, no fue hasta años posteriores que se difundieron las características de este modelo masculino, de acuerdo con Rey (2006) este concepto toma mayor auge a partir del año 2002, producto de una publicación en la revista digital Salon.com y después se dispara por los medios de comunicación como la prensa, radio y televisión en el mundo occidental. Posteriormente, en el año 2003 el término metrosexual es considerado vocablo del año por la asociación de profesores universitarios de Boston American Dialect Society, además en ese año agencias de publicidad como el grupo de marketing EURO RSCG identifican la legitimidad que toma y en el año 2004 la revista Control de España presentan un artículo que hace referencia a esta masculinidad que se empieza a practicar en la sociedad.

Ante esto se genera una propagación de esta “imagen masculina”, vista como un nuevo estilo de vida que los hombres pueden realizar, lo cual evidencia otras formas de creer, entender y vivir la identidad masculina la cual según Valcuende y Blanco (2015) se construye “(...) a partir de los nuevos héroes, los “gladiadores” de la modernidad, como algunos conocidos futbolistas, que se convierten en un auténtico referente social a seguir” (p.15). Es así como esta masculinidad presentada por los medios de comunicación es legitimada y practicada por algunos hombres, a partir de referentes como David Beckman, Ricky Martín, entre otros.

En relación con lo anterior, para Simpson (citado en Batista, 2012) “(...) el metrosexual rompe con algunas normas de la masculinidad, ya que [la] metrosexualidad se deshizo de todos los códigos oficiales de la masculinidad inculcados en los últimos 100 años (...)” (p.342). Por lo tanto, el metrosexual viene a llevar a cabo prácticas relacionadas con las mujeres como el cuidado

del cabello, uñas y rostro, compra de indumentaria en tendencia, visita a determinados lugares como gimnasios, estéticas, entre otros, por lo que la metrosexualidad se identifica como:

(...) Uno de los modelos propuestos por la sociedad de consumo, cuya organización asegura la realización de los deseos y el ejercicio de la libertad en las opciones y estilos de vida, rompiendo con los modelos tradicionales con respecto a la masculinidad y relaciones de género (...) (Batista, 2012, p. 354).

A partir de esto se muestra como los medios de comunicación y socialmente se le presenta a los hombres “modelos alternativos” respecto a su entendimiento de la masculinidad, debido a que ahora surge uno interesado por su apariencia, vestir determinadas marcas, visitar algunos lugares, entre otras ideas que caracterizan a este “nuevo concepto”.

Frente a estos planteamientos en torno al metrosexual, es necesario mencionar el surgimiento de nuevas identidades masculinas posterior a la década de los años noventa y que manifiestan ciertas actitudes de los hombres en la actualidad, esto se mostrará en los siguientes párrafos.

1.3.3. La presencia de nuevas identidades masculinas

Conforme inicia el siglo XXI, es posible identificar una pluralidad de identidades masculinas donde los hombres ya no cuentan con un modelo tradicional por aceptar y reproducir, de tal manera que las nuevas masculinidades contienen elementos individuales que generalmente tienden a alejarse del modelo tradicional. En este contexto para Cazés (2004):

Es creciente el número de hombres que, desde su propia condición de género y desde sus propias experiencias vitales, se comprometen además en el análisis crítico de esa condición y de esas experiencias como punto de partida de la transformación de sus cotidianidades (...) (p. 43).

En el transcurso de las primeras décadas del siglo XXI, algunos hombres mantienen reflexiones sobre las repercusiones de sus comportamientos y relaciones “tradicionalmente” asignadas, en este sentido para Boscán (2008) gran cantidad de varones buscan hoy dejar de ser homofóbicos, machistas y sexistas, no obstante, no pretenden dejar de ser masculinos, sino buscar otras formas de asumir la masculinidad de un nuevo modo.

A partir de estas inquietudes desarrolladas en la población masculina, se empiezan a conformar a nivel internacional colectivos y redes sobre masculinidades que buscan cambiar los mandatos dominantes de los hombres, así como la igualdad de géneros, entre los que se destacan: la Red Iberoamericana y Africana de Masculinidades (RIAM), el Instituto Costarricense de Masculinidad, Pareja y Sexualidad WEM, el Poroto en Chile, Género y Masculinidades de Querétaro México, la Asociación de Hombres por la Igualdad de Género de España (AHIGE), en Colombia los denominados Hombres y Masculinidades así como Mans a la Obra, entre otros. Pese a la constitución de organizaciones y sus áreas de interés, la temática sobre masculinidades alberga otra gran rama de tópicos como la metrosexualidad que requieren de interés político e institucional debido a su presencia en la sociedad.

Asimismo, hacer rupturas respecto a los mandatos masculinos tradicionales, forma parte de las actitudes que empiezan a tomar algunos hombres, por tanto, se presentan nuevas formas de concebir la masculinidad. Además de los metrosexuales, aparecen conceptos como ubersexuales, lumbersexual y spornosexual, el primero hace alusión a hombres que cuidan su apariencia de forma elegante, el segundo refiere a una masculinidad ruda, por ejemplo, con barba larga, botas, camisa de cuadros tipo leñador y el tercero se caracteriza por estar físicamente en “forma”, pero con tatuajes y piercings (Rey, 2006), los cuales son “conceptos” que se les asigna a estilos de vida, es

decir, actividades, comportamientos, prácticas, valores y de más que han empezado a desarrollar los hombres en las dos primeras décadas del presente siglo.

Sin embargo, en la actualidad las concepciones sobre masculinidades son un debate complejo, ya que, a pesar de los cambios en ciertos hombres durante las últimas décadas, también se mantienen mandatos dominantes sobre otros, esto según el contexto y proceso de socialización en el que se vive, por tanto, en la cotidianidad se pueden presentar diversas formas de subordinación o reconocimiento en las relaciones entre varones, pues por un lado, se legitima características tradicionalmente asignadas a los hombres y por otro, se aceptan con naturalidad otras denominaciones de la masculinidad principalmente en conversaciones diarias.

En función de lo planteado, los cambios experimentados en aquellos hombres que se salen del modelo tradicional de masculinidad, en la sociedad se pueden identificar mecanismos de sanción entre hombres, al respecto Kaufman (1997) señala que “(...) todavía hay individuos que mantienen una posición fuertemente propatriarcal y que [la] mayor parte de las entidades siguen siendo dominadas por los hombres. Pero los cambios se ven” (p.77), de modo que pueden presentarse estereotipos, prejuicios o comentarios que reflejen relaciones de subordinación entre hombres.

A partir de esto es posible vislumbrar los principales hitos relacionados al surgimiento del concepto metrosexual, así como parte del escenario que experimenta en la actualidad, sin embargo, para ahondar sobre la contextualización, es necesario indagar los distintos trabajos que tienen una vinculación al tema desde el estado de la cuestión.

1.4. Estado de la Cuestión

Con respecto a los trabajos relacionados con el tema-problema de esta investigación, es necesario manifestar que, en la producción de conocimiento referido a los estudios de géneros, en los últimos años se ha cuestionado ¿Qué sucede con los hombres?, esta discusión como se ha mencionado inicia desde grupos académicos y feministas a principios de 1970, según Hernández (2008) “(...) en países anglófonos durante los años sesenta y setenta, académicos y académicas empezaron a estudiar a los hombres haciendo uso del género como una categoría útil para desentrañar las relaciones de diferencia y desigualdad sexual (...)” (p. 323).

A partir de esto se ha realizado producción teórica y metodológica, donde se ha discutido sobre las masculinidades dentro de las relaciones de género, de modo que, en los trabajos referentes a la masculinidad, se logra identificar que las personas autoras abordan el tema desde cuatro grandes corrientes con sus distintas líneas de investigación representadas en este estudio, el primero es denominado masculinidades hegemónicas, posteriormente representaciones sociales sobre la masculinidad, asimismo masculinidades y teatralidad cotidiana y finalmente masculinidades metrosexuales, las cuales remiten a trabajos realizados tanto a nivel nacional como internacional en torno a tales temáticas.

1.4.1. Masculinidades hegemónicas

Desde los años sesenta y setenta la discusión sobre masculinidades toma mayor envergadura, de modo que se suscita un foco de atención para producir conocimiento. La masculinidad hegemónica ha permitido comprender las desigualdades que sociohistóricamente han imperado, no solo entre hombres y mujeres, sino aquellas que desarrollan dentro de los mismos varones.

La masculinidad hegemónica ha sido distinguida por la fuerza, independencia, prestigio, entre otras consideraciones que la sitúan en una cúspide jerárquica, lo cual deja como resultado

sujeción de otros grupos de poblaciones que están en la sociedad. Esta dominación masculina ha establecido “el ser y deber ser” de los hombres, es decir, una secuencia de prácticas, significados y valores que se deben cumplir ya sea en la vida exterior como interior.

Este modelo de ser hombre se entiende como una construcción sociocultural, en la que a grandes rasgos se adquieren ciertos conocimientos que deviene del sistema patriarcal, de modo que se acentúa al hombre como modelo de lo humano, pues es considerado el cognoscente del orden y desarrollo de la sociedad. Esta concepción ha sido un punto de abordaje para distintas personas autoras, dado que orientan sus trabajos a comprender cómo se construye la masculinidad a través de las estructuras de dominio y poder, las cuales instauran pensamientos y actos de “control” principalmente en los hombres. Las personas que han trabajado esta línea son; Lizama y Sánchez (2006), Schongut (2012), Recinos (2012), Herrera (2014), Fugellie (2014), Muñoz (2015), Madrid (2016), García, Hernández y Venegas (2016) e Ilabaca (2018), quienes se han interesado en utilizar conceptos como violencia sexual, socialización, masculinidad hegemónica, roles y patriarcado.

En función de lo planteado se identifica que Lizama y Sánchez (2006) se enfocaron en cómo se construye la masculinidad y se visualiza el ámbito femenino en varones de 18 a 50 años heterosexuales casados y con hijos, en la comunidad de Lampa en Chile. En este trabajo se concluye que hay “un proceso de construcción de masculinidad compleja, donde se aprecia una incorporada construcción de masculinidad dominante en todos los entrevistados, es decir una masculinidad que remite a los siguientes mandatos y deber ser: ser fuerte físicamente, racional, emocionalmente controlado (...)” (p.126), sin embargo, los autores identifican cambios en los discursos hacia lo femenino, pues están dirigidos hacia la distinción igualitaria de derechos y deberes para los géneros.

Por su parte, Schongut (2012) orienta su trabajo en una discusión teórica sobre la construcción de la masculinidad hegemónica instalada en la dinámica social. Según el autor analizar la masculinidad desde este enfoque puede aportar a la comprensión de las desigualdades de género en la vida cotidiana, pues a partir de un carácter relacional se ve la superioridad masculina frente a otras personas.

En esta misma línea se encuentra el trabajo de Herrera (2014), interesado en analizar cómo los varones jóvenes de 18 a 29 años de la Legua-Chile están construyendo su masculinidad a través de organizaciones socio-deportivas y a partir de esto establecen sus relaciones sociales consigo mismos, con las mujeres y otros hombres. En este estudio se identifica que aún transitan ideas y nociones tradicionales sobre la masculinidad; pues dentro de estos espacios de socialización se llevan a cabo roles ligados al género y a la división sexual del trabajo, sin embargo, algunos jóvenes se cuestionan el rol de poder que están asumiendo, por lo que es necesario comportamientos con enfoque de equidad. Esta investigación y la anteriormente mencionada (Herrera, 2014), aportan a este trabajo en la comprensión de las transformaciones que están presentando los hombres en sus actitudes, comportamientos, prácticas sociales con las mujeres y otros grupos poblacionales.

A pesar de algunos cambios en las relaciones de los varones con las mujeres, niñas, niños y otros grupos poblacionales, aún se presentan posturas dominantes en contextos, condiciones y lugares determinados, que muestran la posición que estos han ocupado en la sociedad, en este marco Muñoz (2015) realiza su estudio orientado en analizar el proceso de construcción y significación de las masculinidades en hombres heterosexuales entre 20 y 50 años colombianos en la ciudad de Medellín, en esta investigación se muestra que “(...) claramente aparece en los relatos de estos varones, la construcción de la masculinidad en oposición a la feminidad y a las mujeres.

De tal manera, para estos varones ser hombre es, ante todo, no ser mujer” (p.288), el autor agrega que dicha noción también se establece en oposición a la homosexualidad, ejerciendo una heterosexualidad activa y encargados de la proveeduría del hogar.

De la misma forma Fugellie (2014) se interesa en interpretar la construcción de las masculinidades, a través de las prácticas culturales de varones jóvenes heterosexuales estudiantes de secundaria que se identifican con el reggaetón en la comunidad de Conchalí, Chile. En esta investigación la autora concluye que, a pesar de haber cambios en las identidades masculinas en los últimos años, se mantiene una construcción de las masculinidades ligadas al modelo hegemónico, por lo que reproducen las creencias y mandatos del orden patriarcal, de modo que es necesario generar instancias con este tipo de población para reflexionar la socialización de poder, prestigio y status entre hombres, con el propósito de mejorar las relaciones sociales.

Otro autor que trabaja esta línea es Madrid (2016), quien escribe un artículo centrado en analizar el proceso de construcción de masculinidades hegemónicas en la clase dominante chilena por medio de hombres y mujeres de 19 a 45 años ex-estudiantes de colegios privados. En este texto se logra identificar que “(...) en un contexto de privilegio, existe más de un patrón de masculinidad en lucha por la hegemonía. Sin embargo, estos patrones comparten el hecho de que su posición de privilegio se sustenta en la subordinación de las mujeres (...)” (p.392).

Asimismo, Ilabaca (2018) se concentra en explorar la construcción de masculinidad a partir de la educación segregada por género que se imparte en el Liceo Manuel Barros Borgoño en Chile, este autor logra encontrar que “existen diversas maneras de ser varón en el liceo. Sin embargo, no todas gozan del mismo prestigio ni validez. La masculinidad hegemónica es el eje sobre el que giran las demás formas de construir identidad” (p.81).

Otros trabajos que siguen esta línea sobre masculinidades hegemónicas se destacan la investigación de Recinos (2012), en la que se busca comprender cómo se construye la masculinidad en ofensores sexuales, específicamente en hombres adultos de 18 a 70 años reclusos en el centro penal preventivo de la zona 18 de la ciudad de Guatemala. En el estudio se logró identificar que los sujetos investigados crecieron bajo una estructura de poder, donde la socialización diferenciada por el género promueve y visualiza a la persona ofendida como objeto de dominación, además de que para estos hombres se deben cumplir mandatos relacionados al distanciamiento con sentimientos y comportamientos asociados a las mujeres.

De igual forma se encuentra el trabajo de García, Hernández y Venegas (2016), centrado en la construcción de las masculinidades en población penal juvenil del centro especializado adulto joven en Costa Rica, que se desarrolla con la finalidad de comprender el delito de homicidio realizado entre hombres. Las autoras concluyen que, en sus participantes, la construcción de la masculinidad se vio mediada por las condiciones económicas en las que se establecieron las personas, así como por elementos culturales del patriarcado que influyen en las relaciones intragenéricas.

Es necesario mencionar que la investigación realizada por García, Hernández y Venegas (2016) aborda un aspecto importante en los estudios de las masculinidades, dado que se ahonda el tema-problema desde las relaciones sociales intragenéricas, lo cual es un elemento trascendental si se pretende estudiar qué tipo de comportamientos se establecen entre hombres o bien entre las mujeres.

La construcción de la masculinidad hegemónica que precisan los autores y autoras anteriormente mencionados, ha dado como resultado relaciones de poder entre mujeres y hombres, así como entre varones donde se refleja la legitimidad que el sistema patriarcal otorga a un modelo

masculino, de manera que estos trabajos hacen referencia a los procesos de socialización que tienen los hombres para construir una concepción relacionada con el poder, pues se han incorporado conocimientos sobre mandatos, roles y prácticas dominantes por medio de los distintos agentes socializadores que han tenido la vida cotidiana.

En los estudios mencionado se utiliza a nivel metodológico un enfoque cualitativo, esto se identificó en los trabajos de García, Lizama y Sánchez (2006), Recinos (2012) Herrera (2014), Fugellie (2014), Muñoz (2015), Madrid (2016), García, Hernández y Venegas (2016) e Ilabaca (2018), de modo que realizan sus investigaciones desde la perspectiva de los individuos, a partir de sus creencias, experiencias y pensamientos.

En contraposición con los autores mencionados, se identifica que otras personas investigadoras orientan sus trabajos en como la construcción de las masculinidades, no sólo presenta aspectos de reconocimiento y legitimidad, sino que esta puede tener repercusiones en la vida de los hombres, llevándolos a cometer acciones como la privación voluntaria de la vida. Algunos textos discuten sobre la relación entre el suicidio y las formas de construcción dominante masculina; entre las autoras y autores que trabajan esta perspectiva se destacan Rosado et al (2014) y Ortiz y Ruiz (2015), principalmente hacen uso de conceptos como roles, masculinidad y violencia.

En este sentido, Rosado et al (2014) elaboran un artículo en el que buscan las principales causas del suicidio en la población masculina de la Unión Europea, pues según estos autores muchos hombres que no logran cumplir con las expectativas sociales realizan este tipo de acciones. En el texto se llega a concluir que “existe una relación importante entre algunas causas de suicidio y el rol de la masculinidad, como en el caso de las adicciones, en las que el consumo de alcohol y drogas es mayor en el caso de los varones” (p.476).

En este mismo abordaje la investigación de Ortiz y Ruiz (2015), se desarrolló el tema de la construcción de la masculinidad a partir de hombres que intentaron suicidarse en la zona Puntarenas Costa Rica. En esta investigación se concluye que en los varones predomina el ideal de masculinidad hegemónica, pues este se ha desarrollado a partir del contexto en el que se han vivido, por lo que el “ser hombre” se relaciona con características de proveeduría del sostén económico y heterosexualidad a través de sus vínculos sexuales.

Los trabajos realizados por Ortiz y Ruiz (2015) y Rosado et al (2014) se desarrollan desde el enfoque cualitativo, de tal modo que se centran en las narrativas de las personas participantes. Es necesario destacar que no se encuentran otros trabajos que aborden esta temática, lo que evidencia un vacío que posibilitaría futuras investigaciones en relación con la “masculinidad hegemónica” y el suicidio.

Por otra parte, cabe mencionar que la temática de las masculinidades hegemónicas ha sido estudiada desde otra línea investigativa, a partir de cómo se concibe la identidad masculina, principalmente desde el supuesto “se es hombre porque no se es mujer”, lo cual muestra la negación de lo femenino en espacios públicos y privados de la vida diaria. Esta discusión ha sido un punto de encuentro en los trabajos realizados por varias autoras y autores, quienes se interesan en los significados que se le brindan a las identidades, bajo este abordaje se encuentran los trabajos de Villalva (2002), Ruiz (2003), Martínez (2005), Rivas (2005), Duarte, Gómez y Carrillo (2010), Ramírez y Contreras (2012), Ceballos (2012), Vargas y Guzmán (2014), Salinas y Romaní (2016), Ramírez (2018) y Gómez (2019), quienes utilizan principalmente referentes conceptuales como feminidad, género, identidad, masculinidad y patriarcado.

Villalva (2002) realiza una investigación centrada en conocer las características que describen la identidad masculina en jóvenes indígenas migrantes prostitutos en la Ciudad de

México. En este trabajo se concluye que a los jóvenes no les gusta que se les compare con las prostitutas dado que se identifican como “hombres de verdad”, asimismo no se consideran como homosexuales por mantener relaciones sexuales con otros varones, sino que se encuentran conformes por ser una actividad que les genera ingresos económicos, develando la diversidad de masculinidades que rompen con las nociones hegemónicas.

De modo similar el trabajo Ruiz (2003) se interesa en comprender los factores que permiten la construcción de masculinidades, para comprender el significado que se brinda el “ser hombre” cuando se comparten ideas, creencias que influyen en actividades de la vida cotidiana. En esta investigación se identificó que para los participantes ser hombre significa un privilegio frente a las mujeres, además de ser los encargados de la proveeduría pues es necesario tener la imagen de responsable en el hogar y finalmente la población de estudio manifiesta que se les ha dificultado mantener relaciones afectivas con las mujeres, ya que deben expresar la imagen ruda de hombres con los demás.

Por su parte, Martínez (2005) realiza su trabajo final de graduación a partir de cómo se reafirma la identidad masculina a través de acciones sociales en la adolescencia, dado que según el autor es una etapa con diversos procesos físicos y sociales en los cuales se redefine el ideal masculino en hombres y mujeres adolescentes con edades de 12 a 15 años. En esta investigación se identifica que los adolescentes reafirman su identidad a través de los constructos sociales y culturales que determinan los mandatos incorporados en la socialización, los cuales deben mostrar heterosexualidad al momento de relacionarse con las demás personas.

En esta línea se identifica el artículo de Ramírez y Contreras (2012) interesado en identificar las concepciones de identidad de género relacionadas al modelo hegemónico de masculinidad en niños de sectores rurales que viven en un internado, estos autores llegan a identificar que en esta

población la identidad masculina se define por la diferencia que se tiene con las mujeres, a partir del cumplimiento de mandatos como ser fuerte para no demostrar debilidad y sobre todo heterosexualidad, frente la homosexualidad, entre otros.

De igual forma el artículo de Gómez (2019) plantea cómo los usuarios de una aplicación de citas reclaman el reconocimiento hegemónico de la masculinidad y rechazan cualquier identidad que se aleje de este modelo. En este trabajo se llegó a la conclusión de que en los usuarios hay un rechazo hacia características femeninas que pueden presentar algunos hombres, pues en esta aplicación de cita se visualiza “un espacio en el que se difuminan o eliminan características que pueden asociarse a lo gay/femenino; algo que culmina en el fortalecimiento de la masculinidad hegemónica como forma legítima(ada) y normal(izada) de vivencia” (p.63).

Por otra parte Salinas y Romaní (2016) elaboran un artículo científico centrado en el análisis de los discursos, creencias y valores que se manejan en la cultura organizacional sobre el trabajo en compañías mineras por parte de las personas que se dedican a esta actividad en Chile, en donde llegaron a identificar que predomina la hegemonía masculina, dado que es una actividad ligada a los hombres y que contribuye a la significación de su identidad, la cual subordina los aportes que las mujeres realizan en estos trabajos, pues se cree que estas deberían dedicarse a la maternidad.

Por su parte, el artículo Duarte, Gómez y Carrillo (2010) se enfoca en las creencias que se tienen de la masculinidad y el hombre maltratador a partir de mujeres y hombres de 18 a 63 años, comprendiendo el proceso de construcción de las identidades masculinas desde las estructuras de poder que se incorporan en la socialización. En este trabajo se identificó el establecimiento de una actitud diferencial de pensamientos respecto a hombres y mujeres; dado que los primeros conciben que los comportamientos violentos surgen por factores externos, consumo de alcohol, drogas,

mientras que las segundas consideran que estos provienen aspectos internos, es decir a partir de las actitudes que estos tienen y fueron enseñados.

En el artículo de Ceballos (2012) se señala que, a pesar de la emergencia de identidades masculinas, el modelo hegemónico se sigue tomando como referencia para los adolescentes, esto porque según la autora la escuela es un espacio donde se socializan y reproducen las pautas culturales del orden patriarcal. En este trabajo se concluye que “los estudiantes manejan en toda su lógica organizativa el programa de la masculinidad hegemónica (...) [y que] los indicadores que (...) adscriben a la masculinidad funcionan como prescripciones, imponiendo un «deber ser» a los chicos” (p.160).

En cuanto a Ramírez (2018), este realiza su trabajo final de graduación enfocado en cómo se manifiestan las identidades masculinas en grafiteros de la ciudad de México, concluyendo que el grafiti tiene un significado en la identidad de los jóvenes participantes, dado que determina sus prácticas cotidianas, como sus formas de andar, vestimenta y comportamientos con los demás.

En otro orden de ideas, en el artículo de Rivas (2005) se pretende explorar el papel que ha tenido la masculinidad hegemónica en las muertes por accidentes de tránsito en la sierra de Sonora, México”. En este trabajo se evidencia que el modelo tradicional masculino caracterizado por ser arriesgado, rudo, temerario no tiene relación con las causas de muerte en carretera y otras causas violentas.

Con respecto a Vargas y Guzmán (2014), estos autores centran su trabajo final de graduación en la atención sobre las repercusiones que situaciones de desastres ocasionan principalmente en las subjetividades de los hombres, con la finalidad de comprender los procesos de resignificación de las identidades masculinas de Cinchona y San Rafael, sufridas a raíz del terremoto del 8 de enero de 2009 en Costa Rica. En esta investigación se llega a identificar que las masculinidades

hegemónicas se adaptan a los nuevos contextos que se viven después de un momento de riesgo, es por eso que los varones participantes reflejan cambios en sus identidades, debido a los cambios en las dinámicas cotidianas como actividades de trabajo, en el hogar, entre otras que vivieron después del terremoto de ese año.

En lo que respecta a los enfoques metodológicos empleados por Villalva (2002), Ruiz (2003), Martínez (2005), Rivas (2005) Ramírez y Contreras (2012), Vargas y Guzmán (2014), Ceballos (2012), Salinas y Romaní (2016), Ramírez (2018) y Gómez (2019) se realizan desde el enfoque cualitativo, pretendiendo comprender las temáticas abordadas a partir de las subjetividades de las personas que participan en sus investigaciones, sin embargo, de igual manera se encuentran trabajos que emplean un enfoque cuantitativo, como es el caso de Duarte, Gómez y Carrillo (2010) en el que se orientan a la medición y recolección datos estadísticos para la comprensión del tema.

En el rastreo bibliográfico se identificó otra línea recurrente trabajada por las personas investigadoras sobre masculinidades, está relacionada con representaciones sociales, donde los autores y autoras buscan conocer creencias, ideas, así como percepciones respecto a la noción de masculinidad.

1.4.2. Representaciones sociales sobre la masculinidad.

En lo que respecta al abordaje de las representaciones sociales sobre la masculinidad, los trabajos que se presentan buscan dar explicaciones y significados de alguna situación, hecho u objeto de la vida cotidiana de los hombres. Bajo esta línea se encuentran investigaciones que se centran en aquellas ideas, nociones o percepciones que se tiene sobre la masculinidad. Entre los autores y autoras que han desarrollado este abordaje se encuentran Amezcua (2003), Hernández (2006), Lizana (2008), Barahona y Prado (2009), Andrade (2009), Merlino, Martínez y Escanés

(2011), Ballen (2012), Hernández (2013), Hurtado y García (2014), Lora (2016), Gonzáles (2017), Sánchez, García y Orcasita (2017) y Sarmiento (2018), quienes utilizan este abordaje teórico para realizar sus producciones de conocimiento.

En virtud de lo anterior se identifica que la investigación de Amezcua (2003) se enfoca en conocer la representación social de la masculinidad sus particularidades y las repercusiones que tiene en la identidad de hombres jóvenes entre 19 y 23 años, solteros, estudiantes de licenciatura en universidades privadas y trabajadores de medio tiempo en la ciudad de México. Como conclusión en este estudio se manifiesta la presencia de una representación social de la masculinidad relacionada con la oposición binaria mujer/hombre, vislumbrando las concepciones desiguales que conforma el sistema *sexo/género*.

Por su parte, Hernández (2006) en su trabajo, pretende conocer los significados que habitantes de la calle en edades tempranas atribuyen a la masculinidad, para explicar actitudes y formas de organización que se desenvuelven en sus vidas cotidianas en México, de ahí el autor identifica un ideal de hombre relacionado al modelo tradicional como representación, donde hay presencia de discursos y actitudes discriminatorias hacia lo femenino, por parte de los participantes del estudio.

Otros autores interesados en esta línea de investigación sobre representaciones sociales son Merlino, Martínez y Escanés (2011), quienes a través de su artículo hacen énfasis en los comportamientos de agresividad, riesgo y velocidad que los varones tienen al momento de conducir y su relación con la representación construida del género masculino en Argentina. Esto se lleva a cabo por medio de los relatos de mujeres y hombres conductores, lo que permite llegar a identificar la presencia de una representación de la masculinidad tradicional; se cree que los

varones ejercen actitudes de competencia, ira y agresividad en carretera lo cual pone en juego la vida.

Esta imagen del modelo hegemónico masculino también se logra encontrar en el artículo de Ballen (2012) en el cual se hace hincapié sobre la relevancia de la imagen de masculinidad que tienen hombres jóvenes de la zona de Bolívar (Colombia), para comprender las formas de actuar y pensar que se desenvuelve en la interacción social. En este texto la autora concluye que “la representación social de la masculinidad hallada se caracteriza por el reconocimiento y aceptación de esa supuesta superioridad física que permite al hombre ejercer dominio sobre la mujer y sus pares” (p.103).

Por otra parte, en este mismo abordaje de investigación se encuentra la investigación de Hernández (2013), quien busca conocer cómo se relaciona la representación social de la masculinidad con el modelo hegemónico a partir de hombres jóvenes metrosexuales de las carreras de Arquitectura e Ingeniería civil de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas de Cuba. La autora concluye que en sus participantes “la representación social de la masculinidad se encuentra estrechamente relacionada con la ideología patriarcal y el sistema de prescripciones, nociones, creencias, mitos y valores que de este se derivan” (p.75).

Asimismo, en el artículo científico de Hurtado y García (2014) se busca comprender qué piensan o creen mujeres y hombres de 15 a 20 años sobre el género masculino en el estado de Veracruz México. Como resultado de esta investigación se identifica que hay “representaciones machistas en ambos sexos. Encontramos que los hombres continúan poseyendo gran decisión sobre la vida sexual de sus parejas. La negación constante de la homosexualidad simboliza en sectores hegemónicos el abandono de la virilidad” (p.23).

Con respecto a Lora (2016), este autor se centra en las representaciones sociales de masculinidad en 8 hombres jóvenes de nivel socioeconómico medio-alto de Lima, separados del padre biológico en la infancia, este estudio logró identificar que la población seleccionada presenta un discurso de oposición de lo femenino, pues la ausencia del padre biológico ocasiona que otros agentes cumplan con los roles paternos, los cuales reconocen al modelo hegemónico como representación social.

Otro trabajo que se relaciona con las representaciones sociales, es el artículo de Sánchez, García y Orcasita (2017) en el cual se indaga la imagen del género masculino que se presenta en el audiovisual y como es percibida por la juventud, estos autores concluyen que los participantes reflejaron una idea machista, donde hay una superioridad frente a lo femenino que debe mostrarse en la vida diría, pues se considera que un hombre debe mantener la imagen de control frente a las personas.

Por otro lado, Sarmiento (2018) orienta su trabajo en identificar las representaciones de la masculinidad presentes en estudiantes de cinco instituciones educativas rurales del departamento de Huila Colombia. En este estudio se llega a la conclusión de que estas representaciones “son principalmente hegemónicas, caracterizadas por las demostraciones públicas de fuerza, combativas, hostiles y se respaldan colectivamente entre ellos, lo cual trae al análisis que las masculinidades son relacionales, dado que se construyen con y con respecto a los otros (...)” (p.87).

En relación con la investigación anterior, se identifica que Barahona y Prado (2009) también orientan su trabajo hacia las representaciones sociales actuales sobre masculinidad que existen en jóvenes adolescentes varones, estudiantes de enseñanza media del gran Santiago, Chile. En este estudio se llega a identificar una diversidad de formas sobre cómo se representa la masculinidad,

sin embargo, el modelo hegemónico es el que más se ve reflejado en los relatos de la población, por lo cual es necesario hablar de masculinidades; dado que no se tiene una imagen fija de la misma.

Desde otra perspectiva de abordaje sobre las RS, es necesario mencionar el artículo de Lizana (2008) en el que se busca conocer la imagen sobre el género masculino a partir de hombres y mujeres de último año de la carrera de enseñanza básica que formarán parte del proceso de socialización en instituciones escolares. En este texto se concluye que en esta población de estudio se presenta una representación machista y heterosexual sobre la masculinidad, sin embargo, cabe resaltar que algunas de las y los estudiantes expresan que es necesario reflexionar sobre tales estereotipos.

Por su parte, Andrade (2009) se centra en representaciones sociales de la masculinidad y la responsabilidad en el cuidado de la salud reproductiva en hombres adolescentes de 15 a 19 años de los distritos de Comas y Jesús María, agosto 2007, con la finalidad de conocer la imagen que se concibe del género masculino, para reflexionar sobre la atención y necesidades de los varones en materia reproductiva, en este estudio se llega a encontrar dos modelos de representación de la masculinidad, por un lado, los participantes expresan la idea hegemónica, pero por otro lado, hay varones que se distancian del patrón patriarcal, de tal forma que es necesario hablar de masculinidades, sin embargo, ambos esquemas asignan la responsabilidad anticonceptiva a las mujeres.

A su vez, Gonzáles (2017) en su investigación busca interpretar las representaciones sociales sobre las masculinidades que han construido hombres adultos mayores de 65 años y más habitantes de calle que pertenecen a la Red de Cuido San Pedro Nolasco, Costa Rica, según la autora estas personas por las condiciones de la edad y por ser habitantes de calle pueden constantemente estar

redefiniendo las nociones de masculinidad. En este estudio se concluye que el componente etario y haber tenido una socialización bajo el orden patriarcal no son elementos que implique tener una imagen de la masculinidad hegemónica, sino que debido a las condiciones en las que se vive se presentan representaciones sociales que distan de ese modelo, de tal forma que es necesario resaltar la noción de masculinidades.

Las autoras y autores anteriormente mencionados realizan sus investigaciones a partir del enfoque cualitativo, por lo que se centran en comprender sus objetos de estudio por medio los comentarios, pensamientos y significados que las personas participantes manifiestan en sus narrativas.

Asimismo, se logran encontrar otros trabajos que estudian las representaciones sociales para comprender otros ámbitos de las masculinidades, como es el caso de la cinematografía Estadunidense, que desde la investigación de Vera y Estrada (2018) buscan analizar las imágenes masculinas que se presentan en distintos filmes, donde se transmiten mensajes y significados de ser hombres. Estas autoras recurren al análisis de contenido para realizar su trabajo de investigación y llegan a la conclusión que el hombre se “muestra por medio de los personajes filmicos masculinos protagonistas de las películas seleccionadas para esta investigación, tienden a reafirmar el tipo de masculinidad hegemónica, específicamente con las representaciones de los micro machismos”. (p.285).

1.4.3. Masculinidades y teatralidad cotidiana

Otra línea de trabajo interesada por diversas investigaciones es sobre el papel que juegan las masculinidades en la teatralidad cotidiana, debido a que presentan máscaras y estigmas interpretados en la interacción social. Se logró identificar que este abordaje ha sido realizado desde la perspectiva de Goffman, donde los autores utilizan conceptos como fachada, *fronstage*, estigma, idealización, *outside*, ritual, tergiversación, entre otros, de ahí que las personas que han realizado estudios al respecto son: Pérez (2015), Pita (2015), Amigo (2016), Moncrieff y García (2018) y Fannon (2020).

Al presentarse frente a otros, las personas desarrollan una serie de actividades, modales y roles para que se pueda ser interpretado, de esta forma Pérez (2015) enfoca su investigación en comprender como dentro de las interacciones identitarias se legitima por medio de rituales la masculinidad hegemónica, esto a partir de hombres de entre 20 y 60 años del contexto minero metalúrgico de Moa (Cuba). Para este autor los varones asumen rutinas que representan a la masculinidad dominante llegando a concluir que “esta representación es sumamente frágil, ya que una representación deficiente de las masculinidades hegemónicas, constituye una gran amenaza para la representación teatral, para el performance que construyen a cada momento los hombres” (p.42).

Cabe mencionar que en las interacciones sociales se construyen estigmas de las imágenes que se proyectan hacia los demás, debido a acciones realizadas, fachadas personales, entre otros elementos inmersos sobre tal situación, en virtud de ello Pita (2015) se interesa en identificar los estigmas asociados a los estereotipos de masculinidad desde la perspectiva de hombres y mujeres entre los 18 y 30 años emergentes de Guayaquil (Ecuador) y su influencia en la interacción social en el año 2015. En dicho estudio se concluye que “se percibe una diferenciación de estigmas desde

la perspectiva de las mujeres y los hombres, además se afirma que los estigmas asociados a la masculinidad en Guayaquil sí influyen la interacción social” (p.72).

En esta misma línea de trabajo sobre el estigma, Amigo (2016) se interesa en abordar el estigma estético y masculinidad, a través de un análisis de las características de las imágenes utilizadas en las webs de contactos Badoo, Adoptauntío, Tinder y Grindr con la finalidad de comprobar la presencia de perfiles e imágenes de hombres con cuerpos considerados como no-normativos. En esta investigación la autora concluye que, en la población de estudio se comparten discursos similares “en cuanto a su relación con las redes sociales, sino también en cuanto a la reproducción de estereotipos relacionados con la masculinidad y, lo más importante para nosotros, en relación a sus propias experiencias personales con el estigma” (p. 55).

Por su parte, en la vida cotidiana las personas presentan una máscara que identifica o distingue frente a los demás, de manera que Moncrieff y García (2018) se orientaron en analizar las máscaras masculinas de hombres jóvenes pandilleros de la ciudad de Cuernavaca (México), las cuales generan situaciones de exclusión y violencia en dicho sector, se identifica que alrededor de los jóvenes consultados existe una identidad deteriorada, dado a que la máscara de pandillero implica una imagen negativa en la comunidad, de ahí que, muchos de estos hombres se ubican en un tipo backstage social.

Por otra parte, Fannon (2020) en su trabajo pretende conocer cómo se interseccionan la discapacidad y masculinidad en la vida cotidiana con el caso de Will, un joven estadounidense no vidente. En dicho estudio se concluye que, la masculinidad y discapacidad coexisten entre sí, su interrelación repercute en el significado de “ser hombre”, ya que al presentarse cotidianamente en la sociedad se requiere mostrar un discurso de masculinidad dominante para hacer más creíble sus mandatos y superar el valor de las discapacidades.

En las líneas de trabajo mencionadas, se logra identificar a nivel metodológico la implementación del enfoque cualitativo, por tanto, autores como Pérez (2015), Amigo (2016), Moncrieff y García (2018) y Fannon (2020) hacen un acercamiento con la realidad a partir de la subjetividad, sentimientos, experiencias de los individuos, sin embargo, Pita (2015) orientó su trabajo desde una “perspectiva” mixta, donde hace un análisis a partir de elementos cuantitativos y cualitativos.

1.4.4. Masculinidades Metrosexuales

En el rastreo bibliográfico, se logró encontrar varias líneas de investigación relacionadas con las masculinidades metrosexuales, interesadas en ahondar sobre los comportamientos estéticos que han adoptado algunos los hombres en las últimas décadas, entre ellos se identifican Galán (2009), Rodríguez (2010), Alvaré y García (2010) y Heredero y García (2015).

En este sentido Galán (2009) desarrolla un artículo orientado a la industria cosmética metrosexual desde una perspectiva microeconómica, en el cual explica a partir de bases de datos estadísticos los comportamientos de consumo en hombres metrosexuales como entes económicos en México. En el texto concluye que la industria cosmética para hombres ha incrementado, dado que dar una imagen atractiva, profesional y de seguridad ha sido el impacto que ha generado el mundo publicitario y se legitima en algunos grupos de hombres dentro de ese país.

Otro trabajo interesado en la temática sobre masculinidades metrosexuales, es la investigación de Rodríguez (2010), enfocado en como los profesionales de centros de belleza describen las características físicas, psíquicas y estéticas que definen a un hombre como metrosexual en la ciudad de Cali Colombia, a partir de esto la autora identifica una aceptación por la vanidad en los varones que compran productos y servicios estéticos, lo cual genera una nueva cultura que nace a principios del siglo XXI.

Desde otra perspectiva Alvaré y García (2010) realizan un artículo centrado en el significado e importancia que le otorgan al cuerpo un grupo de varones adolescentes de 15 a 18 años en la Habana, Cuba; en el cual se llega a la conclusión de que esta población muestra un interés general en la higiene de sus cuerpos, donde solo un pequeño grupo coincide con la moda metrosexual y se consideran atractivos para las mujeres.

En otro orden de ideas Heredero y García (2015) buscan en su artículo analizar como la persuasión publicitaria repercute en el origen del metrosexual, siendo una nueva masculinidad que se adapta a una femineidad, esto a partir de una revisión bibliográfica y un análisis de contenido cualitativo. En este texto se logra concluir que en las sociedades permea un modelo dominante de masculinidad, sin embargo, hace unas décadas en el mundo occidental debido a los empujes feministas y esquemas publicitarios, los hombres cambian sus atributos hacia acciones de cuidado personal asociado a las mujeres, de ahí que surgen modelos como el metrosexual.

A nivel metodológico, se encuentra la implementación del del enfoque cualitativo en los trabajos de Rodríguez (2010), Alvaré y García (2010) y Heredero y García (2015), los cuales se aproximan al tema-problema desde la perspectiva, historias de vida, experiencias, narrativas de las personas, sin embargo, Galán (2009) orienta su estudio desde una “mirada” cuantitativa de la realidad social.

Cabe mencionar que, en la revisión documental, se logra identificar que estos son los únicos trabajos de investigación referentes a las “masculinidades metrosexuales”, por lo que se deja un vacío temático para generar nuevos conocimientos ya sea en el ámbito académico o institucional interesados en comprender esta temática.

A partir de las líneas de investigación mencionadas en este estado de la cuestión, es necesario resaltar que en materia de masculinidades las y los autores se han interesado por desarrollar sus

estudios desde diferentes enfoques temáticos, teóricos y metodológicos tanto a nivel nacional como internacional, en este sentido se identifica el proceso de construcción de la masculinidad como un eje de trabajo, donde se utilizan referentes conceptuales como hegemonía masculina, socialización, perspectiva de género, entre otros para explicar sus problemáticas y resultados de investigación.

Por su parte, el tema de las identidades se ha tomado como un punto de referencia para comprender el significado que se le otorga a la masculinidad; pues para las personas que ahondaron en esta temática, es importante visualizar las acciones, actitudes y mandatos que distinguen principalmente a los hombres, así como las relaciones inter e intragenéricas que estos establecen en la vida cotidiana.

En lo que respecta a la corriente teórica de las representaciones sociales, se puede indicar que desde esta se analiza la imagen que se ha construido de la masculinidad en diferentes contextos y poblaciones, con la finalidad de mostrar las creencias, estereotipos, ideologías, nociones, así como percepciones que explican las interpretaciones alrededor del género masculino.

Si bien, analizar las representaciones sociales sobre el metrosexual, es el punto de interés para la presente investigación, en el rastreo bibliográfico no se logró identificar trabajos con otras corrientes teóricas como el interaccionismo simbólico, sistemas sociales, teoría crítica, estructural-funcionalismo, entre otras, las cuales hacen diferentes abordajes de reflexión sobre la sociedad y podrían hacer aportes importantes, no obstante, es necesario mencionar que estas distan de la aproximación con la realidad que se pretende hacer, asimismo de los objetivos y categorías de análisis seleccionadas para comprender el objeto de estudio en este trabajo.

Es importante señalar que los trabajos sobre las masculinidades metrosexuales son pocos, por lo que es necesario prestar atención a los estudios que se producen desde la academia o en

instituciones estatales sobre comportamientos, escenarios y transformaciones en los que se reflexiona sobre los hombres en las relaciones de los géneros.

En este rastreo bibliográfico se identifica a nivel metodológico la implementación principalmente del enfoque cualitativo, por lo que las autoras y autores comprenden el tema-problema de la realidad a partir de las subjetividades de las personas participantes, de igual manera se encontraron fuentes que ahondaron desde lo cuantitativo o mixto. En cuanto a las poblaciones de estudio, estas se trabajaron con distintos grupos etarios y sexos, lo que muestra la versatilidad de acercamientos realizados con el tema de las masculinidades.

Finalmente, se puede indicar que no se identifican trabajos relacionado a las representaciones sociales sobre el metrosexual, lo cual justifica la necesidad de producir la presente investigación y contribuir al estudio de las masculinidades desde una perspectiva sociológica, por tanto, seguidamente se expone la problematización que surge en entorno al tema de esta investigación.

CAPÍTULO II

2.1.Problematización

Debido a las influencias principalmente del feminismo y de los cambios culturales en las últimas décadas, la noción sobre masculinidad hegemónica se ha transformado en algunos hombres, pues las acciones, normas y valores ocupados en la sociedad se empiezan a reflexionar desde los mismos varones. De ahí que surgen nuevas identidades masculinas como la metrosexual, una de las más reconocidas entre ellas por los medios de comunicación y socialmente, puesto que este es uno de los primeros arquetipos que rompe con mandatos tradicionales y emplea prácticas relacionadas con lo femenino, distinguiéndolo en comparación con otras masculinidades.

A pesar del surgimiento de nuevas identidades masculinas como la metrosexual, aún se legitima y reconoce el modelo de masculinidad hegemónica mostrado por el sistema patriarcal, cuyos principios residen en el control, omnipotencia, así como poder frente a otras personas, lo cual construye relaciones desiguales no solo entre hombres y mujeres, sino también en aquellos varones que contravienen con los mandatos tradicionales, pues estos no cumplen con las predisposiciones asignadas, de ahí que, socialmente se derivan diferentes formas de coerción, como violencia física, verbal o a través de cualquier elemento simbólico.

Actualmente en la sociedad costarricense es posible identificar una diversidad de identidades masculinas, las cuales pueden ir desde las que mantienen los mandatos tradicionales, así como aquellas que transforman ciertos comportamientos hacia las mujeres y hacia a sí mismos, lo cual devela las diferentes masculinidades que se presentan en la vida cotidiana y se relacionan entre sí, de modo que, para esta investigación es importante analizar el comportamiento “inragenérico” de los hombres, pues en la cotidianidad se construyen distintos comportamientos, creencias, discursos e ideas, para hacer referencia a otros modelos masculinos como el metrosexual que se apartan del

hegemónico. Por lo que es necesario aproximarse a las nociones que han construido los jóvenes de 18 a 35 años en la comunidad del Achiote respecto al metrosexual, ya que se muestra las relaciones que se van estableciendo socialmente con las nuevas formas de entender, designar y visualizar las masculinidades que viven algunos hombres, debido a las transformaciones culturales, económicas, históricas, políticas y sociales que han incidido en la subjetividad de las personas.

Un abordaje para comprender las creencias, ideas, imágenes y percepciones que se establecen sobre el metrosexual se puede realizar desde las representaciones sociales, puesto que “las personas se relacionan entre sí y en esta relación con los otros y las otras, elaboran observaciones, críticas y comentarios (...)” (Araya, 2002, p. 18), de tal forma que por medio de estas se interpretan individuos, objetos, situaciones entre otras particularidades presentes en la cotidianidad de las personas.

Entorno a la problemática planteada, se estudia particularmente las representaciones sociales sobre el metrosexual de jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia, las cuales son el resultado de la interrelación que establecen con otras personas y el entorno inmerso en sus vidas. Con relación a lo mencionado es necesario plantear una serie de preguntas generadoras, las cuales van a contribuir en la comprensión de la problemática en el contexto actual.

2.1.1. Preguntas Generadoras

¿Qué elementos o características identifican a un hombre metrosexual en la actualidad?

¿De qué manera la masculinidad hegemónica repercute en las representaciones sociales sobre el metrosexual?

¿De qué manera se entiende el concepto metrosexual en la actualidad y en el contexto de la comunidad del Achiote?

A partir de los planteamientos mencionados, para este trabajo se estableció como pregunta de investigación:

2.1.2. Pregunta de Investigación

¿Cuáles son las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021?

2.2.Objetivos

2.2.1. Objetivo General

Analizar las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021.

2.2.2. Objetivos específicos

- Identificar las nociones que tienen de la masculinidad hegemónica, los hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia.
- Describir las representaciones sociales que han construido sobre el metrosexual, los hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia.
- Contrastar el significado otorgado a las masculinidades por los jóvenes del Achiote frente a las representaciones sociales sobre el metrosexual.

CAPÍTULO III

3. Referente teórico

En este apartado se presenta el referente teórico que permitió analizar la realidad estudiada. Se partió de los principales planteamientos de la fenomenología como teoría general, pues esta permitió comprender que las personas viven de forma intersubjetiva interpretando el mundo de la vida cotidiana, asimismo otro elemento esencial para la investigación fue la teoría de representaciones sociales, con la finalidad de aproximarse a las creencias, imágenes y percepciones que tienen los hombres jóvenes sobre el metrosexual.

Por otra parte, se retomó la perspectiva de género para comprender el contexto, relaciones y significados que se establecen con modelos masculinos, posteriormente se abordaron otras categorías teóricas como patriarcado, sistema sexo/género, masculinidad, masculinidad hegemónica, socialización de género, identidad masculina, así como la conceptualización de metrosexual que permitieron reflexionar de una forma integral la temática.

3.1. Teoría Fenomenológica

A través de la fenomenología se puede comprender las interpretaciones que las personas realizan de la realidad, pues reflexiona como el individuo actúa y piensa en su cotidianidad a partir de los significados que se van construyendo sobre algún objeto presente en la sociedad.

La corriente fenomenológica primeramente reflexiona el “mundo de la vida cotidiana”, para Ritzer (1993) “es en este mundo donde las personas actúan con la «actitud natural»; es decir, donde las personas dan por sentado que este mundo existe y no dudan de su realidad hasta que surgen situaciones problemáticas” (p.270). De modo que este se presenta de forma “externo-objetivo”, donde se empieza a entender a partir de interiorización de los significados sobre ciertos hechos y situaciones.

Para la fenomenología es central las acciones, pensamientos e interpretaciones que devienen de las personas, pues se comparten en la interrelación con los “otros” y forman parte de la construcción del mundo de la vida cotidiana, donde se inscriben costumbres, normas, objetos, prácticas, símbolos, valores, entre otros elementos que lo constituyen. En este aspecto para Berger y Luckmann (2008):

El mundo de la vida cotidiana no solo se da por establecido como realidad por los miembros ordinarios de la sociedad en el comportamiento subjetivamente significativo de sus vidas. Es un mundo que se origina en sus pensamientos y acciones, y que está sustentado como real para éstos (p.35).

A partir de esto se puede señalar que la realidad se construye socialmente en las interacciones, donde a los “hechos” que están externamente creados se le asigna un valor subjetivo, lo cual permite comprender que las personas crean un mundo que es significativo para sus sucesores.

Por otra parte, este “mundo” se muestra de forma material, es decir, por todo aquello que rodea al ser humano (edificaciones, objetos, personas, recursos naturales) esto considerado como una “dimensión objetiva” y de manera inmaterial o cultural, en la conciencia de los individuos por elementos “subjetivos” (Schutz, 1993), de manera que es necesario considerar las cuestiones perceptibles como el contenido significativo para analizar las interpretaciones que hacen las personas de la realidad.

Ahora bien, en el mundo de la vida se presentan objetos, los cuales se pueden identificar a través de sistemas de signos, para Schutz (1993) “un sistema de signos es un contexto significativo que constituye una configuración formada por esquemas interpretativos; quien utiliza o interpreta el signo lo ubica dentro de este contexto de significados” (p.149), de modo que cuando una persona

en su cotidianidad observa o escucha un signo lo categoriza bajo las características y definiciones que son aprendidas y hacen alusión al “objeto-signo”.

Los signos son interpretados y se les otorga un significado, no obstante, “(...) existe entre el signo y lo que este significa, la relación de representación cuando observamos un símbolo, que es siempre en sentido amplio un objeto externo, no lo miramos como un objeto, sino como representativo de algo más” (Schutz, 1993, p.148), por tanto, al momento que una persona comprende algún signo lo interpreta a través del significado que se ha construido sobre este.

Para la fenomenología, las interpretaciones de los signos y las interacciones se desarrollan intersubjetivamente, es decir, se interrelacionan los significados tanto propios como los colectivos, para Ritzer (1993) la intersubjetividad es “(...) el «presente vivido» en el que nos hablamos y nos escuchamos unos a otros. Compartimos el mismo tiempo y espacio con otros” (p.268), por lo que para esta corriente teórica es trascendente reflexionar las significaciones compartidas sobre alguna acción o hecho presente en el mundo de la vida.

Cabe señalar que en la intersubjetividad hay esquemas de tipificación, los cuales recíprocamente se interpretan en los encuentros “cara a cara”, por lo que las tipificaciones de la otra persona son susceptibles a mi entendimiento y viceversa (Berger y Luckmann, 2008), de ahí que actos, signos y otros se pueden interpretar a partir de los elementos perceptibles que se visualizan al momento de interactuar con otra persona.

De este modo la fenomenología, a grandes rasgos, permite comprender las formas en como los individuos interpretan y se relacionan con el mundo, mediante los significados que paulatinamente se va construyendo sobre acciones, objetos y situaciones que se comparten con “otras” personas, por tanto, esta corriente teórica contribuyó a la investigación respecto a la

reflexión de significaciones que hombres jóvenes de 18 a 35 años del Achiote comparten sobre representaciones sociales, situaciones, entre otros componentes de su mundo de la vida cotidiana.

Como se ha mencionado los individuos se relacionan intersubjetivamente, sin embargo, en su tiempo y espacio se presentan otros que manifiesta una serie interpretaciones que hacen alusión a representaciones sociales concebidas sobre individuos que se encuentran en la sociedad, es por ello que seguidamente se presentan los principales planteamientos de las representaciones sociales.

3.2. Teoría de las representaciones sociales

Las representaciones sociales han permitido comprender las interpretaciones que individuos y grupos sociales construyen de un concepto, objeto o situación, estas se comparten mediante las interacciones otorgando sentido y significado a lo desconocido, por lo cual se generan comportamientos y procesos de comunicación entre las personas. Una representación social constituye una forma de pensamiento que interviene, categoriza y explica las vivencias individuales y colectivas; según Araya (2002):

Las personas conocen la realidad que les circunda mediante explicaciones que extraen de los procesos de comunicación y del pensamiento social. Las representaciones sociales (RS) sintetizan dichas explicaciones y, en consecuencia, hacen referencia a un tipo específico de conocimiento que juega un papel crucial sobre cómo la gente piensa y organiza su vida cotidiana: el conocimiento del sentido común (p.11).

Las representaciones sociales son atravesadas tanto por procesos cognitivos como de contexto; este último enfocado en las estructuras, condiciones y normas sociales donde se transmite la representación, por medio de instituciones socializadoras como el estado, escuela, familia, iglesia, medios de comunicación entre otros inmersos en la realidad de tal forma que:

Lo social interviene de varias maneras: a través del contexto concreto en el que se sitúan los individuos y los grupos; a través de la comunicación que se establece entre ellos; a través de los marcos de aprehensión que proporciona su bagaje cultural; a través de los códigos, valores e ideologías relacionados con las posiciones y pertenencias sociales específicas (Jodelet, 1984, p.473).

A partir de esto, las estructuras sociales juegan un papel importante en la formación de representaciones sociales, dado que en estas permean normas y símbolos que repercuten en interpretaciones que los individuos realizan de la realidad, las cuales se comparten mediante la interacción social, de acuerdo con Araya (2002) “esto significa que las matrices socioestructurales y los entramados materiales en los que están inmersas las personas definen su lectura de la realidad social, sus claves interpretativas y [se] reinyectan en su visión de la realidad (...)” (p.19).

En este aspecto las representaciones sociales permiten comprender comportamientos y relaciones que los individuos establecen hacia determinadas situaciones u objetos, donde se presentan una serie de creencias, percepciones y valores que clasifican el contexto en que se vive. Las representaciones sociales para Jodelet (1984) son:

Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver (...) (p. 472).

Este abordaje teórico concierne al conocimiento del sentido común; según Jodelet (2000) es aquel caracterizado “(...) en la experiencia cotidiana; son programas de percepción, construcciones con estatus de teoría ingenua, que sirven de guía para la acción e instrumento de lectura de la realidad (...)” (p.10), lo cual permite comprender las interpretaciones que los

individuos realizan de su entorno y se comparten sus conocimientos con otros grupos de la sociedad.

Cabe agregar que “las representaciones sociales son históricas y su esencia- la influencia social, se desarrolla desde la niñez temprana, pero al mismo tiempo, se construyen [en] el transcurso de la vida (...)” (Alvarado, Botero y Gutiérrez, 2008, p.45), donde se manifiestan actitudes, experiencias y significados que interpretan la realidad; incidiendo en las relaciones, direcciones y formas de organización.

En este sentido, la teoría de representaciones sociales permitió aproximarse a las asociaciones, concepciones, creencias e ideas que los hombres jóvenes del Achiote tienen sobre un metrosexual y así comprender la imagen compartida que se construye entorno a dicho “concepto masculino”.

La formación de representaciones sociales se lleva a cabo por una serie de categorías que concretan y otorgan significado a las creencias, ideas y percepciones que tienen las personas, como es el caso de los mecanismos de objetivación, anclaje, núcleo central y núcleo periférico presentados a continuación.

3.2.1. Objetivación

En las representaciones sociales se concretan las ideas abstractas que intercambian las personas a través del mecanismo de objetivación, de acuerdo con Araya (2002) “el proceso de objetivación se refiere a la transformación de conceptos abstractos extraños en experiencias o materializaciones concretas. Por medio de él lo invisible se convierte en perceptible” (p. 35).

Con este mecanismo los individuos tienen “mayor claridad” del conocimiento transmitido desde instituciones socializadores, donde se asocia un concepto u objeto a “hechos materiales, precisos y sólidos”; en relación con esto Jodelet (1984) plantea:

La intervención de lo social se traduce en el agenciamiento y la forma de los conocimientos relativos al objeto de una representación, articulándose con una característica del pensamiento social, la propiedad de hacer concreto lo abstracto, de materializar la palabra. De esta forma, la objetivización, puede definirse como una operación formadora de imagen y estructurante (p.481).

Ante esto, los individuos empiezan a transformar el “objeto extraño” con conocimientos adquiridos por medio de diferentes instituciones socializadoras, las cuales transmitieron nociones sobre características que distinguen o son utilizados para referir a determinados conceptos, individuos y situaciones, los cuales llegan a materializar el objeto de representación por el cual se hace alusión.

El mecanismo de objetivación en la investigación permitió a los jóvenes del Achiote tener una idea “más clara” sobre qué se entiende por metrosexual, es decir, cuales características físicas, simbólicas, entre otras materializan la noción que las personas de 18 a 35 años participantes respecto a dicho “concepto/modelo” masculino.

3.2.2. Anclaje

Otro mecanismo que junto a la objetivación contribuye en la formación de representaciones sociales es el anclaje, que de acuerdo con Araya (2002) es el proceso donde el objeto extraño se incorpora en significados que llegan a categorizar las imágenes o ideas compartidas. En este sentido según Jodelet (1984):

(...) La intervención de lo social se traduce en el significado y la utilidad que les son conferidos. Al menos así son los dos aspectos que han retenido con mayor frecuencia la atención, debido a la función social de la representación que llevan aparejada (p.486).

A partir del sentido que se le otorga al objeto de representación, este llega a formar parte de los conocimientos, creencias, ideas o percepciones que se constituyen en los pensamientos sociales, lo que se convierte en una herramienta para la comunicación que se establece en la interacción social, en este sentido según Jodelet (1984) “el anclaje articula tres funciones básicas en la representación: la cognitiva de integración de la novedad, la interpretación de la novedad, y la de orientación de las conductas y las relaciones sociales” (p.486), de manera que este mecanismo contribuye no solo en la asociación sino también en la categorización que se hace sobre el objeto de representación.

Para este estudio el anclaje contribuyó aproximarse a las significaciones que se tienen respecto a un metrosexual y repercuten en diversas categorizaciones expuestas por los jóvenes participantes, quienes comparten a través de la comunicación e interacción social la imagen concebida.

3.2.3. Núcleo central

Aunado a los mecanismos antes mencionados, es necesario destacar el componente de “núcleo central” para comprender las representaciones sociales; dado que este genera la significación y estructura del objeto que las personas llegan a representar. De acuerdo con Abric (2001):

Será en la representación el elemento que más resistirá al cambio. En efecto cualquier modificación del núcleo central, ocasiona una transformación completa de la representación. Plantearemos así que la identificación de ese núcleo central permite el

estudio comparativo de las representaciones. Para que dos representaciones sean diferentes, deben estar organizadas alrededor de dos núcleos centrales distintos (p. 21).

El núcleo central está relacionado con las estructuras históricas, sociales e ideológicas que construyen el objeto de representación social, lo cual repercute en las percepciones y relaciones de la interacción social. En este sentido, el núcleo central concierne al elemento que permite explicar las actitudes, creencias u opiniones resistentes a cambios del contexto social y estructura inmediata inmersa en las personas (Petracci y Kornblit, 2007).

Por lo que las nociones presentes en las personas con respecto a un objeto de la realidad, devienen de este componente relacionado a la cultura y entorno en el que se está inmerso, por lo tanto, un núcleo central se entiende como el elemento que posee una función generadora, es decir, crea y cambia la representación, así como una función organizadora donde se unifica y estabiliza la misma (Abric, 2001).

A través del componente de núcleo central, en esta investigación se posibilitó aproximarse estructura o contexto inmerso en la vida de los hombres de 18 a 35 años del Achote, el cual repercute en las interpretaciones y significaciones que estos desarrollan respecto a las representaciones sociales sobre el metrosexual.

En contribución con el núcleo central, hay otros “elementos periféricos” que permiten formar las representaciones sociales sobre el metrosexual y se distinguen de una persona a otra según su experiencia o historia de vida, tal planteamiento se reflexiona seguidamente.

3.2.4. Núcleo periférico

En el núcleo periférico se pueden identificar aquellas informaciones jerarquizadas que interpretan el objeto de representación y se organizan entorno al núcleo central, de manera que para Petracci y Kornblit (2007) este componente:

(...) Está compuesto por todos los otros elementos de la representación, los cuales son responsables de la movilidad, la flexibilidad y las diferencias entre los individuos. Permite la integración de las experiencias e historias individuales y se apoya en la evolución, las contradicciones y la heterogeneidad del grupo (p.94).

Por lo que el elemento periférico consiste en los componentes como creencias, estereotipos y nociones que pueden estar alejados o próximos al núcleo central, es decir, donde las personas establecen sus conocimientos, interpretaciones y juicios relacionados al objeto de representación (Abric, 2001).

Por medio del núcleo periférico en este estudio fue posible identificar aquellas otras informaciones de los jóvenes participantes que giran alrededor del “componente central”, las cuales de una u otra forma influyen en las significaciones que se construyen referente a representaciones sociales sobre el metrosexual.

El abordaje de las representaciones sociales ha sido utilizado para comprender distintos ámbitos de la realidad social, aproximándose a las creencias, imágenes, y percepciones que tienen las personas hacia diferentes objetos de representación, como pueden ser las feminidades y masculinidades, por lo anterior es necesario abordar las categorías de género, masculinidad, masculinidad hegemónica, entre otras, que contribuyen en el desarrollo de este estudio.

3.3. Género

El género es una categoría teórica que permite comprender las relaciones sociales entre individuos, por medio de ella se pueden entender comportamientos y desigualdades presentes en la realidad, lo cual resulta ser una herramienta para el estudio de los vínculos entre hombres y mujeres, así como entre varones. Para Lagarde (1996) “el género es una construcción simbólica y contiene el conjunto de atributos asignados a las personas a partir del sexo. Se trata de características biológicas, físicas, económicas, sociales, psicológicas, eróticas, jurídicas, políticas y culturales” (p.27).

En este sentido a los individuos se les transmiten conocimientos sobre roles, significados y valores sobre “ser y deber ser” a través de la socialización genérica, los cuales se espera se exterioricen en la vida cotidiana. Según Lamas (2000) “el género produce un imaginario social con una eficacia simbólica contundente y, al dar lugar a concepciones sociales y culturales sobre la masculinidad y feminidad, es usado para justificar la discriminación por sexo (sexismo) y por prácticas sexuales (homofobia)” (p. 4).

Por su parte el género varía de una cultura a otra, es decir, no se tiene una única concepción, en cada pueblo o grupo pueden manifestarse actitudes, normas y roles diferentes. Generalmente se establece por masculino y femenino dentro de una visión binaria, pero este concepto involucra a otros géneros que se presentan en la realidad, pues hace referencia a las actitudes, atributos, símbolos que construyen las personas a lo largo de sus vidas.

Fuera del ámbito académico, a esta categoría se le ha asignado significados peyorativos, pues se le asociada exclusivamente a cuestiones femeninas, no obstante, es necesario mencionar que esta también abarca la comprensión de las masculinidades y otras identidades en la sociedad.

En contribución con esta categoría, la perspectiva de género ha permitido comprender las relaciones que se establecen entre los individuos, por lo que se identifican las distintas identidades, posiciones y roles que se presentan en la realidad, según Lagarde (1996) este enfoque “hace evidentes hechos ocultos y les otorga otros significados. Incluye el propósito de revolucionar el orden de poderes entre los géneros y con ello la vida cotidiana, las relaciones, los roles y los estatutos de mujeres y hombres” (p.20).

Por lo que la perspectiva de género estudia las relaciones sociales entre mujeres y hombres (intergenéricas), como también hombre-hombre, mujer-mujer, etc. (intra-genérica) (Lagarde 1996), lo cual muestra las distintas desigualdades que se enmarcan en escenarios cotidianos, para efectuar un cambio en los comportamientos, símbolos y valores del orden social.

Con lo anterior, la perspectiva de género que utiliza Lagarde (1996), no solo contribuyó a visibilizar las relaciones intra-genéricas que se manifestaron los hombres participantes de la investigación, sino también para la reflexión de las actitudes, comportamientos y significados componentes que estos expresaron respecto todo aquello relacionado a lo femenino.

Para comprender las relaciones desiguales que se establecen entre los individuos, es necesario visualizar la estructura patriarcal, cuya finalidad es la supremacía del hombre en la sociedad, entre otras consideraciones que se presentan seguidamente.

3.4.Patriarcado

Los estudios de género han puesto su mirada en la forma como se organiza la sociedad desde el patriarcado, ya que como sostiene Goldberg (1976) este remite a “(...) toda organización política, económica, religiosa o social que relaciona la idea de autoridad y de liderazgo principalmente con el varón, y en la que el varón desempeña la gran mayoría de los puestos de

autoridad y dirección” (p.31), por lo que desde esta perspectiva el hombre ocupa una posición dominante en la sociedad.

En la estructura patriarcal están inscritas las diferencias preestablecidas para mujeres y hombres, donde tanto en la vida pública como privada tienen que desempeñar mandatos y roles que legitiman la dominación masculina. Al respecto Bourdieu (2000) señala que:

La preeminencia universalmente reconocida a los hombres se afirma en la objetividad de las estructuras sociales y de las actividades productivas y reproductivas y se basa en una división sexual del trabajo de producción y de reproducción biológico y social que confiere al hombre la mejor parte, así como en los esquemas inmanentes a todos los hábitos (p.49).

Esta mirada androcéntrica es transmitida por medio de una serie de instituciones socializadoras como el estado, la educación, la familia, la religión entre otros, que de acuerdo con Facio y Fries (2005) “no sólo construyen las diferencias entre hombres y mujeres, sino que las construyen de manera que la inferioridad de éstas es entendida como biológicamente inherente o natural” (p.261), de manera que se reconoce exclusivamente el aporte del hombre en la sociedad y se invisibiliza contribuciones que hacen las mujeres, así como otros grupos poblacionales.

Desde la estructura social establecida por el patriarcado, se asigna mayor valor a aquello pensado y realizado por los hombres, posicionándolo como “centro del universo”, lo que genera desigualdades y diferentes formas de opresión entre hombres y mujeres, que se reproducen en las sociedades, y que se manifiestan hacia otros grupos poblacionales como menores de edad, adultos mayores, así como hacia otros hombres que no siguen sus mandatos hegemónicos.

Para la investigación el patriarcado permitió en este trabajo comprender el reconocimiento y supremacía del hombre en las relaciones del género, especialmente frente a comportamientos, espacios, prácticas, así como roles asociados a la feminidad.

3.5. Sistema sexo/género

Por otra parte, el género ha permitido confrontar perspectivas reduccionistas y esencialistas que diferencian las identidades de las personas a partir del sexo, mostrando que la actitud, el cuerpo, normas y roles son comprendidos desde el contexto sociocultural, sin embargo, se ha estratificado históricamente las actividades establecidas para mujeres y hombres de acuerdo al sistema sexo/género. Para Rubín (1986) “(...) en él la opresión no es inevitable, sino que es producto de las relaciones sociales específicas que lo organizan” (p.105).

A través de los estudios de género se ha reflexionado sobre el sistema sexo/género, pues este ha generado desigualdades y opresiones consideradas como naturales en comportamientos, división sexual del trabajo, uso del tiempo, entre otros, debido a que se suele equiparar los significados de sexo y género para explicar las relaciones sociales, situaciones o fenómenos que se presentan en la sociedad, pero según Careaga (1996):

El sexo parte de las características anatómico-fisiológicas (con base en las diferencias de los órganos genitales y reproductivos), mientras que el género es una construcción social. La dimensión de género pretende conocer cuáles son las relaciones que se establecen entre hombres y mujeres en sí mismos y entre ambos (p. 24).

En virtud de lo anterior, estos conceptos hacen referencia a particularidades distintas, ya que el género se construye socioculturalmente y el sexo es definido a partir de elementos biológicos, por tanto, esta diferenciación es necesaria para comprender que componentes se piensan o utilizan para definir la masculinidad y feminidad, así como las condiciones, funciones, roles asignados para cada uno.

3.6. Masculinidad

La masculinidad no es un proceso dado a los individuos, sino que se construye a lo largo de la vida; enseñando a hombres y mujeres normas, roles y valores que los primeros deben “desempeñar en sociedad” y se sanciona mayormente todo aquello que no cumpla con los preceptos asignados, para Faur (2004) la masculinidad es:

(...) Una construcción cultural que se reproduce socialmente y, por ello, no puede definirse fuera del contexto social, económico e histórico. Esa construcción se desarrolla a lo largo de toda la vida, con la intervención de distintas instituciones (la familia, la escuela, el Estado, la religión, los medios de comunicación, etc.) que moldean modos de habitar el cuerpo, de sentir, de pensar y de actuar el género (p.54).

En este sentido la masculinidad hace referencia al significado de “ser hombre”, sin embargo, esta no debe ser entendida como homogénea, dado que como menciona Chaves (2012) esta se construye “(...) a través de los procesos de socialización, y da como resultado una serie de masculinidades diversas, estas resultan, según lugar de trabajo o condición socioeconómica, entre otros factores que pueden ser determinantes en los procesos de socialización masculina” (p.8), de tal manera que se puede entender de forma distinta de acuerdo con las condiciones, contextos y culturas en la que se vive, por lo que es necesario hacer referencia a las masculinidades y no masculinidad, pues son heterogéneas debido a la diversidad de factores que influyen en su construcción.

3.7.Masculinidad Hegemónica

Cabe mencionar que, el sistema patriarcal ha reconocido un modelo de hombre que todas las personas deberían de legitimar y esta es la masculinidad hegemónica, pues muestra las normas, valores que deberían de realizar los varones en la sociedad, de acuerdo con Huberman y Tufro (2012) esta es la configuración masculina que posee mandatos, roles, símbolos de dominio y control, la cual se les socializa a los hombres para legitimar el poder del patriarcado, subordinando a otros grupos sociales.

De manera que esta masculinidad hegemónica muestra los mandatos que los hombres deberían desarrollar en el mundo de la vida cotidiana, por lo cual se le suele ubicar en la “cúspide” jerárquica de masculinidades; estableciendo características como competencia, fuerza y poder. Para Connell (2003) esta masculinidad es:

(...) La configuración de la práctica de género que incorpora la respuesta aceptada, en un momento específico, al problema de la legitimidad del patriarcado, lo que garantiza (o se considera que garantiza) la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres (p. 117).

En este sentido la masculinidad hegemónica como menciona Menjivar (2001) “(...) abre paso a la dominación de aquellos hombres que ostentan el título sobre otros hombres (...)” (p.4), demostrando el prototipo de “hombre de verdad” que los individuos deben legitimar a partir de una serie de mandatos que se detallan a continuación.

3.7.1. Mandatos de la masculinidad hegemónica

Dentro de esta concepción de masculinidad hegemónica los mandatos son transmitidos por medio de la socialización de género, donde se espera que tanto hombres como mujeres los interioricen desde temprana edad y se espera se desarrollen en la vida cotidiana, de acuerdo con

Mauricio Menjivar (2002) estos se entienden como “pautas culturales generalmente aceptadas y que tienden a orientar las concepciones de mundo y la forma en que las personas actúan” (p. 106).

En este sentido se espera que los hombres desarrollen una serie de comportamientos que los distinga como tales, para Salas (2005) uno de estos mandatos es no ser femenino, es decir, negar o reprimir todos aquellos comportamientos relacionados con las mujeres, dado que estos muestran afectos y sensibilidad.

Asimismo, de acuerdo con estos mandatos masculinos, los hombres tienen que contener sus emociones; dado que deben mostrar rudeza no solo ante mujeres u otros grupos de la población, sino también hacia otros hombres, por lo tanto, para Kaufman (1997) los hombres tienen que “suprimir toda una gama de emociones, necesidades y posibilidades, tales como el placer de cuidar de otros y así mismos, la receptividad, la empatía y la compasión, experimentadas como inconscientes con el poder masculino (...)” (p.70).

Cabe mencionar que uno de los principales mandatos de la masculinidad hegemónica es la heterosexualidad activa, al respecto Olavarría (2004) señala que “(...) es uno de los mandatos de la masculinidad dominante. Los hombres deben iniciarse sexualmente con una mujer para reconocerse a sí mismos como hombres (...)” (p.49), de tal forma que bajo este mandato los hombres no pueden mantener algún tipo de contacto sexual con otros hombres; dado que no muestra el “verdadero modelo de masculinidad”.

Existen diversos mandatos de la masculinidad hegemónica entre ellos ser mujeriego, proveedor del hogar, tomador, fuerte, poseedor del control de los hechos, entre otros, (Briceño y Chacón, 2001), que son parte de lo que socialmente se espera de los hombres y que hacen referencia a las formas en las que ejercen el poder. Con esta conceptualización de masculinidad

hegemónica, surgen frases como “hombre de verdad”, que hace referencia a quien cumple con los mandatos del sistema patriarcal.

La masculinidad hegemónica, así como sus mandatos permitieron a la investigación comprender características de supremacía que un “verdadero hombre” debe realizar según el poder patriarcal, el cual no solo subordina a las mujeres, sino también aquellos varones que distan de su modelo predispuesto para la sociedad.

3.8.Socialización de género

El conocimiento sobre los mandatos masculinos y femeninos se incorpora por medio de la socialización de género, en la que se definen los discursos sobre los comportamientos asignados tanto para mujeres como hombres. Desde muy corta edad a las personas se les instruye ciertas pautas del “orden social”, las cuales deben interiorizar, legitimar y exteriorizar. Es por ello que en la socialización primaria se empieza a enseñar diferencias de género, en el lenguaje, roles, entre otros aspectos que van a permitirle a las personas incorporarse a la sociedad, según Berger y Luckmann (2008) esta socialización es “la primera por la que el individuo atraviesa en la niñez; por medio de ella se convierte en miembro de la sociedad” (p.166).

A través de esta socialización se transmite a mujeres y hombres conocimientos sobre cuales juegos, colores, juguetes y actividades del hogar que le corresponden a cada uno, donde principalmente las labores domésticas-privadas están relacionadas a lo femenino y lo masculino a actividades públicas (Lamas, 1986). Este aprendizaje lo comparten instituciones socializadoras como la familia, donde se empieza a entender que se censura y que no, debido a las normas establecidas a cada género.

Por su parte los individuos amplían sus conocimientos sobre la realidad a través de la socialización secundaria, en la que según Berger y Luckmann (2008) se “(...) requiere la

adquisición de vocabularios específicos de “roles”, lo que significa, por lo tanto, la internalización de campos semánticos que estructuran interpretaciones y comportamientos de rutina dentro de un área institucional” (p.175), por lo que las personas se empiezan a relacionar con las estructuras sociales y otras instituciones socializadoras como la escuela, medios de comunicación, entre otros, donde se adquiere más aprendizajes sobre cómo actuar y visualizar al mundo.

En este sentido el conocimiento adquirido en la socialización de género, no es estático, sino que este cambia conforme se relaciona con otras personas o bien por las transformaciones que se originan en las estructuras sociales, por lo que esta se presenta en la socializaciones primarias y secundarias, lo que puede producir nuevas visiones de mundo o identidades.

La socialización de género contribuyó a este estudio en la reflexión sobre la asignación de las actividades, mandatos, así como roles que expresaron los participantes con relación a lo que corresponde para hombres y mujeres en los distintos espacios de la sociedad.

3.9. Identidad Masculina

Dentro de la socialización genérica, se va desarrolla la construcción de las identidades, en la que se transmiten atributos que distinguen a las personas de otras, para Larraín (1996) “la identidad, en un sentido personal, es algo que un individuo presenta a los “otros” y que los otros le presentan a él” (p.101), de manera que en este proceso se empiezan a reconocer actitudes, características, símbolos, entre otros que logran identificar y responder ¿quién soy?, o ¿quiénes son los otros?, para presentar las similitudes y disparidades presentes entre las personas.

Cabe mencionar que en este proceso participan elementos materiales e inmateriales que contribuyen a la construcción de las identidades, pues se les otorga un significado que se incorpora y exterioriza en la interacción social para ser reconocidos, por lo que de acuerdo con Montesinos (2007) hay:

(...) Elementos materiales y simbólicos que permiten al individuo reconocerse como parte de un grupo, institución, raza, género, pueblo, nación, le confiere certeza de que el deber ser que ha intentado seguir responde al compromiso que tiene con su sociedad. Le dota sentido de pertenencia, lo protege, pero también lo obliga a cumplir con el rol que le corresponde (p. 21).

En esta línea se pueden señalar las identidades masculinas, donde los hombres principalmente empiezan a diferenciar aquellas “características masculinas” que los distinguen y reconoce ante otros individuos, puesto que como menciona Menjivar (2010) “a grandes rasgos, la identidad masculina encuentra su origen en los procesos de socialización e interiorización de las nociones de género, las cuales se fundamentan en la producción simbólica a partir de las diferencias (...)” (p.38).

Las identidades masculinas cambian constantemente y surgen otras formas de ser retratado, sin embargo, aún permanece una forma tradicional en la que los hombres se reconocen y reconocen a otros. Mauricio Menjivar (2010) plantea que “(...) la construcción de la identidad masculina surge de un doble proceso: la identificación con un modelo masculino y el repudio o la diferenciación de la feminidad (...)” (p. 27).

De manera que, en los procesos de construcción de la identidad masculina, perdura la socialización de género donde se transmiten principalmente a los varones las ideas que muestran la diferenciación simbólica para cumplir con las tareas de éxito de un “hombre total” en la sociedad (Menjivar 2010), para evitar la posición que ha ocupado lo femenino en diferentes espacios públicos y privados.

De modo que dentro del proceso de construcción de la identidad el hombre se entiende como masculino; porque no es mujer, ni adulto mayor, niña o niño u otro sector poblacional, por lo que es un proceso que se construye a lo largo de la vida para diferenciarse como “masculino” frente a otras personas (Briceño y Chacón, 2001), asimismo, este varía según las condiciones y entorno en el que se desenvuelve el individuo.

3.10. Metrosexual

Una vez comprendidas las identidades masculinas, es necesario mencionar aquellas como la metrosexual, donde los comportamientos, mandatos y roles de los hombres se orientan hacia otros significados, manifestando diferentes nociones de masculinidad en la sociedad. Este concepto fue creado por Mark Simpson (citado por Rey 2006) quien menciona:

El típico metrosexual es un hombre joven, con dinero, que vive en una gran ciudad o cerca de ella, porque es allí donde están las mejores tiendas, clubs, gimnasios y las mejores peluquerías. Puede ser gay declarado, heterosexual o bisexual, pero esto no importa, porque ha elegido su propio cuerpo como objeto de amor y el placer como su preferencia sexual. Son profesionales, independientes, como modelos, artistas de los medios o de la música y últimamente también deportistas. (p.20).

A partir de esto se puede manifestar que un metrosexual es un hombre que realiza diversas actividades que difieren de la masculinidad hegemónica. Para Valcuende y Blanco (2015) estas características enmarcan un “nuevo modelo de masculinidad, en el que se nos muestra a un hombre más dulce y sensible, preocupado por el cuidado de su cuerpo y por el mantenimiento de ciertas formas sociales” (p.14).

De tal forma que este modelo de hombre muestra otro significado que se le puede otorgar a la masculinidad, haciendo rupturas con esquemas tradicionales, pues de acuerdo con Díaz (2006) el cuidado del cuerpo e indumentaria del metrosexual muestran las referencias visuales de una imagen gay, dado que expone características femeninas que generan tal valoración.

En este sentido el metrosexual presenta en la cotidianidad signos que de acuerdo con López (2005) adquieren rasgos de comportamiento, físicos y de indumentaria designados al género femenino como muestra de querer ser deseado, asimismo se preocupa por seguir las pautas de la moda mediante lo que se ofrece en el mercado como el cuidado de su cuerpo e imagen, de manera que se plantea como una nueva referencia masculina.

Por lo que la conceptualización de metrosexual permitió a la investigación identificar algunas de sus referencias en las representaciones sociales que describieron los hombres jóvenes participantes, así como para hacer mención de varones cuyas características de comportamiento y físico se asocian a este “modelo de masculinidad”.

CAPITULO IV

4.1.Estrategia Metodológica

En este apartado se expone la estrategia metodológica que permitió realizar una aproximación a la problemática de estudio, vinculando la teoría y la realidad. En un primer momento se detalla el tipo, luego el enfoque, perspectiva metodológica, posteriormente la delimitación estacional-temporal, población de estudio, las fuentes de información, instrumentos utilizados en este trabajo, procedimiento y análisis de la información y finalmente consideraciones éticas.

4.2. Tipo de investigación

En esta investigación se utilizó un tipo de investigación comprensiva, cuyo “interés es identificar la naturaleza profunda de las realidades intersubjetivas, [su] sistema de relaciones y su estructura dinámica, que emerge de su interacción con el punto de vista de las personas (...)” (Villalobos, 2017, p.240), de tal manera que se acercó a los símbolos y sentidos cotidianos de las personas; dado que estos orientan la perspectiva teórica y metodológica de este trabajo.

La pertinencia de este tipo de investigación consistió en analizar la realidad desde el sentido de las propias personas, es decir, desde sus discursos, experiencias, prácticas y sentimientos cotidianos, los cuales son elementos constitutivos de la interacción humana (Alvira, 1983), lo cual permitió comprender el comportamiento de las personas por medio de los significados otorgados a objetos, situación o individuos.

Este tipo de investigación se centró en el significado subjetivo, por tanto, es importante entender los hechos históricos y fenómenos sociales desde la concepción de las personas (De la Porta y Keating, 2013), debido a que esto contribuye en la interpretación de la realidad inmersa en sus vidas. De tal forma que esto posibilitó ahondar en el tema de las representaciones sociales

sobre el metrosexual, pues permite aproximarse al objeto de estudio desde las creencias, percepciones, significados y valores que la población de estudio construye con esta masculinidad.

4.3. Enfoque de investigación

Por su parte, el enfoque metodológico para este trabajo fue el cualitativo, dado que se busca aproximar a las creencias, experiencias, pensamientos y significados de las personas, según Alonso (1998) este enfoque se orienta al:

Clima de relaciones cotidianas a partir de la dinámica interpersonal de acciones y de comunicaciones que crean y recrean la realidad social, más como un conjunto de patrones intersubjetivos y narrativos, esto es, como un sistema de métodos y rituales difusos que utilizan los miembros de la comunidad para construir permanentemente su mundo social diario (...) (p.50).

De manera que esta investigación se centró en las personas, sus historias, sus relaciones sociales, donde se busca comprender la realidad de forma holística a partir de los puntos de vista de los individuos y sus estructuras (Villalobos, 2017), por lo cual se suscita analizar los fenómenos sociales desde la subjetividad de las personas. Para Lerma (2016) en este enfoque “interesa lo que la gente dice, piensa, siente o hace; sus patrones culturales; el proceso y significado de sus relaciones interpersonales y con el medio. Su función puede ser describir o generar teorías a partir de los datos obtenidos” (p.15).

Para este trabajo el enfoque cualitativo abrió la posibilidad de reconocer a través del intercambio de subjetividades, las nociones de la masculinidad hegemónica, las representaciones sociales sobre el metrosexual y significados de las masculinidades que construye la población de estudio, es decir, como se conciben tales elementos a partir de las experiencias, sentidos e interpretaciones que hacen las personas de la realidad social. En este sentido, esta investigación

“se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.364).

A partir de esto, se permitió conocer las luchas, sentimientos y significados cotidianos de individuos con el entorno, lo cual reconoce y entiende la realidad de las personas, partiendo de sus experiencias situadas en su espacio y tiempo, de manera tal que es posible tener acceso a la esfera personal y relacionarla con la social.

4.4. Perspectiva metodológica

La perspectiva metodológica utilizada fue la fenomenológica, según Villalobos (2017) “(...) ofrece la posibilidad de adentrarse en la naturaleza situacional de la experiencia humana y dar un aporte a las ciencias sociales al obtener un conocimiento pertinente sobre lo particular y único de las situaciones sociales vividas por cada individuo” (p.338), de tal manera que permite interpretar los significados y signos inmersos en el “mundo de la vida cotidiana”.

Esta perspectiva metodológica se centró en la constitución de realidad desde las experiencias, intersubjetividades y vivencias de las personas, en este sentido según menciona Vergara (2014):

Toda persona es un actor social que influye en el mundo que lo rodea, el “mundo de la vida”.

La característica esencial de cada actor social es que actúa a partir de la subjetividad, es decir, a partir de su conciencia, la que es definida como la capacidad de pensar o hacer algo (p.19).

En función de lo expuesto, para esta investigación el abordaje fenomenológico permitió comprender que las representaciones sociales pueden ser descritas a partir de las interpretaciones que los actores hacen dentro del mundo de la vida cotidiana. Este abordaje según Taylor y Bogdan

(1992) contribuye a “(...) entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor. Examina el modo en que experimenta el mundo. La realidad que importa en lo que las personas perciben como importante” (p.16), por lo tanto, esto permitió explicar y entender la realidad desde la subjetividad de los actores sociales. Asimismo, con esta perspectiva metodológica se contribuyó a reforzar el abordaje teórico-conceptual seleccionado, dado que estos aportan al análisis de la realidad que se construye desde los individuos.

De esta forma la perspectiva metodológica fenomenológica permitió aproximarse a las experiencias y significaciones que tienen los hombres jóvenes de 18 a 25 años que habitan en la comunidad del Achote con relación a las representaciones sociales sobre el metrosexual, es decir, desde sus subjetividades, las cuales se comparten con otras personas, constituyendo a la construcción de la realidad.

4.5.Delimitación Espacial

Para este trabajo la delimitación espacial se realizó en una comunidad del cantón de Grecia, específicamente en el Achote, perteneciente al distrito de San Isidro, que, si bien está conformado por varios poblados, se selecciona esta fragmentación debido a que es una zona con escasas investigaciones referentes al tema de masculinidad, como se constató en el estado de la cuestión y por un primer acercamiento empírico que se tuvo con la población.

Asimismo, se seleccionó esta comunidad debido a la cercanía e interés de la persona investigadora de realizarlo en dicho lugar, tomando en cuenta la reflexión que plantea Connell (2003) respecto a que en un mismo contexto se presentan masculinidades y formas de significadas, debido a las múltiples realidades inmersas en la vida de las personas, por tanto, en este trabajo fue importante conocer variedad de connotaciones de los participantes en cuanto al metrosexual y el “ser hombre”, en el Achote.

Con respecto al contexto del Achiote, se tomó el Índice de Desarrollo Social para aproximarse al escenario de la zona, con este indicador de acuerdo con el MIDEPLAN (2018) se analiza la calidad de vida de la población, a través de la disminución de brechas en las dimensiones de vida cultural, económica, política y social que presentan en los distintos grupos sociales y áreas geográficas en la satisfacción de necesidades. Como se ha mencionado la comunidad del Achiote pertenece al distrito de San Isidro del Cantón de Grecia, por el cual su IDS se muestra a continuación:

Tabla 1: Índice de Desarrollo Social en los Distritos del Cantón de Grecia 2017

Distrito	IDS	Clasificación
Grecia	76.65	Medio
San Roque	74.95	Medio
San José	73.05	Medio
Tacares	71.07	Medio
San Isidro	70.90	Medio
Puente Piedra	68.91	Medio
Bolívar	68.34	Medio

Fuente: Elaboración propia con base en datos del MIDEPLAN, 2018.

Por medio de este indicador se muestra que la comunidad de Achiote se encuentra en lugar con clasificación de IDS medio. Para el cantón de Grecia, sus distritos presentan diferentes valores, por lo tanto, la realidad de una zona a otra puede cambiar, dado que por la medición del desarrollo social se pueden presentar escenarios donde hay mayores o menores desigualdades, luchas

cotidianas y acceso a servicios, entre otros elementos que mide este índice para comprender el contexto comunitario¹.

Por otra parte, con la finalidad de conocer la población que vive en el Achioté, se recurre a la base de datos que utiliza la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS) para el año 2019; dado que al momento de realizar la investigación fue la fuente que cuenta con información más actualizada y específica de una comunidad en comparación con otras entidades que no cuentan con datos muy detallados. De tal manera se organiza la población en grupos por edad bajo los rangos de 0-12 (niño o niña), 13-17 (adolescente), 18-35 (Joven), 36-64 (adultos/as) y 65 o más (persona mayor), la formulación de estos grados de edad se toma desde las normativas costarricense, como el Código de la Niñez y Adolescencia, Ley Integral de la Persona Adulta Mayor y Ley General de la Persona Joven.

De modo que en la comunidad del Achioté según la CCSS (2019) hay un total de 1072 habitantes donde la población se distribuye como se muestra a continuación: 70 (niños), 89 (niñas), 41 (hombres adolescentes), 37 (mujeres adolescentes), 179 (hombres jóvenes), 166 (mujeres jóvenes), 191 (hombres adultos), 202 (mujeres adultas), 51 (hombres mayores), 46 (mujeres mayores) respectivamente.

4.6.Delimitación temporal

Con respecto al tiempo de realización del trabajo de campo, este se desarrolló en el segundo semestre del año 2020 y el primero del 2021, en el que se analizaron las representaciones sociales sobre el metrosexual de jóvenes de 18 a 35 de la zona.

¹ Ver fotografías de la comunidad en anexo 3.

4.7.Población de Estudio

Para efectos de esta investigación, se trabajó con hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan la comunidad del Achiote de Grecia, se utilizó la categoría “joven” para diferenciar este grupo con el resto de la población masculina (niños, adolescentes, adultos, personas mayores).

A pesar de que en Costa Rica según la Ley General de la Persona Joven (2002) se considera población joven a las personas que se encuentran entre 12 a 35 años, en este caso se realizó la investigación con hombres de 18 a 35 años, debido a que para efectos de esta investigación el acercamiento que se interesa tener con la realidad social es desde personas jóvenes con esos rangos de edad, con la finalidad de analizar sus conocimientos, experiencias y opiniones respecto al tema del metrosexual.

El interés en esta población de hombres jóvenes es debido al escaso conocimiento existente sobre el tema de las representaciones sociales sobre el metrosexual, asimismo en este sector de acuerdo con Trucco y Ullmann (2015) se viven diferentes problemáticas de vida, luchas, intereses, necesidades que en la actualidad se han encontrado excluidos de los procesos económicos, políticos y sociales.

Se realizó un acercamiento con dos personas investigadoras sobre masculinidades, así como con la coordinadora de gestión social de la Municipalidad de Grecia; ya que, a través sus conocimientos y experiencias en sus ámbitos de trabajo se comprendieron de forma más integral las categorías de análisis de esta investigación.

4.7.1. Criterios de exclusión e inclusión

A partir de lo expuesto por cuestiones de acceso con los jóvenes participantes, los criterios de inclusión conciernen: en primera instancia que sean hombres (sexo), de 18 a 35 años (edad) y que habiten en la comunidad del Achiote (lugar de residencia). En cuanto a los criterios de

exclusión, estos refieren a: menores de edad, mujeres, así como cualquier otro grupo poblacional que no sea el indicado anteriormente, personas que no habiten dentro de la comunidad seleccionada.

4.8.Fuentes de información

Para esta investigación las fuentes de información se van a dividir en dos niveles, primarias y secundarias, ambas cumplen un papel trascendental para el desarrollo de este estudio, producto de los aportes que estas brindan en la comprensión del tema-problema por estudiar. A continuación, se explica cada una de ellas.

Con respecto a las fuentes de información primarias, por un lado, se considera a los hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achote, por medio de sus narrativas expresan sus emociones, historias, perspectivas y sentimientos con relación a la temática, de ahí que estas personas brindan contenido importante con respecto al acercamiento de las representaciones sociales que se interesa en esta investigación.

Por otro lado, como complemento se consideran a dos personas investigadoras especializadas en el tema de las masculinidades, quienes, a través de sus narrativas, expresen los principales desafíos y el contexto que afrontan las nuevas identidades masculinas en el país, asimismo se pretende consultar al funcionario(a) encargado(a) de la oficina de gestión social de la Municipalidad de Grecia, para conocer las acciones en materia de masculinidades que se han tomado desde esta instancia.

En cuanto a las fuentes de información secundarias, estas corresponden al material bibliográfico como artículos, informes, libros entre otros, con los cuales se pueda comprender la información recolectada y explicar la realidad inmersa a las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años en la comunidad del Achote.

4.9. Proceso de identificación de informantes.

En esta investigación se utilizó la selección de informantes en cadena o redes, también llamado “bola de nieve”, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “se identifican participantes claves y se agregan a la muestra, se les preguntan si conocen a otras personas que pueden proporcionar datos más amplios y una vez obtenidos sus datos los incluimos también” (p.568), de tal manera que esta estrategia permitió contactar a otros hombres jóvenes que habiten en la comunidad y cumplan con las características establecidas para la investigación.

Para lograr la bola de nieve fue necesario identificar actores sociales de la comunidad del Achote, es decir, miembros de comités comunales y personas que habitan la zona, para esto se rastreó vía telefónica el número de distintas instituciones, negocios o vecinos de la comunidad. Al momento de establecer contacto con un habitante, se le comentó en qué consistía este trabajo y la población seleccionada, posteriormente se enlistaron posibles nombres, correos, teléfonos, horarios, así como ubicaciones residenciales de los jóvenes.

Una vez identificados hombres de 18 a 35 años, se procedió a contactarlos por medio de mensajes vía WhatsApp, donde se detalló el tema, carrera, técnica, universidad, consideraciones éticas, así como coordinación de horarios, luego de eso algunos jóvenes aceptaron participar, se planificó el día y la hora para desarrollar las técnicas vía conferencia virtual a través de la plataforma Google Meet, el investigador envió el link a los correos electrónicos registrados, al finalizar fue posible consultar acerca de otros individuos que podrían participar.

Asimismo, se tomó en consideración la saturación de información, pues al consultar con 8 personas, se determinó que dicha cantidad fue necesaria para participar en la investigación, debido a que el punto de saturación según Dobles (2018) “(...) se presenta cuando, al seguir sumando información proveniente de más casos o sujetos, los elementos presentes se vuelven reiterativos

sin que se produzcan elementos novedosos” (p.28), por lo tanto, este lineamiento permitió comprender la realidad que viven los hombres de la comunidad del Achiote y encontrar el “punto o sensación” que se empieza a repetir las narraciones de las personas participantes; una vez aplicados los instrumentos.

En cuanto a la selección de personas investigadoras sobre masculinidades, se procedió a la bola de nieve a través de una lista se consideraron posibles nombres, posteriormente se comentó vía correo electrónico, el tema, universidad, carrera, técnica, consideraciones éticas, sin embargo, debido a las laboriosas agendas sobre algunos de ellos, fue necesario contemplar a las personas que estaban mayormente disponibles. El perfil de estos consultados, remite a profesionales cuyos intereses de trabajo se relacionen con diversas actividades, estudios, publicaciones respecto a la materia en cuestión.

Al momento de coordinar el día y hora con las personas investigadoras, se mencionó que la técnica iba a ser vía conferencia digital, por medio de la plataforma Google Meet, donde el investigador envía el link al correo electrónico, luego de la realización del ejercicio se procedió a consultarle acerca de otras personas que podrían contribuir al desarrollo de esta investigación.

Finalmente se logró contactar a la oficina de gestión social municipal vía telefónica, en dicha comunicación fue necesario explicarle a la funcionaria, el tema, universidad, carrera, consideraciones éticas y técnica, posteriormente se coordina un espacio para realizar el ejercicio a través de una llamada telefónica de parte de la trabajadora hacia el investigador.

4.10. Técnicas e instrumentos para la investigación

Seguidamente, se presentarán las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la recolección de la información, con sus diferentes etapas en el periodo de estudio.

Para este trabajo se empleó la técnica de entrevista semiestructurada, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) esta es “(...) una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener información sobre los temas deseados (es decir, no todas las preguntas están predeterminadas)” (p.418). Este tipo de entrevista se puede entender como una conversación entre dos personas, la cual es dirigida por el entrevistador que pone atención en el entrevistado sin interponer respuestas, con la finalidad de comprender las experiencias y perspectivas de los informantes en relación con el tema, de manera que en esta investigación se construyeron 3 instrumentos de esta índole.

Primeramente, se realizó un ejemplar para los hombres jóvenes de 18 a 35 años, donde se diseñó una guía de preguntas en las que abordarán las creencias, experiencias, pensamientos o percepciones que se tienen de los hombres metrosexuales, así como de la masculinidad hegemónica e identidad masculina, las cuales son dimensiones centrales en esta investigación. El tiempo de duración de cada entrevista giró alrededor de 45 a 50 min.

En un segundo momento se empleó otra entrevista semiestructurada a una persona investigadora especialista en el tema de las masculinidades, donde se realizó una guía de preguntas en las que se ahondará sobre los desafíos y el contexto de las nuevas identidades masculinas en el país. La aplicación de la técnica duró alrededor de 45 min aproximadamente.

Finalmente, en un tercer momento se desarrolló una entrevista semiestructurada a la funcionaria de la oficina de gestión social de la Municipalidad de Grecia, donde se le consultó por

medio de una guía de preguntas qué acciones, políticas o proyecto se ha realizado desde esa instancia referente a las masculinidades. La aplicación de la técnica duró alrededor de 40 min.

De forma adicional, se contempló con un diario de campo, en el cual se hace una narración de las experiencias vividas por el investigador, donde por medio de notas realizadas en una libreta se escriben información y datos relevantes que se obtuvieron en el trabajo de campo (Martínez, 2011), por lo tanto, esta es una herramienta que permitió anotar información al momento de realizar la entrevista. A través del diario de campo el investigador pudo identificar qué aspectos puede mejorar en las próximas “convocatorias” de este estudio y así poder señalar los sucesos trascendentales durante el “trabajo de campo”.

Se mostrará a la población de estudio, un informe en formato virtual e impreso, con los principales resultados obtenidos en la investigación, cuya difusión también será difundida con la colaboración de la Municipalidad y otras organizaciones que trabajen el tema de masculinidades hacia la sociedad en general.

4.11. Procedimiento y análisis de la información

Para hacer análisis y síntesis de la información obtenida en el trabajo de campo, en esta investigación se siguieron una serie de pasos que se detallan a continuación:

1. Identificación del objeto de estudio de la investigación: Las representaciones sociales sobre el metrosexual.
2. Transcripción de entrevistas: una vez realizado el trabajo de campo con todos los participantes (identificados por un pseudonimo), se redactaron sus narrativas en un solo documento con las preguntas planteadas.

3. Identificación de las unidades de análisis: se utilizaron como unidades de análisis, algunos fragmentos de las respuestas, las cuales se agrupan según la similitud que tengan y se les brinda una denominación.
4. Organización de la información: se sintetizó la información en el denominado “cuadro resumen de resultados”, en el cual se plasmaron las unidades de análisis según la categoría análisis perteneciente.
5. Desarrollo de las categorías de análisis: se analizó y desarrolló la información de acuerdo al orden de los objetivos específicos.

4.12. Consideraciones éticas

Debido a que en esta investigación participaron seres humanos, fue necesario considerar los aspectos éticos señalados en la Ley N° 9234 (Ley Reguladora de Investigación Biomédica); donde se mantuvieron los principios de autonomía, beneficencia, no maleficencia y justicia. Por esto se diseñó un consentimiento informado² para a la población de estudio, en el que se detalla los diferentes aspectos éticos de este trabajo.

Vale mencionar que no se reveló la identificación de los hombres jóvenes participantes, dado que no se pretende afectar la confidencialidad, imagen, integridad y seriedad de la población de estudio, por lo tanto, en la investigación se emplearán pseudónimos (escogido por los mismos participantes) para hacer referencia a la información recolectada.

² Ver en anexo 1.

4.13. Cuadro de operacionalización de objetivos

Objetivo General: Analizar las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021								
Objetivos Específicos	Categoría	Definición	Dimensiones	Definición	Sentidos	Técnica	Instrumento	Fuentes de información
1. Describir las representaciones sociales que han construido sobre el metrosexual, los hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia.	Representaciones sociales sobre el metrosexual	Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver [...] (Jodelet, 1984 p. 472)	1.1. Objetivación	“(…) La transformación de conceptos abstractos extraños en experiencias o materializaciones concretas. Por medio de él lo invisible se convierte en perceptible” (Araya, 2002, p. 35).	1.1.1. Narrativas de la población de estudio sobre características físicas de un metrosexual 1.1.2. Medios por los cuales la población de estudio ha escuchado el concepto metrosexual	Entrevista semiestructurada Diario de Campo	Guía de preguntas	1.Hombres jóvenes de 18 a 35 años
								2.Persona investigadora en temas de las masculinidades
			1.2. Anclaje	Es el proceso donde el objeto extraño se incorpora en significados que llegan a categorizar las imágenes o ideas compartidas (Araya, 2002)	1.2.1. Narrativas sobre el estilo de vida de un metrosexual 1.2.2 Narrativas sobre cómo se identifica un metrosexual	Entrevista semiestructurada Diario de Campo	Guía de preguntas	1.Hombres jóvenes de 18 a 35 años
								2. Persona investigadora en temas de las masculinidades

			1.3. Núcleo Central	El elemento que posee una función generadora, es decir, crea y cambia la representación, así como una función organizadora donde se unifica y estabiliza la misma (Abric, 2001).	1.3.3. Construcción de las representaciones sociales sobre el metrosexual	Entrevista semiestructurada Diario de Campo	Guía de preguntas	1. Hombres jóvenes de 18 a 35 años 2. Persona investigadora en temas de las masculinidades
			1.4. Núcleo periférico	Los componentes como creencias, estereotipos y nociones que pueden estar alejados o próximos al núcleo central, es decir, donde las personas establecen sus conocimientos, interpretaciones y juicios relacionados al objeto de representación (Abric, 2001)	1.4.1. Creencias sobre actividades que realiza en la vida diaria un metrosexual 1.4.2. Creencias sobre el surgimiento del hombre metrosexual	Entrevista semiestructurada Diario de Campo	Guía de preguntas	1. Hombres jóvenes de 18 a 35 años 2. Persona investigadora en temas de las masculinidades
2. Identificar las nociones que tienen de la masculinidad	Masculinidad Hegemónica	La configuración masculina que posee mandatos, roles y símbolos	2.1. Mandatos de la masculinidad hegemónica	“Pautas culturales generalmente aceptadas y que tienden a orientar	2.1.1. Ideas sobre el papel que juega el	Entrevista semiestructurada	Guía de preguntas	1. Hombres jóvenes de 18 a 35 años

<p>hegemónica, los hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia</p>		<p>de dominio y control, la cual se les socializa a los hombres para legitimar el poder del patriarcado, subordinando a otros grupos sociales como mujeres, niños, entre otros. (Huberman y Tufro, 2012)</p>		<p>las concepciones de mundo y la forma en que las personas actúan” (Menjivar, 2002, p. 106).</p>	<p>hombre en la sociedad 2.1.2. Narrativas que describen la apariencia de un “hombre de verdad” 2.1.3 Ideas que describen la no feminidad de un “hombre de verdad”. 2.1. 4. Narrativas sobre actividades cotidianas que hace un “hombre de verdad”</p>	<p>Diario de Campo</p>		<p>2. Funcionaria municipal de gestión social</p>
<p>3. Contrastar el significado otorgado a las masculinidades por los jóvenes del Achiote frente a las representaciones</p>	<p>Masculinidades</p>	<p>Faur (2004) (...) Una construcción cultural que se reproduce socialmente y, por ello, no puede definirse fuera del contexto social,</p>	<p>Diversas masculinidades</p>	<p>Esta se construye “(...) a través de los procesos de socialización, y da como resultado una serie de masculinidades diversas, estas</p>	<p>Diferencias identificadas en los planteamientos sobre masculinidades de la población de estudio</p>	<p>Entrevista semiestructurada Diario de Campo</p>	<p>Guía de preguntas</p>	<p>1.Hombres jóvenes de 18 a 35 años 2. Persona investigadora en temas de las masculinidades</p>

sociales sobre el metrosexual.		económico e histórico. Esa construcción se desarrolla a lo largo de toda la vida, con la intervención de distintas instituciones (la familia, la escuela, el Estado, la religión, los medios de comunicación, etc.) que moldean modos de habitar el cuerpo, de sentir, de pensar y de actuar el género (p.54).		resultan, según lugar de trabajo o condición socioeconómica, entre otros factores que pueden ser determinantes en los procesos de socialización masculina” (Chaves, 2012, p.8)	Similitudes identificadas en los planteamientos sobre masculinidades de la población de estudio			
--------------------------------	--	--	--	--	---	--	--	--

Fuente: Elaboración propia 2020.

CAPÍTULO V

5. Análisis de resultados

En este capítulo se presenta el análisis de la información obtenida a través de las técnicas realizadas en el trabajo de campo y así comprender la realidad que se vive en la comunidad del Achioté respecto a las representaciones sociales sobre el metrosexual. Para esto se consideraron los referentes teóricos, metodológicos y empíricos mencionados en secciones anteriores.

El apartado se organizó según los objetivos específicos, estos responden a las principales categorías de la investigación: masculinidad hegemónica, representaciones sociales y masculinidades, cuya finalidad es comprender el objeto de estudio y responder los planteamientos iniciales del trabajo. Antes de esto, es necesario conocer las características de la población en la que se enmarcó esta investigación.

5.1. Características de la población de estudio

Al momento de contactar a los participantes de este estudio, se logró identificar que poseen diferentes características en cuanto a su información personal, lo cual se evidencia en la diversidad de narrativas y puntos de vista respecto a las temáticas abordadas. En función de lo anterior, se entrevistó a ocho hombres que en su mayoría son solteros y solo uno separado, cuyas ocupaciones principales son distintas, mostrando la variabilidad de los jóvenes que habitan en la comunidad. Dichas particularidades se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 2: Características de los jóvenes participantes de la investigación

Número de entrevista	Pseudonimo	Años cumplidos	Estado Civil	Último año en educación formal	Ocupación Principal
1	“Esteban”	32	Soltero	Secundaria Completa (Bachillerato)	Bodeguero
2	“Alonso”	25	Soltero	Bachillerato Universitario	Asesor de despacho
3	“Juan”	20	Soltero	Secundaria Completa (Bachillerato)	Estudiante
4	“Carlos”	26	Soltero	Decimo de Secundaria	Panadero
5	“Luis”	25	Soltero	Secundaria Completa (Bachillerato)	Estudiante
6	“Andrey”	28	Separado	Primaria Completa	Desempleado
7	“Pedro”	21	Soltero	Técnico Superior Universitario	Bodeguero
8	“Andrés”	28	Soltero	Secundaria Completa (Bachillerato)	Analista de datos

Fuente: Elaboración propia.

A partir de estas particularidades de la población de estudio se desarrolla el análisis de las categorías que conforman el objeto de estudio de esta investigación, masculinidad hegemónica, representaciones sociales y masculinidades , por lo que se inicia primeramente con:

5.2. Nociones que tienen de la masculinidad hegemónica, los hombres jóvenes que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia³

En el mundo de la vida cotidiana se ha construido un “ideal masculino” denominado masculinidad hegemónica, el cual legitima los principios de poder de la estructura patriarcal, este no solo se constituye sobre la organización social, sino también dentro las formas de actuar y pensar de los hombres en las relaciones intersubjetivas.

Se espera que los varones realicen mandatos relacionados a esta masculinidad, con la finalidad de demostrar la imagen de “hombre de verdad” en las interacciones, manteniendo la

³ A partir de este apartado se presentan las unidades de análisis obtenidas de las entrevistas.

supremacía y privilegios de estos sobre grupos poblacionales como mujeres, menores de edad, personas mayores, así como hacia otros hombres que no cumplan con sus parámetros.

En este apartado se presenta las nociones de la masculinidad hegemónica que manifestaron las personas participantes. Se logra encontrar cuatro grandes particularidades relacionadas con el dominio, rudeza, no feminidad y fuerza de los hombres en la sociedad, las cuales se presentan a continuación:

5.2.1. Noción de hombre dominador

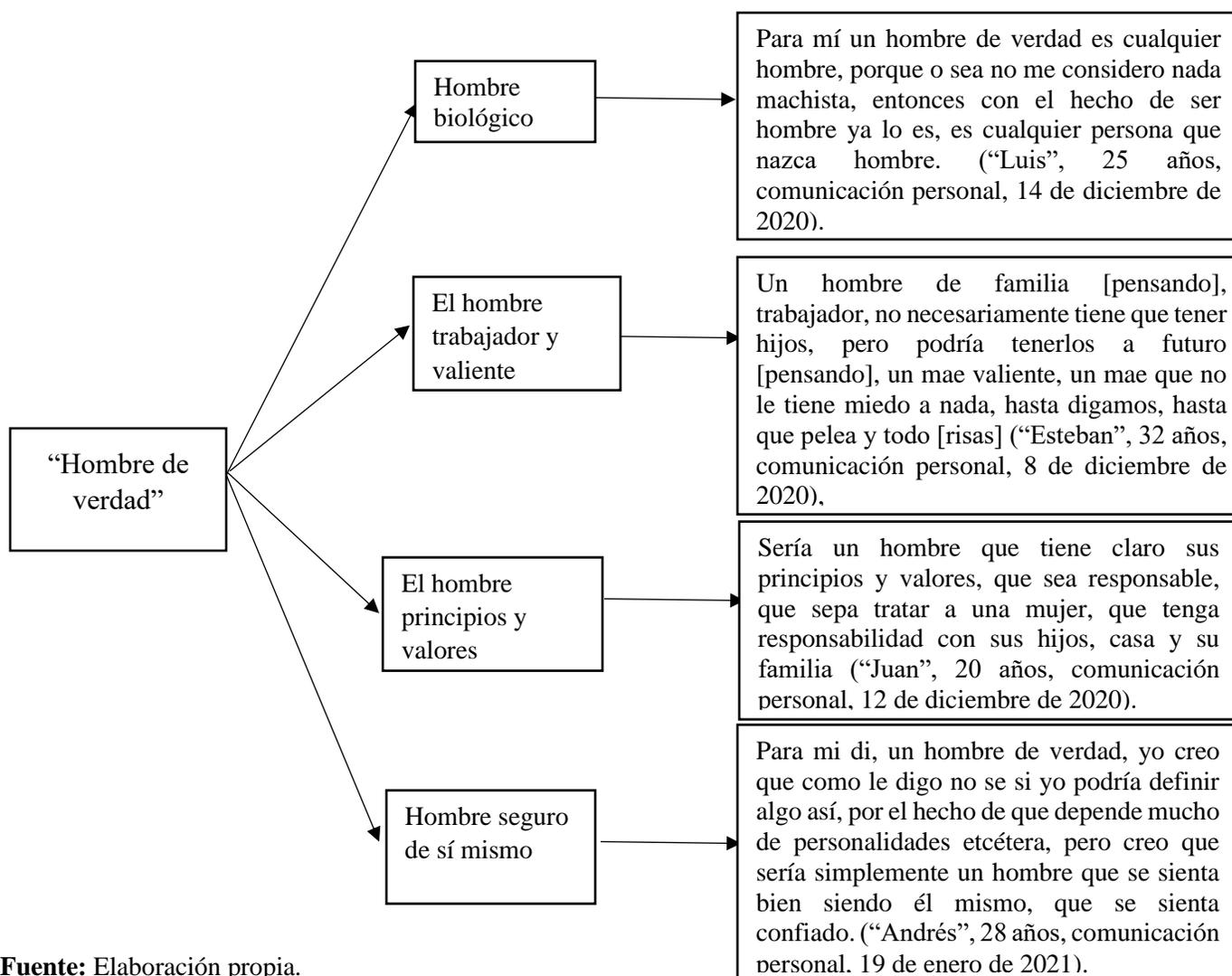
La masculinidad hegemónica presupone que los hombres dominen en la sociedad, esto no solo enmarcado en las estructuras sociales, sino también en las relaciones con las demás personas, con otros varones, consigo mismo y el entorno, pues su finalidad es garantizar la legitimidad del patriarcado. Para esta visión de mundo androcéntrica lo masculino tiene que controlar todas las esferas de la realidad, según Briceño y Chacón (2001) “esto está sustentado en el orden social patriarcal que establece que el hombre es el que manda, el que decide, el que vigila, el responsable, el que controla, el que protege, el que domina” (p.19).

En función de lo planteado, se ha establecido el modelo que supone la masculinidad hegemónica como la figura que toda persona debería seguir, especialmente los varones, quienes se espera dominen sobre todas las actividades, hábitos, espacios, pensamientos, relaciones intersubjetivas, entre otros, para ser reconocidos en la sociedad como “hombres de verdad”.

Esta última denominación se ha utilizado para caracterizar a los hombres que cumplen con mandatos del modelo hegemónico, el cual debe ocupar autoridad. Por tanto, se les consulta a los entrevistados sobre qué es lo consideran un “hombre de verdad”, recordando que en sus relaciones

intersubjetivas se comparten distintas interpretaciones sobre eso, según las experiencias y realidades que han vivido, las ideas sobre el tema se presentan seguidamente en la figura. 1:

Figura 1: Ideas sobre que es un hombre de verdad para los entrevistados



Fuente: Elaboración propia.

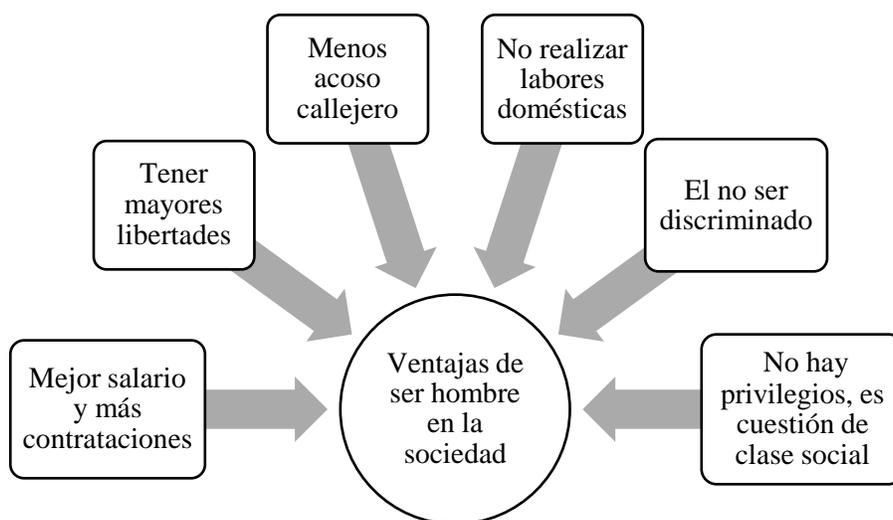
A partir de lo anterior, es necesario recalcar que la dominación de los hombres tiene que evidenciarse en sus acciones con las demás personas, dejando entrever sus funciones dentro del mundo de la vida cotidiana, por ende, para los jóvenes entrevistados un "hombre de verdad" significa desarrollar mandatos de cómo ser con ciertas características biológicas, proveedores del

hogar, protectores y con seguridad, lo cual muestra rasgos de la masculinidad hegemónica que ordena a los varones desempeñar el papel preponderante en las relaciones de género.

De igual manera, la masculinidad hegemónica al ocupar una posición dominante en las relaciones de géneros, les da ventaja a los hombres en distintos ámbitos del mundo de la vida cotidiana, dado que esta se ha establecido para “favorecer” a todo lo relacionado con lo masculino y subordinar a lo femenino.

Los varones, por su condición de género, experimentan preeminencias, las cuales muestran el papel que se les ha otorgado socialmente, por lo que en la figura 2 se reflejan las principales ventajas sobre ser hombre que consideran los entrevistados.

Figura 2: Ventajas que considera la población de estudio sobre ser hombre en la sociedad



Fuente: Elaboración propia.

Para los jóvenes entrevistados, las ventajas de ser hombre en la sociedad se desarrollan tanto en la esfera pública como privada. Teniendo en cuenta a Bourdieu (2000), esta situación ocurre

debido a que la dominación masculina se reafirma en la asignación de actividades, espacios y división sexual del trabajo para cada sexo. Prueba de ello, es lo que en primera instancia mencionó (“Carlos”, 26 años, comunicación personal, 13 de diciembre del 2020) “los hombres no hacen labores domésticas, que los hombres solo tienen que trabajar, no tienen que cuidar a los niños y todo eso”.

La división sexual del trabajo justifica que los hombres no realicen acciones en el hogar, debido a la asignación de roles, los cuales han establecido que este es el espacio de las mujeres, quienes se encargan de las labores domésticas, situación que legitima privilegios que han gozado los varones como el uso del tiempo en actividades cotidianas.

Asimismo, los hombres experimentan sus preeminencias al tener mayores libertades en la sociedad, pues de acuerdo con la población de estudio hay menos limitaciones en comparación con las mujeres cuando se muestran comportamientos, en la realización de actividades u otras acciones en la interacción.

Yo siento que el hecho de que a veces hay menos limitaciones a la hora de comportamiento o libertades, de cómo las cosas que usted tiene derecho o no desde que usted es pequeño, desde la escuela, en la casa en todo lado siempre están cuidando a la mujer, siempre tiene más peligro y cosas así (“Andrés”, 28 años, comunicación personal, 19 de enero del 2021).

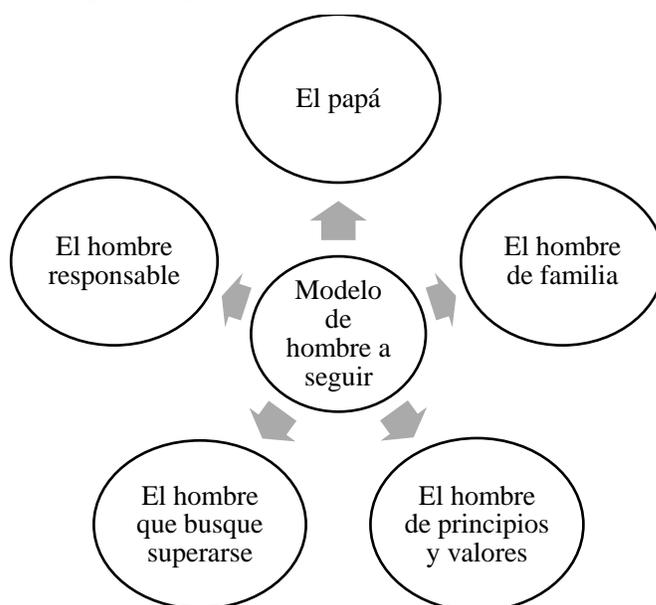
Diay la única ventaja es que un hombre puede tomar, emborracharse drogarse, o sea, un hombre puede llegar a un bar emborracharse, que cuesta mucho que un hombre u otra mujer abusen de él o lo hagan sentir incomodo o va tarde caminando, con el miedo de que me van asaltar (“Pedro”, 21 años, comunicación personal, 16 de enero del 2021).

Respecto a las situaciones manifestadas, estas responden a uno de los ejes centrales de la dominación masculina, dado que las posibilidades de realizar actividades relacionados con los mandatos como “ser tomador”, “calculador”, entre otros, que muestran las relaciones desiguales, que se establecen entre mujeres y hombres.

Asimismo, los jóvenes entrevistados mencionan que en el mundo de la vida cotidiana hay situaciones que afectan a muchas personas, pero en menor grado a los hombres, tales como el acoso callejero y no ser discriminado, lo cual evidencia los privilegios que estos tienen en la sociedad. Con respecto al primer caso se indicó que “vamos a ver hay muchas, el simple hecho de no recibir acoso callejero, se puede dar, pero es menor” (“Alonso”, 25 años, comunicación personal, 12 de diciembre del 2020) y relacionado al segundo se plantó “puede ser que se discrimina menos, en algunas cosas que realiza el hombre que para muchas personas la mujer no puede hacerlo verdad”. (“Andrey”, 28 años, comunicación personal, 6 de enero del 2021).

Por otra parte, la sociedad espera que los hombres desarrollen ciertos mandatos que presuponen el “modelo masculino” a seguir, este se ha constituido por instituciones socializadoras como la familia, la escuela, el estado, iglesia, entre otros, las cuales transmiten conocimientos sobre “(...) imágenes, signos y símbolos masculinos sobre el “deber ser” de los hombres [los cuales] se centra[n] cada vez más en el hombre fuerte, capaz, exitoso y con posesiones materiales” (Briceño y Chacón, 2001, p.12), por lo tanto, se espera que los varones muestren el papel dominante en las en las relaciones intersubjetivas, de manera que en la figura 3 se evidencian los “modelos de hombres” a seguir que expresaron los jóvenes del Achiote.

Figura 3: Modelos a seguir según los jóvenes del Achiote



Fuente: Elaboración propia

Lo planteado en esta figura muestra como el “modelo de hombre a seguir” toma importancia para algunos jóvenes, debido a que representa motivos para desarrollar ciertas acciones o pensamientos en la intersubjetividad, pues como mencionan en sus ejemplos, estos cumplen no solo un papel relevante en sus vidas cercanas, sino también socialmente.

Es importante mencionar que la masculinidad hegemónica, también considera aspectos como la apariencia ruda que los hombres tienen que mostrar en las interacciones sociales, pues este es un mandato que contribuye a legitimar la posición que ocupa en la sociedad, por tanto, a continuación, se presentan las narrativas de los jóvenes entrevistados respecto a la imagen que debe mostrar un “hombre de verdad”.

5.2.2. Noción de rudeza de un “hombre de verdad”

La masculinidad hegemónica presupone características físicas que muestren la imagen de “hombre de verdad”, esperando que los varones expongan una apariencia ruda hacia los demás grupos sociales, para Connell (2003) “el cuerpo es una superficie o un paisaje más o menos neutral

sobre el cual se imprime el simbolismo social” (p.74), de manera que determinados rasgos corporales dan sentido y significado para hacer mención a este “modelo de masculinidad”.

En esta investigación se les consultó a los jóvenes sobre las características físicas que describen a un “hombre de verdad”, por lo cual se evidencia en primera instancia que es necesario tener un físico musculoso como planteó (“Juan”, 20 años):

Tendría que ser un hombre que sea alto, corpulento, que tenga liderazgo, que tenga presencia, que cuando él hable se ponga atención, con esto quiero decir que cuando usted habla no lo hace por hablar, sino que usted ve a una persona que sabe, con el tamaño casi siempre se ve con fuerza (“Juan”, 20 años, comunicación personal, 12 de diciembre del 2020).

A partir de las características descritas, es necesario destacar que un hombre según la masculinidad hegemónica debe demostrar rudeza con su apariencia, es por lo que un elemento importante es tener un físico musculoso, pues se puede interpretar como un signo presencia y liderazgo que se tiene que en la interrelación con otras personas.

Por su parte, otras características que se mencionaron están relacionadas con rasgos “varoniles”, especialmente en aquellos que se encuentran en el rostro, pues son los elementos materiales que describen a un “hombre de verdad”:

Para que se distinga más, cabello corto, con bigote, pueden ser esas características que más describen a un hombre, dado que muestran más varonilidad, porque más que todo se ve en el hombre que tiene barba, usa el pelo corto y se distingue físicamente (“Andrey”, 28 años, comunicación personal, 6 de enero del 2021).

De la igual manera un elemento que brinde sentido a la apariencia de un “hombre de verdad” para los entrevistados es el pene, pues “para mí un hombre puede ser cualquiera, lo único que lo hace ser hombre para mi es que tenga pene, es como lo que lo define” (“Pedro”, 21 años, comunicación personal, 16 de enero del 2021).

Por otra parte, el mostrar rasgos de feminidad, es un aspecto que los hombres deben evitar, pues están relacionados con señales de fragilidad y subordinación, por ello seguidamente se muestra las narrativas que la población de estudio expresó en cuanto a este mandato de la masculinidad hegemónica.

5.2.3. Noción de no feminidad

Un mandato importante que los hombres tienen que tomar como referencia del modelo hegemónico es no ser femenino, pues dentro de los procesos de construcción de la masculinidad se aprenden a ser “hombre” en oposición de las mujeres. Para Faur (2004) dicha situación ocurre debido al “(...) aspecto negativo de la construcción de identidades masculinas: ser hombre es “no ser” mujer/niño/homosexual” (p.50), por lo que se cree no deben mostrar afecto, fragilidad, sentimientos, así como ternura, es por eso que ha existido generalmente un rechazo por parte de la población masculina en realizar actividades, comportamientos u otros elementos que estén relacionados a la mujer. En este aspecto, se les consulta a los entrevistados sobre aquellas cosas que hacen las mujeres que no debería hacer un varón, donde se expresa primeramente que un hombre no se maquilla, tal y como se expone seguidamente:

En cuanto a apariencia física a mí no me parece que un hombre vaya y se pinte las uñas, porque eso ya sería muy extraño verdad, cosas así, talvez maquillarse o usar ropa de mujer, o sea ir a una tienda de ropa de mujer (“Carlos”, 26 años, comunicación personal, 13 de diciembre del 2020).

“Puede ser maquillarse en exceso, yo no lo haría porque siento que sería mal visto por la sociedad” (“Luis”, 25 años, comunicación personal, 14 de diciembre del 2020).

Con relación a las narrativas anteriores, se resalta que la huida de la feminidad implica que los hombres no desarrollen prácticas que demuestran delicadeza, finura, entre otros elementos relacionados con las mujeres, dado que estas cualidades no se relacionan con el modelo de masculinidad hegemónica, lo cual podría provocar desaprobación y según los jóvenes entrevistados sería mal visto en la sociedad.

Otra de acción que refleja la huida de la feminidad para la población de estudio, es no usar juguetes de mujeres, pues como señaló un entrevistado, desde temprana edad se enmarcan los artefactos que hagan alusión al hombre.

Ver a un chiquito jugando con *barbies*, no sé, no es algo que uno esté particularmente acostumbrado y diay yo tuve una infancia que estuvo muy marcada, yo jugué con carritos y las mujeres con muñecas, incluso el trompo era para más los hombres y los yaxes más de mujer, ese tipo de cosas todavía yo llego a una casa y hay un chiquito al que le compraron una cocinita me va a parecer extraño (“Alonso”, 25 años, comunicación personal, 12 de diciembre del 2020).

A partir de esto, se responde a la socialización de género que se desarrolla a lo largo de la vida, en esta se enseñan conocimientos sobre las actividades, mandatos, roles, entre otros predestinados para mujeres y hombres, por tanto, según el entrevistado, un varón no debería jugar con elementos relacionados con lo femenino. Al respecto Lagarde (1996) plantea:

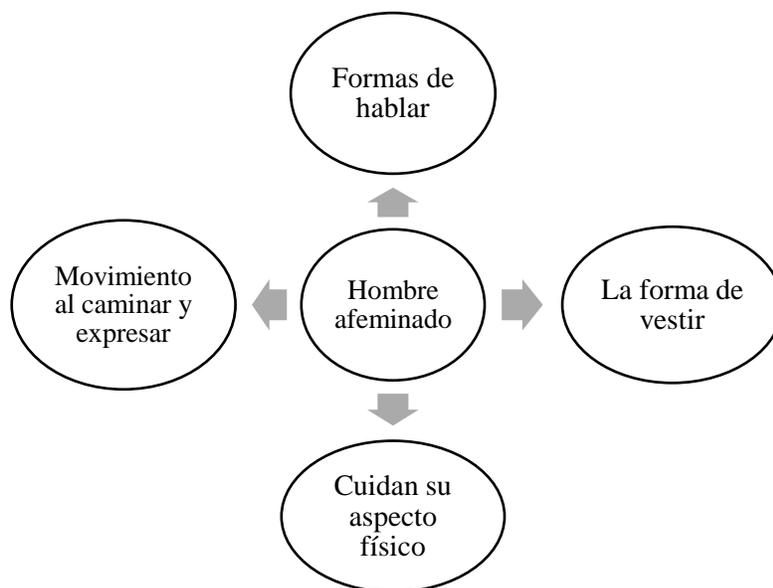
La vida cotidiana está estructurada sobre las normas de género y el desempeño de cada uno depende de su comportamiento y del manejo de esa normatividad. Si algo es indiscutible

para las personas es el significado de ser mujer o ser hombre, los contenidos de las relaciones entre mujeres y hombres y los deberes y las prohibiciones para las mujeres por ser mujeres y para los hombres por ser hombres (p.19).

De manera que, un “hombre de verdad” no debería ser femenino, pues se espera en la intersubjetividad los mandatos predispuestos y los comportamientos que se relacionen con subordinación femenina, recordando que para la masculinidad hegemónica el varón debe ocupar una posición dominante en las relaciones de género.

En contribución con las ideas anteriores, se consultó sobre sobre qué piensan los entrevistados sobre un “hombre afeminado”, con el fin de identificar nociones relacionadas al “precepto” de no ser femenino, resaltando que los hombres no deben hacer cosas de mujeres, por lo que las ideas de la población de estudio se muestran en la figura 4.

Figura 4: Ideas sobre que es un hombre afeminado



Fuente: Elaboración propia.

En primera instancia un hombre afeminado para un entrevistado es aquel que se identifica por la forma de vestir, de acuerdo con (“Pedro”, 21 años, comunicación personal, 16 de enero del

2021) “es uno que viste como mujer, que use calzón o hilo, brasear, tacones, las blusas cortas en muchos hombres, es decir, que se sientan mujeres, que sean doble cara”. Como se puede observar en el relato, hay elementos materiales que evidencia feminidad, sin embargo, no es común que un hombre las use, asimismo, aunque se le consultó sobre que es para usted u opina de un hombre afeminado, el joven relata prácticas comúnmente llamadas travestismo, evidenciando una interpretación que se hace entorno a la vestimenta y no a sus actitudes y formas de vida.

Otra forma de identificar a un hombre afeminado para los jóvenes consultados es a través de los movimientos de expresión y caminar, pues algunos de estos muestran actos, cualidades, signos y hechos que llegan a ser interpretados como femeninos, como lo expresó (“Andrés” 28 años, comunicación personal, 19 de enero de 2021) “la forma de expresarse, también como los movimientos y gestos y también como le digo muy estilizado al momento de moverse cosas así verdad”.

Aunado al movimiento de caminar y expresar, se logra encontrar que la forma de hablar es otro elemento que las personas participantes interpretan para determinar a un hombre afeminado, debido a la utilización de palabras, gestos o declaraciones que se hace en la interacción, como señaló (“Luis”, 25 años, comunicación personal, 14 de diciembre de 2020) “como que trate de actuar como mujer en el hablado, para mí eso se puede notar un poco como cuando usa expresiones como ¡ay, no!”. A partir de esto se evidencia que la huida de la feminidad es un mandato que también abarca y debe mostrarse en las conversaciones que se establecen con las demás personas, ya que se deben evitar frases asociadas a las mujeres para no experimentar algún mecanismo de control social.

Finalmente, para los jóvenes del Achiote el cuidado del aspecto físico es una particularidad que describe a un hombre afeminado y que no debería ser desarrollado en gran medida, dado que

sus comportamientos, cualidades, así como prácticas que realiza cotidianamente son muestra características asociadas a las mujeres, para “Juan” de 20 años:

Un hombre que cuide su aspecto físico, como se ve, como lo ven las demás personas, para mi es que hable más agudo de lo normal, y en lo físico que le gusta usar base, polvos que le gusta andar bien peinado, las uñas bien cortadas (“Juan”, 20 años, comunicación personal, 12 de diciembre del 2020).

De esta manera se evidencia que para la población de estudio el hombre afeminado muestra una serie de expresiones, movimientos, características físicas, entre otros elementos que se deberían de evitar, producto a que remiten a imágenes simbólicas del travestismo y no cumple con los mandatos del ideal hegemónico.

Por otra parte, el concepto de hombre dispuesto por la masculinidad hegemónica no solo implica que los hombres imaginen su posición en la sociedad, sino también lleven a la practica el mandato de fuerza en las interacciones sociales, es por lo que para los jóvenes de 18 a 35 del Achote un “varón verdadero”⁴ en diferentes actividades cotidianas que lo distinguen.

5.2.4. Noción de fuerza de un “hombre de verdad”

La masculinidad hegemónica espera que los hombres lleven a la práctica acciones relacionadas a la fuerza, dado que un “hombre de verdad” debería demostrar esta cualidad en las relaciones de género y para ser considerado como masculino. De tal forma que para los entrevistados hay diferentes actividades que permiten evidenciar esta situación, especialmente aquellas que se presentan en la figura 5.

⁴ Sinónimo de “hombre de verdad”.

Figura 5: Actividades que demuestran la fuerza de un "hombre de verdad"

Trabajo	Deporte	Cuidar a la mujer	Reunirse con los amigos
<ul style="list-style-type: none"> •El trabajo físico, porque en muchos casos el hombre tiene más resistencia que la mujer, tal vez como un trabajo de construcción más de fuerza. (“Andrey”, 28 años, comunicación personal, 6 de enero del 2021). 	<ul style="list-style-type: none"> •Uno asocia que el deporte, porque casi siempre se hace la relación con fuerza como con el hombre de verdad, entonces di creo que es di por la parte física que se me viene a la mente (“Andrés”, 28 años, comunicación personal, 19 de enero del 2021). 	<ul style="list-style-type: none"> •Yo como persona trataría de cuidar a una mujer, protegerla, no a manera de demostrar sino como aprendizaje algo así, porque el hombre tiene que cuidar más a la mujer porque es más fuerte (Luis, 25 años, comunicación personal, 14 de diciembre del 2020). 	<ul style="list-style-type: none"> • Un hombre cuando se reúne con otros amigos siempre es como yo hago esto, yo soy más acá, como que siempre digamos como que otros hombres uno compite para ver (“Esteban”, 32 años, comunicación personal, 8 de diciembre del 2020).

Fuente:Elaboración propia.

Para los jóvenes entrevistados, el mandato de ser fuerte conlleva a que los hombres desarrollen dicha cualidad en diferentes actividades o espacios; tales como el deporte, trabajo en construcción, reuniones con otros hombres, por medio de esta es posible reflejar su posición dominante en las relaciones de género, lo cual remite a que el varón debe de ser el más resistente de todos, elemento esencial para la masculinidad hegemónica.

En contraste se le consultó a la población de estudio sobre el tipo de las actividades que no podría realizar un “hombre de verdad”, pues es importante recordar que la masculinidad hegemónica restringe pensamientos o acciones que muestren delicadeza, dependencia, sensibilidad, entre otros aspectos asignados a lo femenino y no la fuerza masculina que legitima el sistema patriarcal. En virtud de esto se logra identificar que, para los jóvenes de 18 a 35 años, primeramente, un hombre no debería vestirse como mujer como se planteó a continuación “no podría ser vestir como mujer, pues está usando algo más femenino, dígamele [sic] un sostén o así

que es algo que el hombre prácticamente no utiliza verdad o talvez una enagua o tacones”. (“Andrey”, 28 años, comunicación personal, 6 de enero del 2021).

A partir de lo descrito, se evidencia como algunos elementos que remiten a la feminidad, deben ser ejemplo de rechazo producto a la desvinculación con los ideales del modelo hegemónico, el cual debe manifestar una cara que represente la posición dominante que este ha ocupado en las distintas esferas de la sociedad.

Otra actividad que se considera no debería hacer un hombre es mantener amistades con muchas mujeres, pues se le puede relacionar con grupos como homosexuales, quienes son subordinados por la masculinidad hegemónica, pues un entrevistado el hombre que realice esta actividad se suele relacionar con homosexual, al respecto se indicó:

Un hombre no debería de andar con amigas, digamos un hombre es homosexual porque el grupo de amigas lo acepta eso es algo típico, por ejemplo, yo que tengo muchas amigas me dicen mae usted es gay y yo no. (“Esteban”, 32 años, comunicación personal, 8 de diciembre del 2020).

En el mundo de la vida cotidiana de los jóvenes del Achiote, se muestran nociones relacionadas a la masculinidad hegemónica, sin embargo, es necesario conocer las acciones locales desde la Municipalidad de Grecia en materia de masculinidades, con la finalidad de comprender el abordaje que se hace a nivel institucional para mermar las desigualdades que desarrollan en el cantón con respecto al género.

Para aproximarse a la gestión local en temas de masculinidades, se contactó a la Lic. Cristina Céspedes Castro, coordinadora del área de gestión social de la Municipalidad de Grecia, psicóloga de formación y tiene 15 años trabajando en dicha entidad. Se le realizó una entrevista

semiestructurada en la que se abordaron interrogantes relacionadas a la masculinidad hegemónica, así como las acciones trabajadas sobre esta materia desde la institucionalidad local.

Visto de esta forma, se le consulta a la funcionaria municipal sobre las causas de desigualdades entre los hombres, pues es necesario recalcar el papel preponderante que ocupa la masculinidad hegemónica no solo hacia las mujeres, sino también con otros varones en las relaciones intersubjetivas puesto que legitima el poder sistémico patriarcal, al respecto manifestó:

Talvez la competencia entre ellos, el machismo hace que compitan, la parte está de infidelidades, entonces la parte esta del macho, del don juan, del que entre más mujeres tengo más hombre soy, que entre más (pensando) conquistas tenga más carga soy, entonces puede ser que por ahí se discrimine o se compita entre hombres, pero los hombres han crecido, o sea ya nacen con el marcador a favor, entonces entre ellos compiten como quien tiene el mejor carro, si se compró un Hyundai ahora yo quiero un BMW, a ese nivel, quien bebe más, quien aguanta más, quien es más rajón como decimos a lo tico, creo que a ese nivel, esto a través de lo institucional sería trabajando masculinidades, sería trabajando formación sexo-género verdad, que para mí es una de las bases más fuertes para explicar cómo se ha dado esta socialización y también trabajando con masculinidades positivas, que estas un amigo me decía que no las entiende, porque se cree que ahora los van a poner a barrer o a lavar, porque así es como lo han descrito, (Céspedes, comunicación personal, 22 de marzo del 2021).

Un mandato esencial de la masculinidad hegemónica es la competencia entre los hombres, ya que por medio de esta se puede demostrar quien tiene mayor valentía poder y reconocimiento en las relaciones intersubjetivas, produciendo desigualdades hacia otros grupos poblacionales, sin embargo, de acuerdo con Céspedes es importante trabajar estos temas a nivel institucional desde

la promoción de “ nuevas masculinidades”, las cuales hacen reflexionar la noción tradicional de hombre que se ha construido.

Para ir trabajando en el papel que han obtenido los hombres, la coordinadora de gestión social mencionó que es importante considerar 3 elementos esenciales: la teoría sexo-género, un ejercicio de reflexión sobre el poder desde los mismos hombres y hacer una transversalización del género, con la finalidad de iniciar pequeñas transformaciones en las relaciones que establecen los varones hacia las mujeres, adultos mayores, menores de edad, entre otras poblaciones:

Es que no solo pertenece a un género, o sea y ya se ha hecho mucho siempre, se ha educado, se trabaja desde una teoría sexo-género, se trata de intervenir transversalmente desde los géneros, lo que pasa es que, yo haría es que el hombre sea consciente que tiene un poder, que es dominante y controlador y que él tiene que compartir ese poder, porque le conviene tenerlo, la transversalidad debería de tener equidad, igualdad y por supuesto trabajarlo desde un enfoque de los derechos humanos y sobre todo los de la mujer, que mentira que se cumplen los derechos humanos. (Céspedes, comunicación personal, 22 de marzo del 2021).

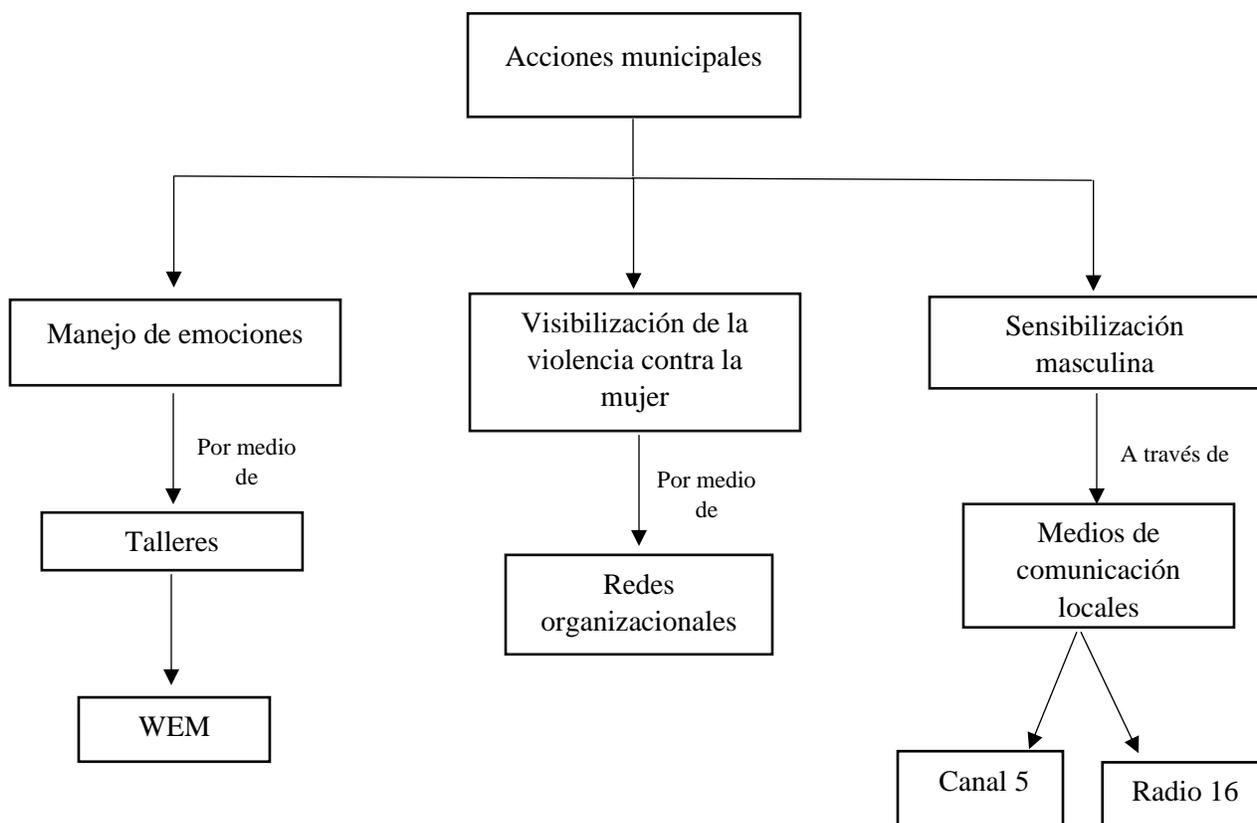
Con el propósito de disminuir las brechas establecidas entre los géneros, se toman distintas acciones institucionales a nivel nacional, sin embargo, es necesario conocer las gestiones trabajadas desde un gobierno local, ya que esta es la instancia más próxima a las realidades que se viven en un cantón, de esta forma se le consultó a la entrevistada sobre cuales temas relacionados a la masculinidad han sido abordados, mencionando:

Hace muchos años, como en el 2012, se trajo al instituto WEM, trabajaron como por cinco años, se trabajó básicamente eso, el patriarcado, el manejo de emociones, porque igualmente se piensa que al hombre se le baja su agresión, puede ser más cariñoso, etcétera,

yo no creo tanto en eso, al hombre hay que enseñarlo al igual que la mujer, es una formación desde chiquitos, esto no lo hice yo, se trajo como le decía al instituto WEM y era sesiones semanales con talleres (Céspedes, comunicación personal, 22 de marzo del 2021).

De acuerdo con lo planteado, se evidencia como la Municipalidad de Grecia se ha interesado en trabajar las masculinidades con otras instituciones como el WEM, a través de temas como el manejo de emociones con talleres. Cabe mencionar que, de acuerdo con la coordinadora de gestión social, también se desarrollan otras acciones de carácter más colectivo, es decir, con invitación a sociedad en general, a través de mensajes por medios de comunicación local y con redes organizacionales, en la siguiente figura se muestran las gestiones que se han realizado en el cantón de Grecia respecto a esta materia.

Figura 6: Acciones sobre masculinidades realizadas en la Municipalidad de Grecia



Fuente: Elaboración propia con base en las narrativas de la coordinadora de gestión social.

A partir de esta información, se exponen las acciones en materia de masculinidades que han sido de interés para el gobierno local de Grecia, pero no se detallan más allá de las mencionadas, dejando de lado temas como identidades, suicidio, salud sexual y reproductiva, uso del tiempo entre otros que podrían contribuir con pequeños cambios sobre visiones de mundo en la población masculina.

Como se ha evidenciado, la Municipalidad de Grecia ha abordado algunas temáticas relacionadas con masculinidades para disminuir las desigualdades de género, no obstante, es necesario conocer cuales políticas se toman como referencia con la finalidad de reflexionar la posición del varón en la sociedad y consecuentemente mejorar las relaciones mujeres y hombres, de acuerdo con Céspedes:

Este si claro que sí, de hecho, son muchos años que quiero hacer una política de género, vamos a ver si este año puedo, más cuando uno trabaja esta área, porque uno conoce otras municipalidades o instituciones que pueden hacer política de género local, partiendo de la PIEG que es la de primera que se conoce y con la red contra la violencia, se trabaja con el PLANNOVI con los ejes que este tiene, más que todo con los ejes de masculinidades (Céspedes, comunicación personal, 22 de marzo del 2021).

Algunas políticas públicas son la PIEG y PLANNOVI disponen directrices para mejorar las relaciones de género en la sociedad costarricense, pero como menciona la entrevistada se espera que el presente año la Municipalidad de Grecia cuente con la propia, es decir, una más allegada a la realidad que se vive en el cantón en cuanto a las situaciones donde se involucra al género.

Un punto esencial para comprender el contexto que se tiene con las masculinidades, es conocer cuales diagnósticos o investigaciones se han elaborado respecto al tema, con la finalidad de emplear otras acciones orientadas en mejorar coyunturas, hechos y problemáticas presentes en

la realidad cantonal que viven hombres y mujeres, se le consultó a la entrevistada si han ejecutado estudios en cuanto las principales actividades cotidianas que desarrollan los hombres jóvenes del cantón, pues es el grupo seleccionado para este trabajo, al respecto mencionó:

No investigación, porque creo que es un tema que para nosotros no sea como una prioridad, talvez de que el comité de la persona joven tenga esa información y yo la desconozca, sin embargo, por lo que conozco creo que no se ha hecho algo así verdad (Céspedes, comunicación personal, 22 de marzo del 2021).

A pesar de que se han realizado algunas acciones respecto a masculinidades, las cuales contribuyen para reflexión de la posición dominante del hombre, estas fueron realizadas hace unos años y como mencionó la coordinadora no tienen el mismo auge o bien solo se emplean para fechas específicas que tengan relación con el varón. De tal forma que es necesario un trabajo e interés constante por parte de la Municipalidad de Grecia en estos temas, para poder mejorar las relaciones de géneros en su población.

A partir de las narrativas por parte de la población de estudio, se evidencian diversas nociones de la masculinidad hegemónica que develan su presencia no solo dentro la comunidad del Achote, sino también en la aprehensión de los jóvenes entrevistados, cuyas ideas respecto a lo que se entiende por “ser hombre” pasan desde una perspectiva biologicista, pues algunas características devenidas de esta son mencionadas para explicar tal concepto a una visión más social, donde el varón debe demostrar una serie de comportamientos tradicionales frente a las demás personas como encargarse de la proveeduría, libertad y valentía, los cuales de una u otra forma continúan posicionando ventajosamente lo “masculino verdadero” frente a otras identidades inmersas en el mundo de la vida cotidiana como lo es el metrosexual.

Esta situación es necesario contrastarla con las acciones municipales en materia de masculinidad, pues, dicha instancia además de enfocarse en lo administrativo, ambiental, económico, seguridad, infraestructura, entre otros, también juega un papel importante en la comprensión de los comportamientos de su población; ya que a través de estos pueden derivar problemáticas locales como la violencia de género, uso del tiempo y feminicidios cuyos abordajes de igual forma son trascendentales y no escapan de la realidad nacional e internacional.

Ante nociones de la masculinidad hegemónica y acciones institucionales en materia sobre masculinidades, es necesario mencionar que en la realidad de los jóvenes participantes también se construyen representaciones sociales relacionadas a los nuevos significados de ser hombre que surgen en la sociedad, como es el caso de los metrosexuales.

5.3. Representaciones sociales que han construido sobre el metrosexual, los hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia

Con el surgimiento de nuevas masculinidades en las últimas décadas, se han presentado modelos alternativos de “ser hombre”, a los cuales se les elabora representaciones sociales que repercuten en el comportamiento y organización de grupos sociales. Esta situación ocurre con los denominados metrosexuales, con quienes la colectividad mantiene una serie de actitudes, creencias e ideas que les otorga una posición en la sociedad.

Al respecto, la población de estudio expresó diversas representaciones sobre el metrosexual, las cuales muestran conocimientos, experiencias e interpretaciones que han adquirido con relación a la temática y contribuyen en los procesos de construcción de la realidad.

5.3.1. La objetivación de las representaciones sociales sobre el metrosexual

En la sociedad circulan una diversidad de informaciones sobre fenómenos y situaciones que les permiten a las personas comprender la realidad, estas se comparten en la interrelación con los otros por medio de gestos, palabras o experiencias, sin embargo, algunas resultan ser abstractas/extrañas debido a la novedad que estas representan.

De esta forma las representaciones sociales se constituyen por una objetivación, es decir, la idea que una vez fue extraña se comienza a relacionar con conocimientos que hacen más clara, perceptible y visible la figura a imaginar, por lo tanto, la representación sobre un metrosexual, en primera instancia para los jóvenes entrevistados, se asoció con el hombre que cuida su apariencia física, dicha imagen se concibe por ser una masculinidad que se interesa en la atención de su cuerpo y cuyas cualidades son consideradas “estéticamente aceptables”, pues en lo primero que se llega a pensar es:

Lo primero es un hombre que se cuida mucho en su apariencia física verdad, que trata de verse muy muy bien, pero que si es muchísimo el énfasis que le da mucho a su físico, entonces di que trata por ejemplo de andar rasurado, o si tiene barba que la ande super dibujada, las cejas sacadas, todo eso, la ropa que sea como ajustadilla, que combine, que sea como de moda (risas). (“Andrés”, 28 años, comunicación personal, 19 de enero del 2021).

Precisamente que son hombres que se cuidan mucho por su aspecto, entonces andan bien arreglados, con las cejas bien arregladas, la barba en perfecto estado, por lo general visten impecablemente, se preocupan mucho en la forma en que se ven y sentirse bien, en la forma de hablar y esas cosas. (“Alonso”, 25 años, comunicación personal, 12 de diciembre del 2020).

Con lo anterior, la imagen de “el hombre que cuida su apariencia física” está constituido por una serie de características en el rostro e indumentaria que le dan sentido, dado que contribuyen en la formación de la representación entendida sobre esta masculinidad. Dentro de este marco, el metrosexual está compuesto por símbolos físicos, así como de acciones verbales y no verbales que según las interpretaciones de los jóvenes muestran particularidades sobre el concepto.

La representación mencionada, está compuesta por determinadas características físicas que contribuyen a concretizar y asociar la imagen que tienen las personas sobre un metrosexual, de acuerdo con Jodelet (1984) esto se debe pues al materializar las ideas abstractas, se presentan atributos que dan cuerpo a los objetos representados, por tanto, para la población de estudio el hombre que cuida su apariencia física se visualizó por tener una barba marcada, sin imperfecciones, así como estar peinado:

La idea principal es que tenga un peinado así super bien verdad, que se nota que le invirtió tiempo, la barba que esté totalmente que se ve que fue a la barbería, bien dibujada o si no usa barba que se vea así básicamente que se rasura todos los días, las cejas con las formas, (“Andrés”, 28 años, comunicación personal, 19 de enero del 2021).

Diay sería como el Ken de la Barbie, el peinado muy bien, la barba bien marcada, las cejas en perfecto estado y posiblemente use maquillaje para taparse una que otra peca o acné o cosas así. (“Alonso”, 25 años, comunicación personal, 12 de diciembre del 2020).

A partir de estas narrativas, se muestra como las características físicas descritas por Andrés y Alonso contribuyen en “objetivar” la representación del hombre que cuida su apariencia física, pues permiten pensar la imagen que se tiene sobre un metrosexual, a tal punto de ser comparado con del Ken, un modelo masculino cuyas particularidades son asociadas en este caso al cuidado del cuerpo, así como a la utilización de indumentaria y accesorios relacionados con la moda. En

concordancia, se le consultó a la población de estudio sobre cual parte del cuerpo es la más cuidada y estos mencionan que la piel y la cara, pues son las que se observan con mayor frecuencia.

La imagen del hombre que cuida su apariencia física, ha sido construida por los conocimientos, experiencias, ideas, que tienen algunos jóvenes del Achiote respecto al metrosexual, sin embargo, es posible identificar otras representaciones como la del homosexual, esto debido a que las características que supone la metrosexualidad, conlleva a que los hombres desarrollen actividades y comportamientos interesados en la apariencia, debido a que “(...) la estética metrosexual coincide en buena medida, con la reivindicación social de los gays, a los que se les presupone también una especial sensibilidad, detallismo, la obsesión por el cuidado [de] su cuerpo, etc.” (Valcuende y Blanco, 2015, p.14).

De este modo la imagen que se ha construido sobre este concepto también se relaciona con homosexual, como manifestó un joven de la comunidad del Achiote “Diay una rama del homosexualismo [risas], eso es lo primero, alguien homosexual, pero yo siento que hay niveles digamos, pero ya cuando es una persona muy muy así, es homosexual, entonces si yo asocio metrosexual con homosexual” (“Esteban”, 32 años, comunicación personal, 8 de diciembre del 2020), en función de lo mencionado, se identifica como un metrosexual es representado bajo el modelo de homosexualidad masculina, dado que presenta particularidades que se asocian a este, como el interés por de la apariencia del cuerpo, la vestimenta, entre otros.

Esta representación del hombre homosexual, se constituye por ideas adquiridas socialmente, las cuales describen o hacen alusión a lo que ha sido entendido con homosexualidad, como es el caso de particularidades físicas que se visualizan en tal imagen, en este sentido, para la población de estudio un rasgo importante que aporta en esta asociación sobre el metrosexual es tener un rostro pulido, pues como se mencionó “este di no, perfecto, cejas perfectas, si tiene barba es

perfecta, entonces digamos es alguien que se la afeita mucho” (“Esteban”, 32 años, comunicación personal, 8 de diciembre del 2020).

Con las características descritas sobre la representación del hombre homosexual, es necesario mencionar que esta también se concretiza con la imagen de una persona afeminada, pues para un joven de la población de estudio es lo primero que se le viene a la mente es “exactamente como un hombre afeminado, que se cuida mucho algo así” (“Andrey”, 28 años, comunicación personal, 6 de enero del 2021).

A diferencia de estas asociaciones sobre un metrosexual, para un joven entrevistado el concepto lo llega a objetivizar con una persona con distorsiones mentales; pues al ser un hombre que realiza actividades relacionadas a lo femenino no entiende el género a cual pertenece, tal y como se declaró “cuando escuchaba la palabra metrosexual, me imaginaba una persona como con distorsiones mentales sobre lo que es la sexualidad, como que no se define bien, entre si es hombre o mujer, algo así me imaginaba yo” (“Carlos”, 26 años, comunicación personal, 13 de diciembre del 2020).

Es importante mencionar que dichas representaciones sociales se generan por la transmisión de ideas, mensajes y signos del lenguaje, el cual de acuerdo con Berger y Luckmann (2008) “(...) me proporciona continuamente las objetivaciones indispensables y dispone el orden dentro del cual estas adquieren sentido y dentro del cual la vida cotidiana tiene significados para mí” (p.37).

La construcción de estas representaciones son el resultado de los procesos socialización que se van configurando a lo largo de vida, donde a partir de las instituciones socializadores como la familia, la iglesia, los medios de comunicación, la escuela, entre otras, se aprehende por medio del sentido común sobre sucesos de la vida diaria, del entorno y los conocimientos que están insertos

en ellos, de este modo para los jóvenes entrevistados, el concepto sobre metrosexual ha sido identificado por varias fuentes presentadas en la figura 7.

Figura 7: Instituciones socializadores que contribuyen en la formación de RS

Familia	Colegio	Fuentes electrónicas
<ul style="list-style-type: none"> • Más por una cuestión familiar, porque he escuchado en mi casa digamos que dicen que uno es un metrosexual y lo dicen de forma despectiva”, (Alonso, 25 años, comunicación personal, 12 de diciembre del 2020). 	<ul style="list-style-type: none"> • Creo que en el cole es donde uno empieza a escuchar más ese término ("Andrés", 28 años, comunicación personal, 19 de enero del 2021). 	<ul style="list-style-type: none"> • Escuche gente que decía que X persona era metrosexual y yo busque en google que es un metrosexual (Pedro, 21 años comunicación personal, 16 de enero del 2021).

Fuente: Elaboración propia

De este modo, se muestra como las representaciones, se elaboran por los conocimientos del sentido común, el cual (...) se constituye a partir de nuestras experiencias, pero también de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos (...) (Jodelet, 1984, p.473) por medio de instituciones socializadoras, así como otras personas inmersas en la intersubjetividad, las cuales logran establecer los primeros indicios de la imagen sobre el metrosexual.

En contribución con la objetivación sobre el metrosexual, un mecanismo esencial en la formación de representaciones sociales es el anclaje, por medio de este es posible relacionar la idea constituida de esta masculinidad con los conocimientos adquiridos en la experiencia intersubjetiva y así aportar en el establecimiento de la imagen concebida de dicho concepto, tal y como lo expresó la población de estudio.

5.3.2 El anclaje de las representaciones sociales sobre el metrosexual

Las representaciones sociales están ancladas por una serie de informaciones que contribuyen a categorizar la imagen constituida, según Jodelet (1984) “este aspecto se refiere a la integración cognitiva del objeto representado dentro del sistema de pensamiento preexistente (...)” (p. 486), es decir, la idea extraña/abstracta empieza a incorporarse con conocimientos previos que han adquirido las personas y estos se relacionan con el sujeto de representación, por lo que, para la población de estudio, un metrosexual se puede imaginar por tener determinada alimentación, gustos, formas de vestir entre otras particularidades que develan un estilo de vida:

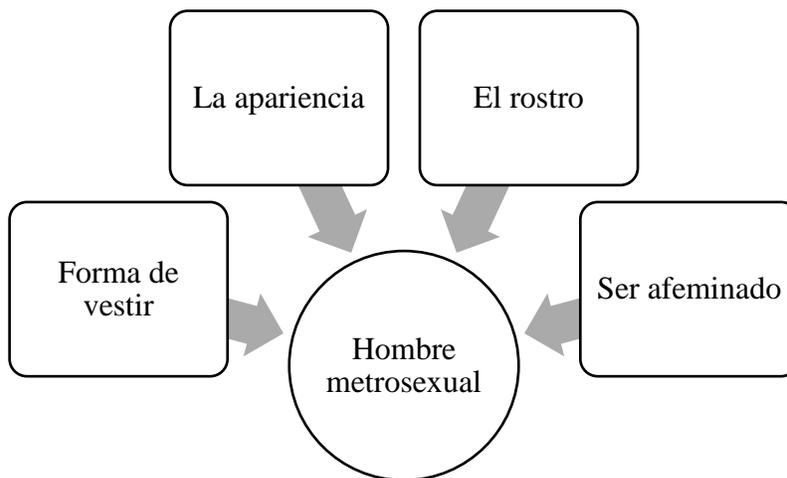
Se ve que tiene hábitos más saludables, pues se tienden a cuidar mucho, entonces pienso que son personas que cuida la alimentación, hace ejercicio, se exfolia la piel, que utiliza cremas, que lo asociaría a una mujer que duran en peinarse, maquillarse, para verse bien, para verse impecable digamos, eso sería, un hombre que tiende a cuidarse como una mujer lo hace , [pensando] me imagino podrían usar marcas como ZARA que es tendencia, tiendo asociar a un metrosexual con ropa de marca como ese estilo, tipo pantalones más ajustados, ropa más cara. (“Alonso”, 25 años, comunicación personal, 12 de diciembre del 2020).

Super estrictos, cuidan mucho la alimentación, como proteínas, cosas sanas, los veo con ropa fina, como camisa de botones, formales y que salen con todo tipo de personas. (“Juan”, 20 años, 12 de diciembre del 2020).

A partir de lo anterior, se muestra como la imagen una vez incorporada y materializada, es clasificada por la población de estudio en diferentes actividades que se relacionan con la alimentación, cuidado de la piel, ejercicio, la utilización de determinadas marcas de ropa, formas de indumentaria, entre otros, que permiten hacer “familiar” el objeto de representación bajo los conocimientos preexistentes respecto a un metrosexual.

De igual manera para los jóvenes entrevistados, este modelo masculino se puede clasificar e identificar por diferentes particularidades relacionadas con la actuación, corporalidad, así como elementos simbólicos que según ellos reconocían su distinción en comparación con otras masculinidades, estas se muestran en la figura 7:

Figura 8: Ideas que categorizan a un hombre como metrosexual según la población de estudio



Fuente: Elaboración propia.

Para los jóvenes del Achiote, la representación social sobre el metrosexual se interioriza por algunos signos presentes en la vida cotidiana, como las formas de vestir, la apariencia, el rostro y ser afeminados que permiten categorizar la idea del metrosexual. En primer lugar, la forma de vestir es un elemento que contribuye en la formación de dicha imagen, pues se destacó:

Diay por la ropa, por ejemplo, usted ve a alguien con estos abrigos que usan las chatas, de la gente que no se cuida, entonces usted ve a alguien con un abrigo de esos así todo raro con pantalón descuidado, usted dice obviamente no es un metrosexual, lo primero es por la ropa, alguien ahí bien vestido, zapatos de vestir, camisa de botones, no hace ni verle la cara, alguien así podría ser Zack Efron, porque es alguien se saca muchos las cejas, en fotos

he visto que se cuida mucho [risas]. (“Esteban”, 32 años, comunicación personal, 8 de diciembre del 2020).

De acuerdo el joven entrevistado, la indumentaria contribuye a la elaboración de representación, pues como menciona a través de esta es posible hacer tal clasificación, sin necesidad de verle la cara y las características que posea, dicha asociación se da debido a que para “Esteban” es un componente utilizado e importante de este modelo masculino. Cabe mencionar que la metrosexualidad se ha construido por referentes artísticos, de diseños, futbolistas, entre otras, que colaboran en formar la nueva “imagen de hombre”, pues realizan actividades asociadas a dicha masculinidad, por lo que se suele destacar sujetos como el actor Zack Efron.

Para otros jóvenes del Achiote la apariencia es un aspecto por el cual se suele asociar a lo que se entiende por metrosexual, por medio de ella se posibilita comprender cuando una persona puede ser identificada con esta denominación, al respecto se expresó:

La apariencia si se ve más cuidada de lo que generalmente uno ve, porque uno se rasura y no se trata de hacer una forma que sea super perfecta, todos los ángulos, alineada, todo eso verdad, a la hora de ver el peinado, que siento que eso que uno se piensa, pero cuando es una persona metrosexual si le invierte más tiempo, al cabello, a la ropa que combine super bonito, yo creo que por ejemplo casi los cantantes jovencillos como Shawn Mendes o Harry Styles, que tiene todo esto de la imagen sería como una imagen. (“Andrés”, 28 años, comunicación personal, 19 de enero del 2021).

Respecto a esta narrativa, se evidencia como para “Andrés” algunas informaciones recibidas en cuanto al cuidado de la apariencia están relacionadas a lo que se reconoce por un metrosexual, donde inclusive este entrevistado cree que este modelo masculino dedica mucho más tiempo en actividades de esta índole. No obstante, según diferentes hombres de 18 a 35 años del Achiote a

través de los signos del rostro se logra identificar la imagen sobre esta masculinidad, como se señaló a continuación “por la cara, pues es muy arreglada, se hecha polvos es lo que se ve más, como referencia le podría dar a Cristiano Ronaldo por la forma en como el mae se ve y cuida” (“Juan”, 20 años, comunicación personal, 12 de diciembre del 2020).

Los medios digitales (internet, redes sociales, plataformas de video, etc.) generan imágenes e ideas que conllevan a generar representaciones sociales asociadas a lo que se entiende por “metrosexual”, por tanto, posibilitan difundir dichos referentes artísticos, los cuales enmarcan ciertos status económico, moda, grupo etario que repercute.

En igual situación, para los entrevistados la representación sobre un metrosexual está anclada por ser considerado como una persona afeminada, pues de acuerdo con un entrevistado, las particularidades que posee esta masculinidad las relaciona con los conocimientos sobre actividades de cuidado corporal, preocupación de la ropa, visita a centro comerciales, spa, estéticas, entre otros que de acuerdo con el joven del Achiote se asocian a una persona femenina, pues mencionó “puede ser muy afeminado o bien que solo le gusta cuidarse, talvez que se vea más elegante” (“Andrey”, 28 años, Comunicación personal, 6 de enero del 2021).

La construcción representaciones sociales sobre el metrosexual, ha conllevado a que los jóvenes del Achiote, no solo concreticen la imagen que tienen respecto a esta masculinidad, sino también la relacionen con sus conocimientos establecidos para tener una noción más clara de dicho modelo masculino. Además de estos mecanismos, es necesario aproximarse a los componentes de carácter colectivo como núcleo central y periférico, pues permiten comprender los elementos que organizan la representación, definiendo las actitudes, creencias, opiniones, significados, entre otros de las personas.

5.3.3. Elementos organizadores de la representación social sobre el metrosexual

Las representaciones sociales sobre el metrosexual también están organizadas por un núcleo central, el cual (...) está constituido por uno o varios elementos que en la estructura de la representación ocupan una posición privilegiada: son ellos los que dan su significación a la representación (Abric, 2001, p.22), por tanto, la imagen elaborada por las personas conjuntamente se establece a través del contenido cultural, ideológico, histórico, entre otros de las estructuras sociales, donde se adquiere conocimientos relacionados al objeto de la realidad. Ante esto, se les consulta a los jóvenes del Achiote respecto a su experiencia en cómo son vistos los metrosexuales en el entorno que viven actualmente, ellos mencionaron:

Yo siento que los compara mucho con los homosexuales, se ve que la gente no sabe diferenciar el concepto de que es un homosexual, que es heterosexual, un metrosexual y hay muchos más, pero la gente los relaciona todos en uno mismo, pero los metrosexuales por arreglar o querer verse bien les dicen que son playos⁵, que esa vara no es de hombrecitos, que no es de hombres de verdad, que esa vara es para playos y para mujeres. (“Juan”, 20 años, comunicación personal, 12 de diciembre del 2020).

Como un homosexual, porque uno ve en la calle y está con amigos, diciendo este hombre es playo es lo que decimos la mayoría, o este es un yigüirro⁶, no ve el plumero que suelta, me entiende y se la tira, porque uno por la apariencia ve a la gente. (“Carlos”, 26 años, comunicación personal, 13 de diciembre del 2020).

⁵ Palabra que hace alusión a homosexual en Costa Rica.

⁶ Palabra que hace alusión a homosexual en Costa Rica.

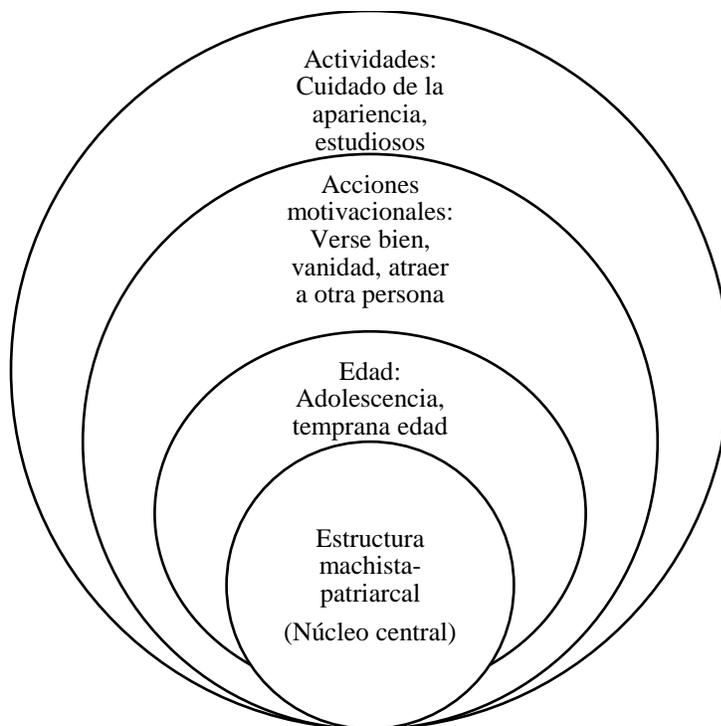
Una mayor cantidad de gente sigue sintiendo que son fijo gay, entonces si una gran parte de la población lo sigue viendo así y que otra entiende más de los conceptos y como que ya de verdad cree que un hombre se cuida (“Andrés”, 28 años, comunicación personal, 19 de enero del 2021).

Dentro de las vivencias que han tenido los jóvenes de esta comunidad, la noción sobre un homosexual en la estructura social ha permitido comprender lo que se piensa, imagina o significa del metrosexual, lo cual, a partir de las narrativas se muestra como esta masculinidad es la que se toma con mayor referencia para el objeto de representación, de tal forma que hasta utilizan “Carlos” y “Juan” sinónimos como “playo” o “yigüirro”, entre otras oraciones para hacerle mención.

Por medio de las narrativas anteriores, se muestra como la estructura machista-patriarcal (núcleo central) trasciende en las visiones de mundo de las personas, dado que se utiliza por parte de las entrevistadas palabras, expresiones, símbolos y un lenguaje para desestimar a todo aquello relacionado con lo femenino, dichos elementos devienen como se les consultó del entorno que han vivido y constituye a la significación de las representaciones sociales sobre el metrosexual.

En contribución con el núcleo central, también están los elementos periféricos que organizan las representaciones sociales, según Abric (2001) “abarcan informaciones retenidas, seleccionadas e interpretas, juicios formulados al respecto del objeto y su entorno, estereotipos y creencias (p.23)” los cuales otorgan sentido a las ideas sobre un metrosexual, dichos componentes según los jóvenes entrevistados se muestran en la siguiente figura.

Figura 9: Núcleo central y elementos periféricos de la representación social sobre el metrosexual



Fuente: Elaboración propia.

Los elementos periféricos aportan al significado que se le da las representaciones sociales y constituyen a creencias, estereotipos u opiniones inmersos en la cotidianidad de las personas, de acuerdo a los entrevistados y en referencia al metrosexual, algunos de estos son la idea que se desarrolla en la adolescencia, asimismo se establece el pensamiento de una persona que realiza actividades de cuidado, del sentido de verse bien, entre otros elementos que contribuyen a la construcción de RS.

La población de estudio del Achote muestra diferentes formas de representar a un metrosexual, dichas asociaciones se hacen por las informaciones adquiridas por medio de la experiencia en la interrelación con los otros, sin embargo, es necesario comprender el escenario

que se enfrentan este tipo de conceptos masculinos de acuerdo a personas expertas con conocimientos en masculinidades.

5.3.4. Representaciones sociales sobre el metrosexual desde la perspectiva de personas investigadoras en el tema de masculinidades.

Este apartado presenta la reflexión que hicieron personas investigadoras del tema de masculinidades respecto a las representaciones sociales sobre el metrosexual, con sus experiencias se contribuyó en la identificación de otros elementos que permiten comprender el objeto de estudio. Para esto se contactó con dos profesionales, en primera instancia se le realizó una entrevista semiestructurada a la M.Sc. Marcela Jager Contreras, ingeniera agrónoma de formación, se desempeña como académica del IEM y es coordinadora de la PIEG en la UNA, lleva trabajando la temática alrededor de unos 18 años, asimismo, se consultó con el Lic. en Psicología Pablo Alfredo Ramírez Solano, profesor universitario en la UNED y con 9 años abordando la materia.

Antes de analizar las representaciones sociales sobre el metrosexual en estos participantes, se les preguntó acerca de las principales razones que los impulsó a incursionar dentro de esta temática, pues hay elementos históricos, políticos y subjetivos para comprender la posición de los hombres en la sociedad, de acuerdo con ellos:

Tuve la posibilidad de hacer la práctica en el WEM y posteriormente Álvaro me dio la posibilidad de hacer una pasantía, yo conocía poco del instituto, no conocía prácticamente nada de masculinidades y cuando llegué por primera vez, lo vi como una posibilidad laboral que como otra cosa y de inmediatez, comenzando la sesión de grupos de hombres de crecimiento que trabajan toda la construcción de la masculinidad, comencé a darme cuenta, primero que era un tema que me apasionaba muchísimo y segundo que tenía que trabajar muchísimo a nivel personal el tema, porque precisamente mucho de lo que yo escuchaba

en los hombres, estaba en mi proceso de construcción de la masculinidad que era muy hegemónica (Ramírez, comunicación personal, 19 de abril del 2021).

Pienso que desde la propia experiencia de vida que te va llevando a cuestionarte algunas cosas e ir incursionando teóricamente, explicando teóricamente y ver que no esta pérdida cuando empiezas a leer, a contrastar con lo que tu piensas y sientes sobre el tema, eso es fundamentalmente y el de masculinidades propiamente, pues entendiendo que el tema de género no solo es mujer y ver que es un tema social que nos incumbe a todas las personas (Jager, comunicación personal, 9 de abril de 2021).

Esta temática de las masculinidades según las personas entrevistadas ha sido de interés para ambas, debido a los cuestionamientos que se hacen sobre los procesos de construcción social de la masculinidad. Esto evidencia la importancia de comprender las masculinidades, como sus ámbitos de interrelación, socialización, además de las representaciones sociales que son consideradas para efectos de este trabajo.

Estas últimas están presentes en las relaciones intersubjetivas, donde las personas relacionan un objeto “extraño” de la realidad con conocimientos previos que permiten en primera instancia materializar la idea novedosa. De manera que, con el propósito de conocer nociones de la representación sobre un metrosexual, se les consultó a los investigadores respecto a cómo se describe el modelo metrosexual costarricense, pues es necesario comprender la “imagen objetivada” que hace alusión a dicho hombre, al respecto mencionaron:

A nivel social, lo podrían describir como una persona no masculina, que se cuida, que se preocupa demasiado por la forma en la que se ve, igualmente es un concepto meramente subjetivo en tanto para algunas personas un hombre metrosexual puede tener ciertas características y para otros es él ya se sacó las cejas y por eso es metrosexual, o es que él

va al gimnasio y ya entonces es metrosexual, pero en general tendría que verse como un hombre que se cuida más allá de lo que tradicionalmente establece la masculinidad hegemónica (Ramírez, comunicación personal, 19 de abril de 2021).

Diay es una persona que se cuida, que se cuida su físico, su acicalamiento personal, su ropa, su apariencia talvez (Jager, comunicación personal, 9 de abril de 2021).

En función de lo anterior, se refleja que la imagen sobre un metrosexual se asocia con una persona que se enfoca en el cuidado de la apariencia, así como un individuo no masculino, pero según con la narrativa de Ramírez, tales consideraciones pueden variar producto a las interpretaciones, significados y relaciones que hacen las personas respecto al objeto de representación.

El concretizar las representaciones sociales sobre el metrosexual, conlleva a reconocer otras características que contribuyen a la formación de la imagen concebida, por lo cual se le consultó a los entrevistados respecto a cómo se podría visualizar dicho concepto en Costa Rica, de acuerdo con Jager se relacionaría con homosexualidad, dicha noción también la comparte Ramírez, pero este último investigador destaca que dicho aspecto no es homogéneo, sino depende del contexto de la persona:

Creo que se le estigmatiza, peyorativamente se le trata como homosexual, afeminado y por tanto se le minimiza, es decir, la cultura es muy masculinista, muy machista aún, entonces cualquier expresión de feminidad va ser minimizada, desvalorizada, entonces que por ahí tiene que ver, porque creo que el tema de lo metrosexual al ser muy físico, desde la apariencia, pues eso rompe con el esquema con ser hombre hegemónico, entonces se le feminiza y por tanto se le minimiza (Jager, comunicación personal, 9 de abril de 2021).

Hace un tiempo al metrosexual se le veía casi con el tema de la homosexualidad, aunque no haya una relación directa o si la tuviera no fuera relevante, hoy en día a nivel social, hay un cuestionamiento menor dependiendo del lugar en el que se esté por qué, porque es muy diferente a ser un hombre metrosexual acá en San Pedro de Montes de Oca o Heredia centro, que en Guanacaste, Nicoya, Grecia, ser un hombre metrosexual en Cartago o en Talamanca (Ramírez, comunicación personal, 19 de abril de 2021).

Ante lo planteado, se refleja como la homosexualidad es un componente que permite materializar la imagen sobre el metrosexual, vale mencionar que para los investigadores dicha noción es el resultado de conocimientos adquiridos transmitidos desde una estructura patriarcal, la cual minimiza todo aquello alejado de su modelo hegemónico.

Dicha situación expone como se visualizan algunas imágenes de masculinidades que hacen rupturas con el modelo hegemónico, en las cuales hay una orientación de actitudes, comportamientos, estereotipos y opiniones con significaciones peyorativas, no obstante, conforme al contexto este es el escenario que conceptos, identidades u hombres podrían experimentar.

Por otra parte, para los entrevistados, las imágenes se pueden categorizar de forma despectiva debido a que posee símbolos que en la sociedad costarricense tradicionalmente no son asociados a la población masculina, por tanto, se vinculan con adjetivos, denominaciones y otras connotaciones utilizadas para desvalorizar a las personas, de tal modo que se manifestó:

Un elemento que se estuvo utilizando en el país fue el término princeso a los jugadores del Deportivo Saprissa, que se les llamaba princesos, porque se les cuidaban mucho, porque se arreglaban el pelo, porque se depilaban, ahora son conductas muy usuales en los futbolistas, pero eso se utilizó como un elemento despectivo (Ramírez, comunicación personal, 19 de abril de 2021).

A partir de lo anterior, se evidencia como se ha construido socialmente la imagen del hombre que cuidan su apariencia, el cual es clasificado con significados como “princesos”, pues esta denominación es asociada de forma desestimada para hacer referencia al varón que se arregla el cabello, se depila o muestre algún rasgo de delicadeza.

Otra forma que mencionan los investigadores en cómo se puede relacionar y categorizar las imágenes descritas, es bajo la homosexualidad, pues sus características lo distinguen frente a otras masculinidades, desligándose de algunos mandatos de la masculinidad hegemónica, como el de tener una apariencia ruda, no ser femenino, entre otros, lo cual podría generar relaciones de subordinación, dado que esta representación como refirió Jager:

Creo que se le minimiza, se le trata peyorativamente, incluso se le puede definir como homosexual, porque tiene características de la feminidad que, si las adopta un hombre, pues ya deja de ser hombre, no cumple con el estereotipo de masculinidad que tiene que ser macho, fuerte, no importa si es descuidado, gordo, panzón (Jager, comunicación personal, 9 de abril de 2021).

Como se declara la homosexualidad es un elemento que se toma como referencia para poder categorizar a un hombre metrosexual, pues esta es una de las informaciones más reconocidas para asociar el concepto con algunos significados que permiten materializar y dar sentido a la idea novedosa.

Demostrar características consideradas femeninas, conlleva a que los hombres se les relacione con homosexualidad, pues se cree que todos deberían practicar los mandatos de la masculinidad hegemónica o por el contrario son categorizados bajo nociones que mayormente son subordinadas en la sociedad.

Como se ha mencionado anteriormente, hay elementos de las estructuras sociales que contribuyen en la organización de ideas, nociones y percepciones del metrosexual. Estos componentes asociados al núcleo central permiten comprender porque se piensa o relaciona el concepto, por consiguiente, se le preguntó al investigador e investigadora sobre qué provoca tales imágenes, así como significados asociados a este concepto, ellos consideraron que esto se debe:

Di yo creo que de resistencias de los mismos compañeros talvez a cuestionarse, no habría otra, es que esto te lo digo porque he hablado con compañeros que trabajan el tema de las masculinidades y ellos ven resistencias cuando hay cuestionamientos con comportamientos que no son deseables en términos de violencia que permite la masculinidad (Jager, comunicación personal, 9 de abril de 2021).

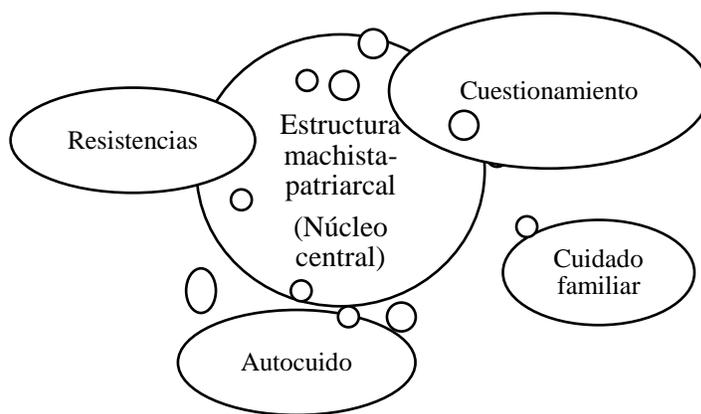
Esta esa ambivalencia, donde la mayoría de costarricenses se sienten ofendidos si le dices que son machistas, pero aun así los son y no son conscientes de, entonces vivimos en un país que no es machista pero si vas al gimnasio, si te arreglas pueda que seas princeso, pueda que no tengas manos de hombre, que no te ven como hombre de verdad, que en ciertos espacios masculinos no te ven como un hombre de verdad, esos son algunos problemas que van a vivir este tipo de masculinidad, en la actualidad hay una mayor apertura depende del contexto (Ramírez, comunicación personal, 19 de abril de 2021).

Durante el tiempo que llevan trabajando el tema sobre masculinidades, los investigadores han distinguido en la población participante de sus análisis, resistencias a comportamientos distantes del modelo hegemónico masculino y las paradojas presentes en algunos hombres respecto al posicionamiento que estos toman frente actividades o situaciones desarrolladas por mujeres, así como otros varones cotidianamente.

A partir de lo anterior, se evidencia que en la construcción de las representaciones sobre el metrosexual está inmersa por una estructura machista-patriarcal (núcleo central), en la cual hay elementos que dan significado a la representación, como por ejemplo la propia naturaleza del objeto, la relación que el grupo mantiene con este y el sistema de valores y mandatos que forman parte del entorno inmerso en las personas (Abric, 2001), de ahí que para los investigadores actualmente en el contexto costarricense es necesario mantener ciertos privilegios y no realizar prácticas de cuidado para no sea cuestionada la masculinidad de los varones, por tanto, se reproducen principios androcentristas.

Alrededor de esta consideración, se presentan “elementos periféricos”, los cuales permiten dar sentido al núcleo, para los investigadores estos pueden estar relacionados de acuerdo a lo reflejado en la siguiente figura:

Figura 10: Núcleo central y periféricos de las representaciones según los investigadores



Fuente: Elaboración propia.

Los elementos periféricos para los investigadores consultados, están alrededor de una estructura machista-patriarcal (núcleo central), asimismo evidencian como hay resistencias y cuestionamientos frente a nuevas identidades masculinas, sin embargo, el autocuido y cuidado

familiar que se ha desarrollado dentro de la misma por parte de los mismos hombres contribuyen también otras representaciones sobre el metrosexual.

De esta forma se evidencia como en los procesos de construcción de representaciones sociales hay una estructura social reflejada en una visión patriarcal que repercute en las ideas, significados y asociaciones respecto a un metrosexual, las cuales no solo orientan las actitudes o comportamientos de las personas, sino que también le otorgan una posición en la sociedad.

5.4. Los significados otorgados a las masculinidades por los jóvenes del Achiote frente a las representaciones sociales sobre el metrosexual

La concepción sobre masculinidades es un proceso que se construye a lo largo de la vida, por el cual las personas dan significados al “ser hombre” en sociedad a través de las normas, mandatos, símbolos y valores transmitidos por instituciones socializadoras⁷. Para Faur (2004) el desarrollo de estas nociones es heterogéneo, debido a factores culturales, sociales, económicos e históricos que repercuten en grupos de varones sobre cómo deben entenderse, por tanto, hay una diversidad de formas, algunas relacionadas con la masculinidad hegemónica, otras buscando replantear nociones tradicionales en función de ideas más contemporáneas.

Por medio de la experiencia y socialización, los individuos van adquiriendo conocimientos sobre como significar masculinidades en el mundo de la vida cotidiana, donde a partir de las informaciones propias como las “otras” permiten comprender de forma intersubjetiva el “ser hombre” mediante imágenes, situaciones u objetos que lo componen, como, por ejemplo, las representaciones sociales.

⁷ Como se ha mencionado anteriormente estas remiten a la familia, iglesia, escuela, estado, entre otros

Las representaciones no se construyen de forma aislada en el mundo de la vida cotidiana, sino que son el producto del intercambio de conocimientos e informaciones sociales, estas son interrelacionadas con otras imágenes referentes a un objeto, mostrando una visión compartida de la realidad, así como un esquema de pensamiento común en una población y contexto, que para efectos de esta investigación se aborda desde hombres jóvenes de 18 a 35 años de la comunidad del Achiote.

En las representaciones sociales se identifican significados sobre cómo son comprendidas masculinidades en la realidad, es decir, que se piensa respecto a ciertas actitudes, comportamientos, así como cualidades que algunos hombres muestran socialmente y son el resultado de la experiencia de las personas en el mundo de la vida cotidiana.

A partir de las narrativas expuestas por los consultados ⁸, se logran determinar masculinidades que se asocian al metrosexual, las cuales tienen diversas significaciones en cuanto al “ser hombre” en sociedad y se presentan a seguidamente:

Con las declaraciones de los participantes, se logra identificar mayormente la masculinidad homosexual, sin embargo, la visión esta es de forma peyorativa, debido a que representa ciertos comportamientos, dicha situación principalmente ocurre según Connell (2003) pues “para la ideología patriarcal, la homosexualidad es el depósito de todo aquello que la masculinidad hegemónica desecha simbólicamente (...)” (p.119). Al respecto se mencionó:

Diay una rama del homosexualismo [risas], eso es lo primero, alguien homosexual, pero yo siento que hay niveles digamos, pero ya cuando es una persona muy muy así, es

⁸ Jóvenes de la comunidad, investigadores sobre masculinidades y coordinadora de gestión social municipal.

homosexual, entonces si yo asocio metrosexual con homosexual (“Esteban”, 32 años, comunicación personal, 8 de diciembre del 2020).

Creo que se le minimiza, se le trata peyorativamente, incluso se le puede definir como homosexual, porque tiene características de la feminidad que, si las adopta un hombre, pues ya deja de ser hombre, no cumple con el estereotipo de masculinidad que tiene que ser macho, fuerte, no importa si es descuidado, gordo, panzón (Jager, comunicación personal, 9 de abril 2021).

Diría que se conciben de una forma negativa, en su mayoría la población costarricense, se vería de una forma despectiva porque se tiende a visualizar con homosexuales. (“Alonso”, 25 años, comunicación personal, 12 de diciembre de 2020).

El significado otorgado a la masculinidad homosexual en este contexto, enmarca una posición subordinada socialmente; pues los símbolos y visiones que esta representa, conlleva a un distanciamiento respecto a ciertos mandatos del modelo hegemónico propuesto desde el sistema patriarcal.

Las concepciones despectivas sobre la masculinidad homosexual son el resultado de una cultura machista-patriarcal que ha transmitido por medio de la socialización de género, los mandatos, roles e identidades asignadas para las personas, quienes deberían desarrollar una serie de determinados comportamientos y visualizar al mundo en función de legitimar la dominación masculina hegemónica.

Otro significado respecto a una masculinidad que deviene del metrosexual según la población de estudio es la afeminada, debido a que sus actitudes, cualidades físicas,

comportamientos, entre otros elementos son muestra de características asociadas a las féminas, donde expresaron que:

Puede ser muy afeminado o bien que solo le gusta cuidarse, talvez que se vea más elegante, (“Andrey”, 28 años, comunicación personal, 6 de enero de 2021).

Di un hombre afeminado, como con ropa poco masculina, talvez con rasgos similares a los de una mujer, me imagino un chavalo con el cabello rubio, lacio, me entiende, no largo, pero de lado, talvez con lentes o cosas así. (“Carlos”, 26 años, comunicación personal, 13 de diciembre de 2020).

Con relación a las narrativas anteriores, se muestra como en la experiencia de los jóvenes participantes hay signos que permiten referenciar la masculinidad afeminada. Teniendo en cuenta a Schutz (1993), esta situación ocurre debido a que en el mundo de la vida cotidiana las interpretaciones que se hacen de un objeto-signo deviene de esquemas interpretativos aprehendidos y dados en la interrelación con los “otros”, no obstante, estos también son atravesados por la socialización de género que contrapone una visión de lo considerado masculino/femenino.

Los significados otorgados a las masculinidades respecto al metrosexual en los jóvenes de 18 a 35 años habitantes del Achiote, reflejan otras connotaciones distintas a las dos mencionadas y también son el resultado del intercambio de informaciones que construyen concepciones referentes identidades masculinas que se presentan en la sociedad.

De esta manera, se logra identificar una masculinidad relacionada con el cuidado de su apariencia, la cual remite a pequeños cambios que realizan algunos miembros de la población masculina, como, por ejemplo, el mantenimiento del peinado, barba, cejas, vestimenta, entre otros

elementos que vislumbran un hombre interesado en su apariencia física y que hace rupturas con la imagen ruda propuesta por el modelo hegemónico.

Un hombre que se cuida mucho en su apariencia física verdad, que trata de verse muy muy bien, pero que si es muchísimo el énfasis que le da mucho a su físico, entonces di que trata por ejemplo de andar rasurado, o si tiene barba que la ande super dibujada, las cejas sacadas, todo eso, la ropa que sea como ajustadilla, que combine, que sea como de moda (risas) (“Andrés”, 28 años, comunicación personal, 19 de enero de 2021).

A nivel social, lo podrían describir como una persona no masculina, que se cuida, que se preocupa demasiado por la forma en la que se ve, igualmente es un concepto meramente subjetivo en tanto para algunas personas un hombre metrosexual puede tener ciertas características y para otros es él ya se sacó las cejas y por eso es metrosexual, o es que él va al gimnasio y ya entonces es metrosexual, pero en general tendría que verse como un hombre que se cuida más allá de lo que tradicionalmente establece la masculinidad hegemónica (Ramírez, comunicación personal, 19 de abril de 2021).

A través de la masculinidad mencionada, se logra identificar que para los entrevistados hay una connotación diferente respecto a la separación de los mandatos hegemónicos en comparación con la homosexual, lo cual evidencia los significados y visiones que otorgan las personas a lo largo de la vida sobre las distintas masculinidades.

El escenario inmerso en la comunidad del Achiote, refleja cómo hay elementos estructurales del sistema patriarcal, así como de los cambios a este que repercuten en el significado atribuido tanto a las masculinidades como representaciones sociales sobre el metrosexual de su población de hombres jóvenes de 18 a 35 años, por lo que se establecen grandes visiones al momento para concebir a dicho concepto.

Capítulo VI

Consideraciones finales

6.1. Conclusiones

A continuación, se presentan las principales conclusiones que surgieron del análisis de las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia, por tanto, se logra evidenciar que:

En la sociedad se han construido nuevas formas de entender o vivir “el ser hombre”, pues actualmente se identifican una diversidad de masculinidades como la metrosexual que muestran algunas transformaciones respecto al modelo hegemónico, debido a que se interesa por el cuidado estético-corporal, la elegancia, la delicadeza, la finura, visita lugares como gimnasios, spa, barberías, centros comerciales y utiliza ciertas marcas de vestimenta, dicha situación es el resultado de los constantes cambios sobre la realidad social.

Pese a ello, comprender el tema de las masculinidades en la actualidad es complejo, porque la reflexión de los hombres sobre su posición socialmente asignada no se presenta de igual forma en la sociedad, producto a factores históricos, sociales y culturales que repercuten en la interacción social, por lo tanto, es importante continuar trabajando en su sensibilización de comportamientos hacia las personas, así como su socialización de género.

A través de las representaciones sociales sobre el metrosexual, se refleja la importancia de visibilizar desigualdades establecidas por hombres jóvenes de 18 a 35 años con “conceptos masculinos” que surgen socialmente y muestran otras formas de significar del “ser varón” en las relaciones de género, por tanto, el tema de las masculinidades alberga otras aristas por estudiar, como la metrosexualidad, ya que los constantes cambios dentro de la realidad, también repercuten

en las relaciones entre hombres, quienes establecen representaciones sociales y significaciones hacia comportamientos, mandatos, así como prácticas distantes del ideal hegemónico.

Por su parte, se identifica que los estudios relacionados a esta investigación, son abordados desde diferentes áreas temáticas, buscando comprender problemáticas que atañen al hombre respecto a su posición en la sociedad, dichos trabajos permitieron orientar las perspectivas teóricas-metodológicas respecto a las representaciones sociales sobre el metrosexual.

Asimismo, se revela el aporte teórico que hacen las representaciones sociales para los estudios sobre las masculinidades, especialmente en la comprensión de “conceptos masculinos” que surgen socialmente, los cuales son objeto de creencias, estereotipos, juicios de valor, opiniones y percepciones de la interacción social.

Se vislumbra la importancia de reflexionar las representaciones sociales sobre el metrosexual desde la perspectiva de género, ya que a través de esta se puede identificar desigualdades, expectativas, posibilidades, así como relaciones enmarcadas con este concepto masculino las cuales le otorgan una posición en la sociedad y que responden a una estructura de dominación patriarcal.

El enfoque cualitativo juega un papel importante para la comprensión del tema abordado, porque se desarrolla un acercamiento con las creencias, pensamientos y del intercambio de subjetividades de los hombres jóvenes del Achiote respecto al metrosexual. Asimismo, por medio de la perspectiva metodológica fenomenológica se refleja la importancia de comprender la realidad a partir de los significados que comparten los participantes según sus experiencias respecto al metrosexual.

De esta forma, las representaciones sociales permiten a los individuos interpretar el mundo de la vida cotidiana, por medio de ellas se pueden significar objetos y situaciones desarrollados dentro del mismo. Estas son construidas en el intercambio de informaciones con los otros, quienes a partir de sus conocimientos como los propios se llegan a constituir nociones respecto a conceptos, de manera que, es posible vislumbrar una serie de imágenes en los hombres jóvenes de 18 a 35 años que remiten en cómo se entiende o piensa sobre el metrosexual, mostrando así un fragmento de la realidad inmersa en el Achiote.

En el escenario de la comunidad seleccionada, se logran identificar representaciones sociales que se enmarcan en dos grandes significaciones, por un lado, es posible encontrar asociaciones peyorativas sobre el metrosexual, por otro la vinculación con prácticas que a través del tiempo empiezan a realizar los hombres, es decir, no es posible referir una única imagen de dicho “concepto masculino”, sino a varias concepciones respecto al mismo. Esto evidencia que los jóvenes de 18 a 35 años presentan distintos procesos de socialización, así como experiencias e informaciones en cuanto al tema de la metrosexualidad.

En los jóvenes participantes, se identificaron nociones tradicionales de la masculinidad, es decir, ideas legitimadoras del poder patriarcal, el cual posiciona de forma predominante su modelo hegemónico frente a otras masculinidades. Tal situación repercutió en el significado que algunos hombres de 18 a 35 años otorgaron a las representaciones sociales sobre el metrosexual.

Es importante para la sociología incursionar en la metrosexualidad y temáticas relacionadas a esta, debido a que resulta trascendente comprender los comportamientos que empiezan a manifestar los hombres en los últimos años, especialmente aquellos vinculados con el cuidado de la apariencia. Asimismo, en las relaciones que se establecen respecto a conceptos e identidades masculinas que surgen en la sociedad, pues evidencian los cambios que se presentan en la misma.

En cuanto al objetivo de identificar las nociones que tienen de la masculinidad hegemónica, los hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achioté, se concluye que en el mundo de la vida cotidiana se ha constituido un “ideal masculino” a seguir, el cual legitima la ideología patriarcal y reproduce una serie de desigualdades ya no solo frente a las mujeres, sino también frente a otros varones que no cumplen con los mandatos predispuestos. La denominada masculinidad hegemónica espera autoridad, supremacía, control, así como poder del hombre en las relaciones de género.

Los mandatos sobre la masculinidad se han transmitido a lo largo del tiempo, posicionando ventajosamente al hombre en comparación con otros grupos poblacionales, su configuración hegemónica puede presentarse dentro de muchas esferas de la realidad, es decir, desde lo más general (región) hasta lo más particular (comunidad), tal situación se reflejó en el Achioté, donde los hombres jóvenes de 18 a 35 años por medio de sus narrativas manifestaron elementos relacionados a su visión de mundo.

Es por eso que, en las nociones de la masculinidad hegemónica, se identificaron rasgos vinculados con los mandatos “tradicionales”; pues el ser dominador, demostrar fuerza, tener una apariencia ruda y no ser femenino, son aspectos que responden a demandas del sistema patriarcal. Dicha situación evidencia la presencia de algunas concepciones dominantes en los jóvenes participantes, quienes posicionan al hombre sobre un espacio privilegiado dentro de la sociedad.

Un hallazgo importante es la constante perspectiva biologicista que refieren algunos hombres jóvenes para remitir a la masculinidad hegemónica, pues en diversas ocasiones se hace alusión a características relacionadas a esta, evidenciando una visión latente respecto a lo masculino en algunos miembros de esta población del Achioté.

Desde la institucionalidad local se han hecho esfuerzos para reflexionar el papel dominante del hombre en la sociedad, sin embargo, debido a factores de temporalidad e interés político no se continuaron abordando temáticas relacionadas a las masculinidades, asimismo del desarrollo de una política municipal de género, lo cual deja la necesidad de conocer comportamientos, fenómenos y problemáticas que tienen tanto mujeres como hombres respecto a la materia.

Ante esto, se muestra como el interés por algunas áreas de trabajo de los gobiernos locales, deja de lado otras que requieren igual atención, pues si se pretende a nivel político brindar mejores condiciones de vida a los habitantes, es necesario ver la realidad con perspectiva de género, en la cual no solo se vean las necesidades de las mujeres, sino también de otros grupos poblacionales que experimenten distintas desigualdades.

Respecto al objetivo específico dos el cual trató de describir la representaciones sociales que han construido sobre el metrosexual, los hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote, se logra evidenciar una serie de factores de carácter cultural, económico, históricos político y social que conjugados repercuten en la construcción de las mismas, puesto que en las diferentes narrativas de los participantes es posible identificar algunos de sus elementos sobre como entienden la imagen del metrosexual.

De tal forma se describen diferentes representaciones, las cuales han sido constituidas desde la experiencia interrelacionada con “otros”, de ahí que, para los jóvenes de 18 a 35 años del Achiote, la idea sobre un metrosexual se concretiza bajo las siguientes imágenes: el hombre que cuida su apariencia, un homosexual, una persona afeminada y una persona con distorsiones mentales, dichas nociones les permite a los consultados tener “mayor claridad” respecto al concepto y así manifestar una serie de actitudes en la intersubjetividad.

Las representaciones mencionadas están ancladas por una serie de conocimientos que contribuyen categorizar la imagen sobre el metrosexual, es decir, ideas que permiten clasificar a una persona bajo dicho concepto, para los entrevistados algunas de ellas son el estilo de vida que tiene, su forma de vestir, ser afeminado, el rostro y apariencia, pues estos elementos contribuyen en la significación otorgada a dicha noción.

Desde la propia experiencia de los jóvenes participantes son diferentes los medios o instituciones socializadoras que también transmitieron informaciones sobre qué se entiende por metrosexual en el Achioté, tales como la familia, escuela y fuentes electrónicas como internet o redes sociales, las cuales contribuyen para la construcción de las representaciones mencionadas.

Se evidencia que las representaciones están inmersas en un contexto que las visualiza con homosexual, pues los comportamientos, prácticas y símbolos exteriorizados desde el metrosexual suelen tener dicha asociación, es decir, la estructura machista-patriarcal (núcleo central) juega un papel importante en cómo se organiza las imágenes de este “concepto masculino” dentro de la comunidad seleccionada. Aunado a esto hay otras creencias contribuyentes al sentido de la relación metrosexualidad-homosexualidad como la edad, el querer verse bien, atraer a otra persona.

Para las personas investigadoras del tema de masculinidades, en el contexto costarricense se han ido construyendo pensamientos para desestimar cualidades y comportamientos femeninos de los varones, por lo cual a grandes rasgos se puede visualizar de forma despectiva la representación social sobre el metrosexual, sin embargo, es necesario resaltar la apertura que se ha dado respecto a las prácticas de cuidado, de modo que también se presentan significaciones favorables. Tales situaciones varían según la realidad inmersa en las personas.

Con relación al objetivo de contrastar el significado otorgado a las masculinidades por los jóvenes del Achioté frente a las representaciones sociales sobre el metrosexual, se concluye que

no solo fue posible identificar asociaciones sobre el metrosexual, sino también como significan y visualizan los jóvenes participantes ciertas masculinidades, evidenciando las relaciones manifestadas entre las mismas, esto debido a que en la diversidad de modelos que se presentan en el mundo de la vida cotidiana, se les ha otorgado una posición.

En el contexto de la comunidad del Achiote se refleja una heterogeneidad al momento de significar a las masculinidades; dado que para la población de estudio se visualiza de forma subordinada aquellos modelos masculinos que hacen rupturas o se salen del modelo hegemónico y para otros no, lo cual muestra una diversidad de experiencias, interpretaciones y realidades que viven sus hombres jóvenes de 18 a 35 años.

En este aspecto las representaciones sociales y masculinidades muestran en los participantes un proceso de apertura y resistencia, pues hay diversas posiciones respecto a los cambios que hombres empiezan a desarrollar en sus vidas, especialmente el metrosexual, quien evoca una serie de actitudes, prácticas y valores vinculados a la feminidad, los cuales para algunos jóvenes remite a una masculinidad supeditada.

Con esta investigación se refleja la importancia de estudiar aquellas masculinidades como la metrosexual, que en la actualidad empiezan a mostrar cambios en sus comportamientos y mandatos, asimismo de las relaciones construidas por los individuos hacia estos “nuevos conceptos masculinos” que surgen en la sociedad.

En definitiva, el contexto del metrosexual amerita de acciones institucionales y de inclusión social, donde se le visualice como un hombre que forma parte de las diferentes masculinidades inmersas sociedad, no experimente algún tipo de desigualdad por sus acciones, apariencia física o prácticas de cuidado personal.

6.2. Recomendaciones

A partir de los hallazgos identificados en esta investigación, surgen una serie de recomendaciones que deben ser consideradas al momento de analizar las representaciones sociales sobre el metrosexual. Estas abarcan tres líneas principales: futuras investigaciones relacionadas al tema, la Municipalidad de Grecia y la escuela de sociología.

6.2.1. Recomendaciones para Futuras Investigaciones

Dentro del contexto costarricense hay un carente desarrollo de estudios relacionados sobre el metrosexual, por lo cual es necesario continuar generando conocimiento científico respecto a las representaciones, problemáticas, necesidades, cambios, entre otras situaciones de dicho sujeto en la sociedad. Esto contribuiría en producción de información para nuevas investigaciones, proyectos o políticas interesadas en comprender a las personas que pertenecen a este sector de la población.

Con esta investigación surge la necesidad de comprender el fenómeno del metrosexual desde otras perspectivas, es decir analizar si los hombres considerados como metrosexuales presentan un alejamiento o cercanía con compartimentaciones relacionados con la masculinidad hegemónica según su contexto, dado que, a pesar de mostrar algunas rupturas respecto a mandatos tradicionales, se requiere comprender también resistencias que se pueden presentar.

La realidad social al estar en constante cambio, es importante desarrollar investigaciones sobre transformaciones de comportamientos de la población masculina, especialmente aquellos relacionados con el autocuido de la apariencia, pues es necesario comprender las dinámicas que los hombres empiezan a manifiesta en dicha materia y como se vinculan con tendencias de la metrosexualidad.

Asimismo, es necesario considerar la comprensión de las representaciones sociales sobre el metrosexual desde otros grupos poblacionales, es decir, un abordaje con mujeres o bien desarrollar el tema a partir de grupos etarios distintos al seleccionado, ya que resulta importante conocer el punto de vista de otras personas respecto a la temática.

6.2.2. Recomendaciones para la Municipalidad de Grecia

La Municipalidad de Grecia debería interesarse en reanudar el tema de las masculinidades, es decir, hacer esfuerzos por realizar actividades, investigaciones, proyectos, políticas, entre otras acciones enfocadas en el hombre, con la finalidad de mejorar las relaciones no solo entre varones y mujeres, sino también entre ellos, especialmente los que hacen rupturas del modelo hegemónico, quienes experimentan distintas desigualdades en la interacción con los otros.

Promover una articulación interinstitucional para identificar y mejorar las problemáticas relacionadas al género, ya que es necesario comprender los comportamientos entre hombres y mujeres del cantón en sus distintos ámbitos, con el propósito de desarrollar políticas públicas locales en estos temas.

Es necesario que el actual gobierno y próximos, incorporen en sus agendas políticas la perspectiva de género, que como se evidenció no solo es un tema de mujeres, además considera a hombres, entre otros grupos poblacionales quienes viven problemáticas de interés. Esto permitiría visibilizar que algunos varones también experimentan el poder coercitivo del sistema patriarcal.

6.2.3. Recomendaciones para la Escuela de Sociología

Se recomienda a la Escuela de Sociología retomar el tema de las masculinidades en sus proyectos académicos, seminarios de graduación, así como actividades de divulgación. En una realidad cambiante, es importante analizar las resistencias y transformaciones de comportamientos

de los hombres, por lo que este debería ser un eje de interés para comprender la sociedad actual.

Promover la articulación de varias perspectivas teóricas para comprender la realidad, pues dentro muchas problemáticas es necesario tomar en cuenta otras categorías y conceptos que contribuyen a la reflexión desde una mirada sociológica. Dichas actividades se pueden hacer en cursos de naturaleza teórico-práctico.

6.2. Limitaciones

A lo largo de la investigación se presentaron una serie de situaciones que reflejan el cambio constante de la realidad social, repercutiendo en el desarrollo del trabajo, tales eventualidades se detallan a continuación:

Una de las grandes limitaciones que se presentaron durante la investigación fue el contacto y realización del trabajo de campo, dado que se efectuó en medio de la pandemia del Covid-19, por lo cual no fue posible ejecutar los instrumentos de forma presencial, sino a través de plataformas de videoconferencias para tener “distanciamiento social”. Esta situación condicionó los registros de información no verbal que pudieron haber contribuido en las narrativas expuestas, asimismo en el desarrollo técnicas que requieran mayores aforos de participación como grupos focales, observaciones o talleres.

El factor tiempo fue un elemento inmerso a lo largo de la investigación, pues algunos momentos las entrevistas se tuvieron que realizar en horarios nocturnos, debido a que los participantes trabajaban, estudiaban o realizaban sus diversas actividades, de modo que con el propósito de intervenir lo menos posible en su cotidianidad, se coordinaron las reuniones virtuales según la disposición mañana, tarde, noche del joven.

Referencias Bibliográficas

- Abric, J. (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. Coyoacán
- Alonso, L. (1998). *La mirada cualitativa en sociología: una aproximación interpretativa*. Fundamentos.
- Alvarado, G Botero A y Gutiérrez, M (2008). *Representaciones sociales y ciencias sociales: una perspectiva epistemológica y metodológica*. En Botero coordinadora. (2008). Espacio
- Alvaré, L y García, K. (2010). *Los metrosexuales en la Adolescencia*. Revista Investigaciones Médicoquirúrgicas. 2 (2). <http://www.revcimeq.sld.cu/index.php/img/article/view/48>.
- Alvira, F. (1983). *Perspectiva cualitativa perspectiva-cuantitativa en la metodología sociológica*. Revista Reis. (22). <http://www.reis.cis.es/REIS/jsp/REIS.jsp?opcion=articulo&ktitulo=200&autor=FRANCISCO+ALVIRA> (consultado el 25 de setiembre de 2019)
- Andrade, K. (2009). *Representaciones sociales de la masculinidad y la responsabilidad en el cuidado de la salud reproductiva en adolescentes de 15 a 19 años de los distritos de Comas y Jesús María, agosto 2007*. Revista Peruana de Obstetricia y Enfermería. 5 (1). <http://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/rpoe/article/view/628>
- Amezcuca, S. (2003). *Representación Social de la masculinidad en un grupo de jóvenes*. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://repositorio.unam.mx/contenidos/representacion-social-de-la-masculinidad-en-grupo-de-jovenes-310427?c=pQ8wXB&d=false&q=representacion . social . de . la . masculinidad . e n . un . grupo . de . jovenes&i=1&v=0&t=search 0&as=0>.

Amigo, M. (2016). *Estigma estético, masculinidad y redes. Claves para la construcción de la identidad desde la no-normatividad*. (Tesis de Licenciatura, Universidad del País Vasco).

[https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/17803/TFG %20Amigo Rodriguez Maria.pdf?sequence=3](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/17803/TFG_%20Amigo_Rodriguez_Maria.pdf?sequence=3)

Araya, S. (2002). Las Representaciones Sociales: ejes teóricos para su discusión. <http://www.flacso.or.cr/index.php/publicaciones-jb-br-jb-i-labor-editorial-jb-i/cuadernos/336-cuaderno-no-127>.

Ballen, K. (2012). “*Ser hombre*”: un acercamiento desde las representaciones sociales sobre masculinidad en jóvenes de ciudad Bolívar y la configuración de sus subjetividades políticas. Revista Aletheia. 4 (1).

<https://aletheia.cinde.org.co/index.php/ALETHEIA/article/view/64/53>.

Barahona, N y Prado, A. (2009). *Construcción de Representaciones Sociales de Masculinidad en Jóvenes del Gran Santiago*. Tesis de Licenciatura. Santiago. <http://bibliotecadigital.academia.cl/handle/123456789/279/discover>.

Batista, J. (2012). *El metrosexual y la cuestión de la identidad: inquietudes teóricas*. Revista Fermentum. 22 (65). 339-357

Berger, P y Luckmann, T. (2008). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires. Amorrortu.

Boscán, A. (2008). *Las nuevas masculinidades positivas*. Revista Utopía y Praxis Latinoamericana. Vol.13 (41).

<https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/issue/view/335>.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona. ANAGRAMA

- Briceño, G y Chacón, E. (2001). *El Género también es asunto de hombres: Reflexiones sobre la masculinidad patriarcal y la construcción de una masculinidad con equidad de género*. San José. UICN
- Careaga, G. (1996). *La perspectiva de género*. En: Las relaciones entre los géneros en la salud reproductiva. México. Comité Promotor por una Maternidad sin Riesgos en México.
- Cazés, D. (2004). *El feminismo y los hombres*. En Lomas. Los chicos también lloran. Paidós.
- CCSS. (2019). *Datos poblacionales*. Grecia. Costa Rica
- Ceballos, M. (2012). *Indicadores aplicados a la visión dominante de la masculinidad por adolescentes de educación secundaria: La importancia del «deber ser» hombre*. Revista Última década. 36. <http://www.cidpa.cl/?p=302>.
- Chaves, A. (2012). *Masculinidad y feminidad: ¿De qué estamos hablando?* Revista Electrónica Educare. 16 (3). <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/EDUCARE/issue/view/418>
- Connell, R. (2003). *Masculinidades*. México. UNAM
- Della Porta, D y Keating, M. (2013). *Enfoques y Metodologías de las Ciencias Sociales: una perspectiva pluralista*. Madrid. Akal.
- Del Moral, M. (2000). *Los nuevos modelos de mujer y de hombre a través de la publicidad*. Revista Comunicar. (14). <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=14&articulo=14-2000-27>.
- Dobles, I. (2018). *Investigación cualitativa, metodología, relaciones y ética: Estrategias biográficas-narrativas, discursivas y de campo*. San José. EUCR.

- Díaz, J. (2006). *La ilógica de los géneros: metrosexuales, masculinidad y apoderamientos*. Revista AIBR. 1 (1). <http://www.aibr.org/antropologia/01v01/articulos/010109.php>.
- Duarte, E, Gómez, J y Carrillo, C. (2010). *Masculinidad y hombre maltratador ¿pueden las creencias de hombres y mujeres propiciar violencia de género?* Revista de Psicología. 19 (2). <https://revistapsicologia.uchile.cl/index.php/RDP/article/view/17104>.
- Facio, A y Fries, L. (2005). Feminismo, género y patriarcado. Revista Sobre Enseñanza del Derecho de Buenos Aires. Vol.3 (6). http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/rev_academia/pub_ra_n6.php
- Fannon, T. (2020). *La historia de Will: Manejo de identidades culturalmente irreconciliables en la vida cotidiana*. Revista Espacio Abierto. Vol. 40 (1). <https://dsq-sds.org/article/view/6975/5807>
- Faur, E. (2004). *Masculinidades y desarrollo social*. Colombia. Arango.
- Fugellie, E. (2014). *“Nadie nos puede pasar a llevar” construcción de masculinidades en jóvenes reggaetoneros de Conchalí*. Tesis de maestría. Santiago, Chile. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/130029>.
- Galán, J. (2009). La industria cosmética del metrosexual, una perspectiva microeconómica. Revista Pesquisas. 1 (357). <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdfs/357/12Galan.pdf>.
- García, E, Hernández, K y Venegas, I. (2016). *El delito de homicidio desde la construcción social de las masculinidades: un estudio con población adulta joven privada de libertad del Centro Especializado Adulto Joven (CEAJ) en el periodo 2015-2016*. (Seminario de Licenciatura, Universidad de Costa Rica).

- Goldberg, S. (1976). *La inevitabilidad del patriarcado*. Madrid, Alianza.
- Gómez, I. (2019). *Grindr y la masculinidad hegemónica: aproximación comparativa al rechazo de la feminidad*. *Revista Estudios Sociológicos*. 37 (109).
<https://estudiossociologicos.colmex.mx/index.php/es/article/view/1644>
- González, C. (2017). *Representaciones sociales de las masculinidades desde la perspectiva de un grupo de hombres adultos mayores habitantes de calle que pertenecen a la Red de Cuido San Pedro Nolasco, San José 2015-2017*. (Tesis de Licenciatura, Universidad de Costa Rica).
- Heredero, O. y García, J. (2015). *El hombre metrosexual como Narciso contemporáneo: el papel del discurso publicitario actual en la construcción de la masculinidad*. *Revista Documentación de las Ciencias de la Información*. Vol. 38.
<https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/50818>.
- Hernández, A. (2006). *Representación social del género masculino en un grupo de niños y jóvenes que viven en la calle, en la ciudad de México*. *Revista Salud Mental*. 29 (1).
unam.mx/es/buscar/representacion-social-del-genero-masculino-en-un-grupo-de-ninos.
- Hernández, O. (2008). *Debates y aportes en los estudios sobre masculinidades en México*. *Revista Relaciones. Estudios de historia y sociedad*. 29 (116).
<http://www.revistareلاقات.com/index.php/relaciones/issue/archive>
- Hernández, D. (2013). *¿Masculinidad Hegemónica vs Metrosexualidad? Develando Subjetividades*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Central Marta Abreu de las Villas)
- Hernández, R Fernández, C y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México. McGrawHill.

- Herrera, I. (2014). *Construcción de las masculinidades en varones jóvenes de la población de la Legua sector Nueva la Legua que participan en organizaciones comunitarias*. (Tesis de Maestría, Universidad de Chile). <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/133431>.
- Huberman, H y Tufro, L. (2012). *Masculinidades plurales: reflexionar en clave de géneros*. Buenos Aires. PNUD.
- Hurtado, C y García, M. (2014). *Representaciones Sociales de la masculinidad en parejas adolescentes embarazadas*. Revista Procesos psicológicos y sociales. 10. <https://www.uv.mx/psic.ologia/revista-electronica-procesos-psicologicos-y-sociales/revistas/vol-10-ano-2014-no-1-y-2/>
- Ilabaca, E. (2018). *Construcción de la masculinidad en liceos de varones: la experiencia del liceo Manuel Barros Borgoño de la comuna de Santiago*. (Tesis de Licenciatura, Universidad de Chile). <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/152712>.
- Jodelet, D. (1984). *La representación social: fenómenos, conceptos y teoría*. En Moscovici, S. Psicología Social II. Barcelona. Paidós.
- Jodelet, D. (2000). *Develando la Cultura: estudios en representaciones sociales*. México. UNAM.
- Kaufman, M. (1997). *Las experiencias contradictorias del poder entre hombres*. En Olavarría y Valdez. Masculinidad/es, Poder y Crisis. Flacso Chile. Santiago. Mujeres.
- Kimmel, M (1994). *Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina*. En Olavarría y Valdez. Masculinidad/es, Poder y Crisis. Flacso Chile. Mujeres.
- Lagarde, M. (1996). *Género y feminismo: desarrollo humano y democracia*. <http://repositorio.ciem.ucr.ac.cr/bitstream/123456789/122/1/RCIEM105.pdf>.

- Lamas, M. (1986). *La antropología feminista y la categoría "género"*. Revista Nueva Antropología. Vol. 8 (30). <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/nueva-antropologia/issue/view/915>
- Lamas, M. (2000). *Diferencias de sexo, género y diferencia sexual*. Revistas Cuicuilco. 7 (18). <https://biblat.unam.mx/es/buscar/diferencias-de-sexo-genero-y-diferencia-sexual>.
- Larraín, J. (1996). *Modernidad, razón e identidad en américa latina*. Santiago. Andrés Bello.
- Lerma, H. (2016). *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto*. Bogotá. Ecoe
- Ley N^a 8261. (2002). *Ley General de la Persona Joven*. [https://cpj.go.cr/archivos/100Ley%20General%20de%20la%20Persona%20Joven%20y%20sus%20reformas%20\(2\).pdf](https://cpj.go.cr/archivos/100Ley%20General%20de%20la%20Persona%20Joven%20y%20sus%20reformas%20(2).pdf)
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. ANAGRAMA.
- Lipovetsky, G y Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo: vivir en la época del capitalismo artístico*. ANAGRAMA.
- Lizama, J y Sánchez, P. (2006). *Una aproximación a la construcción de la masculinidad en varones heterosexuales casado y con hijos, de la comuna urbano-rural de Lampa, que emerge del discurso que estos tienen de lo femenino*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Académica de Humanismo Cristiano)
- Lizana, V. (2008). *Representaciones sociales Sobre masculinidad de los/las estudiantes de pedagogía, en los contextos de formación docente inicial*. Revista Iberoamericana sobre

- Calidad, Eficiencia y Cambio en Educación. 6 (1).
<https://revistas.uam.es/index.php/reice/issue/archive>.
- López, B. (2005). *El hombre atrapado en su imagen*. Revista Comunicación (3).
http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n3/articulos/el_hombre_atrapado_en_su_imagen.pdf
- Lora, E. (2016). *Representaciones sociales de masculinidad en varones jóvenes limeños separados del padre biológico durante la infancia*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas) <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/617924>
- Madrid, S. (2016). *La formación de masculinidades hegemónicas en la clase dominante: el caso de la sexualidad en los colegios privados de elite en Chile*. Revista Sexualidad, Salud y Sociedad. 22. <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/SexualidadSaludySociedad/article/view/22453/16102>
- Martínez, O. (2005). *La acción social en el proceso de la reafirmación de la identidad masculina en la adolescencia: estudio de un grupo de nivel básico*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma de México).
<https://repositorio.unam.mx/contenidos?q=la%20reafirmacion%20de%20la%20identidad%20masculina>
- Martínez, J. (2011). *Métodos de investigación cualitativa*. Revista de la corporación internacional para el desarrollo educativo. (8).
<http://www.cide.edu.co/doc/investigacion/3.%20metodos%20de%20investigacion.pdf>
- Menjívar, M. (2001). *Masculinidad y Poder*. Revista Espiga. 2 (4).
<https://revistas.uned.ac.cr/index.php/espiga/article/view/735>.

Menjívar, M y otros (2002). *Actitudes Masculinas hacia la paternidad: entre las contradicciones del mandato y el involucramiento*. INAMU.

Menjívar, M. (2010). *La masculinidad a debate*.
<https://www.flacso.or.cr/index.php/publicaciones-jb-br-jb-i-labor-editorial-jb-i/cuadernos/310-cuaderno-no-154>.

Merlino, A, Martínez, A, y Escanés, G. (2011). *Representaciones sociales de la masculinidad y agresividad en el tránsito. la ira al conducir en Argentina*. Revista Barbarói. 35.
<https://online.unisc.br/seer/index.php/barbaroi/article/view/1906>.

MIDEPLAN. (2018). *Índice de Desarrollo Social 2017*. <https://www.mideplan.go.cr/indice-desarrollo-social>.

Montesinos, R. (2002). *La masculinidad ante la nueva era*. Revista El Cotidiano. 18 (113).
<http://www.elcotidianoenlinea.com.mx/numeros.asp?edi=113>.

Montesinos, R. (2007). *Perfiles de la masculinidad*. México. Plaza y Valdés.

Moncrieff, H y García, O. (2018). *Mascaras masculinas de violencia. Sociología visual de pandilleros en México*. Revista Mexicana de sociología. Vol. 80 (2).
<http://revistamexicanadesociologia.unam.mx/index.php/rms/article/view/57722/511>

79

Muñoz, H. (2015). *Hacerse hombre. La construcción de masculinidades desde las subjetividades: un análisis a través de relatos de vida de hombres colombianos*. (Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid) <https://eprints.ucm.es/28063/1/T35634.pdf>.

Olavarría, J. (2004). *Modelos de Masculinidad y desigualdades de género*. En Lomas. Los chicos también lloran. Barcelona. Paidós

- Ortiz, M. y Ruiz, S. (2015). *Construcción de la masculinidad en tres hombres de la provincia de Puntarenas que han tenido un intento suicida: un abordaje Etnopsicoanalítico*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Costa Rica).
- Pérez, V. (2015). *Las masculinidades: una visión desde el enfoque dramaturgico de Goffman*. Revista Espacio Abierto. Vol. 24 (1).
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/19710>.
- Petracci, M y Kornblit, A. (2007). *Representaciones Sociales: una teoría metodológica pluralista*. En Kornblit, A. Metodología cualitativa: modelos y procedimientos de análisis. Buenos Aires. Biblos.
- Pita, A. (2015). *La construcción de la masculinidad en adultos emergentes de guayaquil desde la interacción social y el estigma*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Casa Grande de Ecuador).
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/764/1/Tesis1002PITc.pdf>
- Ramírez, J. (2018). *“El ser real”: identidades masculinas de grafiteros de la ciudad de México*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma de México).
https://repositorio.unam.mx/contenidos?c=pQ8wXB&q=identidad . masculina . . sociologia&t=search_0&as=0&d=false&a=-1&v=0.
- Ramírez, M y Contreras, S. (2012). *Reflexiones en torno a la masculinidad hegemónica en niños de una escuela rural en Chile*. Revista Psicoperspectivas. 11 (1).
<https://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/view/163>.

- Recinos, S. (2012). *La construcción de la masculinidad en ofensores sexuales adultos: un estudio en centros penitenciarios de Guatemala*. (Tesis de Maestría, Universidad de Costa Rica y Universidad Nacional de Costa Rica).
- Rey, J. (2006). *Los metrosexuales y ubersexuales como artefactos publicitarios*. Revista Comunicar. 27.
<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=27&articulo=27-2006-04>
- Ritzer, G. (1993). *Teoría Sociológica Contemporánea*. México. McGraw-Hill
- Rodríguez, P. (2010). *Estudio de la cultura y la vanidad masculina y el metrosexual en el siglo XXI en Cali-Colombia*. Universidad San Buenaventura de Cali.
<http://biblioteca.usbcali.edu.co/cgiolib/?infile=details.glu&luid=179464&rs=1464986&hitno=1>.
- Rosado, M, García, F, Alfeo, J y Rodríguez, J. (2014). *El suicidio masculino: una cuestión de género*. Revista Prisma Social. (13).
<http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/13/narraciones-masculinidades.html>
- Rubín, G. (1986). *El tráfico de mujeres: notas sobre la "economía política" del sexo*. Revista Nueva Antropología. Vol.8 (30).
<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/nuant/cont/30/cnt/cnt7.pdf>
- Ruiz, R. (2003). *Estudio de la identidad masculina desde la perspectiva de género*. (Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de México).

<https://repositorio.unam.mx/contenidos?q=estudio%20de%20la%20identidad%20masculina%20con%20perspectiva%20de%20genero>.

Salas, J. (2005). *Hombres que rompen mandatos: la prevención de la violencia*. San José. Lara Segura & Asociados

Sambade, I. (2018). *Masculinidades, cambios sociales y representación en la cultura de masas*.
Revista Brocar 42.
<https://publicaciones.unirioja.es/ojs/index.php/brocar/issue/view/208>.

Sánchez, A García, V y Orcasita, L (2017). *La representación de la masculinidad percibida en jóvenes universitarios en la narrativa de la serie “El Cartel de los Sapos”*. Revista Informes Psicológicos. 17(2).
<https://revistas.upb.edu.co/index.php/informespsicologicos/article/view/7620>

Sarmiento, K. (2018). *Representaciones sociales de la masculinidad en hombres de secundaria de cinco instituciones educativas rurales del departamento del Huila*. (Tesis de Maestría, Universidad Distrital Francisco José de Caldas Bogotá).
<http://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/8915>.

Salinas, P y Romaní, G. (2016). *Hegemonía masculina, freno en equipos mixtos en la minería chilena*. Revista Mexicana de Sociología. 78 (3).
<http://www.revistamexicanadesociologia.unam.mx/index.php/rms/article/view/56793>.

Schongut, N. (2012). *La construcción social de la masculinidad: poder, hegemonía y violencia*. Revista Psicología, Conocimiento y Sociedad. 2 (2).
<https://revista.psico.edu.uy/index.php/revpsicologia/article/view/119>

- Schutz, A. (1993). *La construcción significativa del mundo social: introducción a la sociología comprensiva*. Paidós.
- Taylor, S y Bogdan, R. (1922). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós.
- Trucco, D y Ullmann, H. (2015). *Juventud: realidades y retos para un desarrollo con igualdad*.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38978/S1500718_es.pdf
- Valcuende, J y Blanco, J. (2015). *Hombres y masculinidad ¿Un cambio de modelo?* Revista Maskana. 6 (1). Recuperado de:
<https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/maskana/issue/view/60>.
- Vera, K y Estrada, Y. (2018). *Representación de la masculinidad en la industria cinematográfica estadounidense*. (Tesis de Licenciatura, Universidad del Estado de México).
<http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/94740>.
- Vergara, L. (2014) *¿Cómo estudiar la ciudad? Reflexiones a partir de los aportes de Alfred Schutz*. Revista Geográfica de América Central. (52). Costa Rica. Recuperado de:
<https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/6284/6304>.
- Villalobos, L. (2017). *Enfoques y diseños de investigación social: cuantitativos, cualitativos y mixtos*. San José. EUNED.
- Villalva, C. (2002). *La identidad masculina de Jóvenes indígenas migrantes prostitutos en la ciudad de México*. (Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de México).
https://repositorio.unam.mx/contenidos?c=pQ8wXB&q=la . identidad . masculina . e n . jovenes . indigenas&t=search_0&as=0&d=false&a=-1&v=0.

Anexos

Anexo 1: Consentimientos informados

Consentimiento informado para jóvenes de la comunidad

Fecha:

Versión:

Dirigido a hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote.

Investigación: Las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021.

A. PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN:

Mi nombre es Jeferson Andrés Molina Vega (cédula 207660258) estudiante de Licenciatura en Sociología y estoy realizando mi Trabajo Final de Graduación en la Universidad Nacional de Costa Rica. Esta investigación se denomina “Las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021”.

Para este trabajo se busca como objetivo general analizar las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021. Las representaciones sociales son todas aquellas creencias, ideas, imágenes y percepciones que se tienen de determinado fenómeno, objeto, situaciones u otros hechos de la vida diaria.

Su participación es muy importante para poder llevar a cabo el estudio y obtener resultados que más tarde, permitan comprender lo que se piensa de un metrosexual, con la finalidad de poder

plantear políticas, proyectos u otras investigaciones que se interesen en estas masculinidades en el país.

Lo que se hará, será entrevistarle para conocer su experiencia y opinión de lo que piensa sobre el tema. Para esto, se aplicará una guía de preguntas sobre información general, asimismo relacionadas a la masculinidad y sobre el metrosexual. Esto tomará alrededor de 50 min. En esta investigación además de su persona, puede participar cualquier otro hombre joven de 18 a 35 años que habite en esta comunidad, se espera que participen alrededor de unas 8 personas.

B. ¿QUÉ SE HARÁ?:

Si está de acuerdo en participar, se le aplicará una entrevista que está compuesta por tres partes, en la primera se plantean preguntas generales (por ejemplo, años cumplidos, estado civil, ocupación principal, último año de educación formal y pseudónimo) esta última palabra hace referencia a un alias o sobrenombre que desee utilizar, con respecto a la segunda parte se contemplan interrogantes sobre ideas de la masculinidad y en la última sección se presentan cuestiones asociadas al metrosexual. La entrevista puede realizarse en una ocasión, pero también se puede realizar en dos o más momentos. Esta podrá realizarse en su hogar de residencia; pero, si lo prefiere, puede ser vía remota a través de una plataforma de videoconferencia como Zoom o Google Meet, con una duración de 50 min aproximadamente.

La información será archivada bajo un pseudónimo y será incluida en el documento final de esta investigación. Se podrá además tomar grabaciones en audio o video de los participantes del estudio, siempre que estén de acuerdo, pero no se revelará su identidad.

C. RIESGOS:

Se realizarán preguntas de índole personal, guardando su completa confidencialidad. La participación en este estudio puede significar que usted tenga que identificar situaciones que le lleven a reflexionar sobre su experiencia de vida; pero, en lo posible se espera que las preguntas

no afecten su integridad durante la entrevista, ni después de que termine. Si siente algún tipo de incomodidad con alguna pregunta, tiene la libertad de no responderla.

De ocurrir este tipo de situaciones, como medida se procederá a realizar la siguiente interrogante propuesta, pidiendo las disculpas del caso por el momento experimentado, tratando de generar un ambiente grato para que se pueda continuar con la entrevista.

D. BENEFICIOS:

Como resultado de su participación en este estudio, no obtendrá ningún beneficio directo; sin embargo, la información que usted nos brinde se utilizará para darla a conocer a la academia y a las instituciones públicas y privadas que se interesen en el tema de las masculinidades, para proponer futuros trabajos vinculados a este.

E. ¿QUÉ PASARÁ EN EL FUTURO?

Se mostrará a la población de estudio, un informe en formato virtual e impreso, con los principales resultados obtenidos en la investigación, cuya difusión también será difundida con la colaboración de la Municipalidad y otras organizaciones que trabajen el tema de masculinidades hacia la sociedad en general.

Estos serán presentados en la defensa de tesis, además se espera generar algún tipo de publicación académica como ponencias o artículos científicos, explicando los hallazgos encontrados en este trabajo. Es importante aclarar que se espera la información recolectada dentro de 3 meses a un año.

F. PARTICIPACIÓN VOLUNTARIA:

Su participación en este estudio es voluntaria, esto es que usted participa solo si desea hacerlo. Puede negarse a participar o bien, no contestar algunas de las preguntas que se le realizarán. Asimismo, puede solicitar que terminemos la entrevista en cualquier momento.

G. PARTICIPACIÓN CONFIDENCIAL:

Su participación en este estudio es confidencial, por lo tanto, todas las respuestas que usted realizará se mantendrán bajo un “Pseudónimo”. Solamente el investigador de este estudio tendrá acceso a los documentos que incluirán la información proporcionada. No se le dirá a nadie que usted está participando y no se brindará su información personal sin su permiso. En las publicaciones de los resultados de la investigación, el contenido será manejado de forma confidencial, su nombre y su ubicación específica no serán mencionados en ningún momento.

Antes de decidir si desea participar, usted puede conversar con el investigador, quien debe haber contestado satisfactoriamente todas sus preguntas. Si quisiera más información en el futuro, puede obtenerla llamando al 85709537 con Jeferson Andrés Molina Vega, correo jeferson.sociologo0511@gmail.com, quien es la persona investigadora del estudio y que reside en el distrito central de Grecia. Usted también puede consultar sobre los derechos de las personas participantes en proyectos de investigación en la Ley Reguladora de Investigación Biomédica. Cualquier consulta adicional puede realizarla al Comité Ético Científico de la Universidad Nacional al teléfono 2277-3515, los días lunes, miércoles, y viernes por la mañana (8 a 12 md.) o martes y jueves por la tarde (1 a 5 p.m.).

CONSENTIMIENTO

- He leído y/o me han leído la información sobre este estudio, antes de firmar.
- He hablado con él o la investigadora y me ha contestado todas mis preguntas en un lenguaje entendible para mí.
- Participo en este estudio de forma voluntaria.
- Tengo el derecho a negarme a participar, sin que esto me perjudique de manera alguna.
- Para cualquier pregunta puedo llamar a Jeferson Andrés Molina Vega al siguiente número telefónico: 85709537.
- He recibido una copia de este consentimiento para mi uso personal.

Nombre, cédula y firma de quien participa

Fecha

Hora y lugar

Nombre, cédula y firma del investigador

Fecha

Consentimiento informado a persona con conocimientos sobre masculinidades

Fecha:

Versión:

Dirigido a investigadora (o) en temas sobre masculinidades en el país.

Investigación: Las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020.2021.

A. PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN:

Mi nombre es Jeferson Andrés Molina Vega (cédula 207660258) estudiante de Licenciatura en Sociología y estoy realizando mi Trabajo Final de Graduación en la Universidad Nacional de Costa Rica. Esta investigación se denomina “Las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020.2021”.

Para este trabajo se busca como objetivo general analizar las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021. Las representaciones sociales son todas aquellas creencias, ideas, imágenes y percepciones que se tienen de determinado fenómeno, objeto, situaciones u otros hechos de la vida diaria.

Su participación es muy importante para poder llevar a cabo el estudio y obtener resultados que más tarde, permitan comprender lo que se piensa de un metrosexual, con la finalidad de poder plantear políticas, proyectos u otras investigaciones que se interesen en estas masculinidades en el país.

B. ¿QUÉ SE HARÁ?:

Si está de acuerdo en participar, se le aplicará una entrevista que está compuesta por dos partes, en la primera se plantean preguntas generales (por ejemplo, nombre, formación, ocupación actual, tiempo trabajando en el tema) con respecto a la segunda parte se contemplan interrogantes sobre el contexto de las nuevas masculinidades. La entrevista puede realizarse en una ocasión, pero también se puede realizar en dos o más momentos. Esta podrá realizarse en su hogar de residencia; pero, si lo prefiere, puede ser vía remota a través de una plataforma de videoconferencia como Zoom o Google Meet, con una duración de 50 min aproximadamente.

La información será archivada bajo su nombre y será incluida en el documento final de esta investigación. Se podrá además tomar grabaciones en audio o video de los participantes del estudio, siempre que estén de acuerdo, pero no se revelará su identidad.

C. RIESGOS:

Se realizarán preguntas de índole personal, guardando su completa confidencialidad. La participación en este estudio puede significar que usted tenga que identificar situaciones que le lleven a reflexionar sobre su experiencia de vida; pero, en lo posible se espera que las preguntas no afecten su integridad durante la entrevista, ni después de que termine. Si siente algún tipo de incomodidad con alguna pregunta, tiene la libertad de no responderla.

De ocurrir este tipo de situaciones, como medida se procederá a realizar la siguiente interrogante propuesta, pidiendo las disculpas del caso por el momento experimentado, tratando de generar un ambiente grato para que se pueda continuar con la entrevista.

D. BENEFICIOS:

Como resultado de su participación en este estudio, no obtendrá ningún beneficio directo; sin embargo, la información que usted nos brinde se utilizará para darla a conocer a la academia y

a las instituciones públicas y privadas que se interesen en el tema de las masculinidades, para proponer futuros trabajos vinculados a este.

E. ¿QUÉ PASARÁ EN EL FUTURO?

Se mostrará a la población de estudio, un informe en formato virtual e impreso, con los principales resultados obtenidos en la investigación, cuya difusión también será difundida con la colaboración de la Municipalidad y otras organizaciones que trabajen el tema de masculinidades hacia la sociedad en general.

F. PARTICIPACIÓN VOLUNTARIA:

Su participación en este estudio es voluntaria, esto es que usted participa solo si desea hacerlo. Puede negarse a participar o bien, no contestar algunas de las preguntas que se le realizarán. Asimismo, puede solicitar que terminemos la entrevista en cualquier momento.

G. PARTICIPACIÓN CONFIDENCIAL:

Su participación en este estudio es confidencial, por lo tanto, todas las respuestas serán registradas con sumo cuidado. Solamente el investigador de este estudio tendrá acceso a los documentos que incluirán la información proporcionada. No se brindará su información personal sin su permiso. En las publicaciones de los resultados de la investigación, el contenido será manejado de forma confidencial.

Antes de decidir si desea participar, usted puede conversar con el investigador, quien debe haber contestado satisfactoriamente todas sus preguntas. Si quisiera más información en el futuro, puede obtenerla llamando al 85709537 con Jeferson Andrés Molina Vega, correo jeferson.sociologo0511@gmail.com, quien es la persona investigadora del estudio y que reside en el distrito central de Grecia. Usted también puede consultar sobre los derechos de las personas participantes en proyectos de investigación en la Ley Reguladora de Investigación Biomédica. Cualquier consulta adicional puede realizarla al Comité Ético Científico de la Universidad

Nacional al teléfono 2277-3515, los días lunes, miércoles, y viernes por la mañana (8 a 12 md.) o martes y jueves por la tarde (1 a 5 p.m.).

CONSENTIMIENTO

- He leído y/o me han leído la información sobre este estudio, antes de firmar.
- He hablado con él o la investigadora y me ha contestado todas mis preguntas en un lenguaje entendible para mí.
- Participo en este estudio de forma voluntaria.
- Tengo el derecho a negarme a participar, sin que esto me perjudique de manera alguna.
- Para cualquier pregunta puedo llamar a Jeferson Andrés Molina Vega al siguiente número telefónico: 85709537.
- He recibido una copia de este consentimiento para mi uso personal.

Nombre, cédula y firma de quien participa

Fecha

Hora y lugar

Nombre, cédula y firma del investigador

Fecha

Consentimiento informado a funcionaria (o) municipal**Fecha:****Versión:**

Dirigido a funcionaria (o) de la oficina de gestión social de la Municipalidad de Grecia.

Investigación: Las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021.

A. PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN:

Mi nombre es Jeferson Andrés Molina Vega (cédula 207660258) estudiante de Licenciatura en Sociología y estoy realizando mi Trabajo Final de Graduación en la Universidad Nacional de Costa Rica. Esta investigación se denomina “Las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021”.

Para este trabajo se busca como objetivo general analizar las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021. Las representaciones sociales son todas aquellas creencias, ideas, imágenes y percepciones que se tienen de determinado fenómeno, objeto, situaciones u otros hechos de la vida diaria.

Su participación es muy importante para poder llevar a cabo el estudio y obtener resultados que más tarde, permitan comprender lo que se piensa de un metrosexual, con la finalidad de poder plantear políticas, proyectos u otras investigaciones que se interesen en estas masculinidades en el país.

B. ¿QUÉ SE HARÁ?:

Si está de acuerdo en participar, se le aplicará una entrevista que está compuesta por dos partes, en la primera se plantean preguntas generales (por ejemplo, nombre, tiempo trabajando en la Municipalidad, tipo de formación y ocupación del cargo), con respecto a la segunda parte se contemplan interrogantes relacionadas a las acciones municipales en materia masculinidades. La entrevista puede realizarse en una ocasión, pero también se puede realizar en dos o más momentos. Esta podrá realizarse en su lugar de trabajo; pero, si lo prefiere, puede ser vía remota a través de una plataforma de videoconferencia como Zoom o Google Meet, con una duración de 50 min aproximadamente.

La información será archivada bajo su nombre y será incluida en el documento final de esta investigación. Se podrá además tomar grabaciones en audio o video de los participantes del estudio, siempre que estén de acuerdo, pero no se revelará su identidad.

C. RIESGOS:

Se realizarán preguntas de índole personal, guardando su completa confidencialidad. La participación en este estudio puede significar que usted tenga que identificar situaciones que le lleven a reflexionar sobre su experiencia de vida; pero, en lo posible se espera que las preguntas no afecten su integridad durante la entrevista, ni después de que termine. Si siente algún tipo de incomodidad con alguna pregunta, tiene la libertad de no responderla.

De ocurrir este tipo de situaciones, como medida se procederá a realizar la siguiente interrogante propuesta, pidiendo las disculpas del caso por el momento experimentado, tratando de generar un ambiente grato para que se pueda continuar con la entrevista.

D. BENEFICIOS:

Como resultado de su participación en este estudio, no obtendrá ningún beneficio directo; sin embargo, la información que usted nos brinde se utilizará para darla a conocer a la academia y

a las instituciones públicas y privadas que se interesen en el tema de las masculinidades, para proponer futuros trabajos vinculados a este.

E. ¿QUÉ PASARÁ EN EL FUTURO?

Se mostrará a la población de estudio, un informe en formato virtual e impreso, con los principales resultados obtenidos en la investigación, cuya difusión también será difundida con la colaboración de la Municipalidad y otras organizaciones que trabajen el tema de masculinidades hacia la sociedad en general.

F. PARTICIPACIÓN VOLUNTARIA:

Su participación en este estudio es voluntaria, esto es que usted participa solo si desea hacerlo. Puede negarse a participar o bien, no contestar algunas de las preguntas que se le realizarán. Asimismo, puede solicitar que terminemos la entrevista en cualquier momento.

G. PARTICIPACIÓN CONFIDENCIAL:

Su participación en este estudio es confidencial, por lo tanto, todas las respuestas serán registradas con sumo cuidado. Solamente el investigador de este estudio tendrá acceso a los documentos que incluirán la información proporcionada. No se brindará su información personal sin su permiso. En las publicaciones de los resultados de la investigación, el contenido será manejado de forma confidencial.

Antes de decidir si desea participar, usted puede conversar con el investigador, quien debe haber contestado satisfactoriamente todas sus preguntas. Si quisiera más información en el futuro, puede obtenerla llamando al 85709537 con Jeferson Andrés Molina Vega, correo jeferson.sociologo0511@gmail.com, quien es la persona investigadora del estudio y que reside en el distrito central de Grecia. Usted también puede consultar sobre los derechos de las personas participantes en proyectos de investigación en la Ley Reguladora de Investigación Biomédica. Cualquier consulta adicional puede realizarla al Comité Ético Científico de la Universidad

Nacional al teléfono 2277-3515, los días lunes, miércoles, y viernes por la mañana (8 a 12 md.) o martes y jueves por la tarde (1 a 5 p.m.).

CONSENTIMIENTO

- He leído y/o me han leído la información sobre este estudio, antes de firmar.
- He hablado con él o la investigadora y me ha contestado todas mis preguntas en un lenguaje entendible para mí.
- Participo en este estudio de forma voluntaria.
- Tengo el derecho a negarme a participar, sin que esto me perjudique de manera alguna.
- Para cualquier pregunta puedo llamar a Jeferson Andrés Molina Vega al siguiente número telefónico: 85709537.
- He recibido una copia de este consentimiento para mi uso personal.

Nombre, cédula y firma de quien participa

Fecha

Hora y lugar

Nombre, cédula y firma del investigador

Fecha

Anexo 2: Instrumentos

Entrevista semiestructurada a jóvenes de la comunidad

Estimado vecino de la comunidad del Achiote de Grecia, la siguiente entrevista tiene como finalidad “analizar las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia 2020-2021”. Esta investigación está siendo elaborada por Jeferson Andrés Molina Vega, estudiante de Licenciatura en Sociología de la Universidad Nacional, se garantiza total confidencialidad de la información proporcionada y su uso es exclusivamente para este trabajo.

I PARTE: INFORMACIÓN GENERAL

Fecha: _____

Hora inicio _____

Hora de finalización _____

Número de entrevista _____

Años cumplidos _____

Estado civil _____

Ultimo grado en educación formal _____

Ocupación Principal _____

Pseudónimo: _____

II PARTE: CONCEPCIONES DE LA MASCULINIDAD

1. ¿Para usted qué es un “hombre de verdad”?
2. ¿Cuál considera usted es el ideal o modelo de hombre a seguir? ¿Por qué?
3. ¿Qué características físicas cree usted describen a un “hombre de verdad”? ¿Qué significado tienen para usted?
4. En su opinión qué actividad en la vida diaria le permite a un “hombre de verdad” demostrar su masculinidad
5. Si alguien se considera un “hombre de verdad” en su opinión que actividad no podría realizar en su vida diaria

6. ¿Para usted cuál es una ventaja de ser hombre en la sociedad?
7. Siempre se nos ha dicho que los hombres no somos mujeres entonces ¿Cuáles considera usted son aquellas cosas que hacen las mujeres que no debería hacer un hombre?
8. ¿Qué es para usted un hombre afeminado?

III PARTE: REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE EL METROSEXUAL

9. ¿Cuándo escucha la palabra metrosexual que es lo primero que se le viene a la mente?
10. ¿Cómo se podría describir físicamente a un hombre metrosexual?
11. ¿Cuáles cree usted son las principales partes del cuerpo de cuidado de un metrosexual?
12. ¿Por qué medios ha escuchado el concepto metrosexual?
13. ¿Qué tipos de comentarios ha escuchado cuando se refieren a un metrosexual?
14. ¿Cómo cree usted es el estilo de vida de un metrosexual? ¿cómo es la alimentación? ¿forma de vestir? ¿con qué tipo de personas sale? ¿sus gustos?
15. ¿Podría decirme cómo identifica usted a un hombre metrosexual? ¿por qué de esa manera? ¿a quién podría darme de referencia?
16. ¿Considera usted que un metrosexual es masculino? ¿cómo muestra esa masculinidad?
17. ¿Cómo cree usted que son vistos los metrosexuales en el entorno que viven actualmente?
18. ¿Para usted cuáles son las principales actividades que un metrosexual hace en su vida diaria?
19. ¿Cuál cree usted que son las razones por la que un hombre decide ser metrosexual?
20. ¿En qué etapa de la vida cree usted que un hombre empieza a realizar actividades relacionadas a la metrosexualidad? ¿por qué?

¡Muchas gracias por la información!

Entrevista semiestructurada a investigador (a) en temas de las masculinidades

Entrevista semiestructurada
I PARTE: PREGUNTAS GENERALES
<p>Fecha:</p> <p>Hora de Inicio:</p> <p>Hora de Finalización:</p> <p>Nombre:</p> <p>Formación:</p> <p>Ocupación actual:</p> <p>Tiempo trabajando en el tema:</p>
II PARTE: EL CONTEXTO DE LAS NUEVAS MASCULINIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué la impulsó a usted para trabajar el tema de las masculinidades? 2. ¿Cuáles son las actividades cotidianas que según su opinión realizan los hombres en los últimos años y que anteriormente no? 3. ¿En qué ámbitos se puede decir que se continúa presentando resistencias en los hombres? 4. ¿A partir de que elementos definiría las nuevas identidades masculinas? ¿Cómo cree usted que se presentan en Costa Rica? 5. ¿Cuáles factores han influido en el surgimiento de nuevas identidades masculinas en el país? 6. ¿Cómo cree usted que se visualiza un metrosexual en Costa Rica? 7. ¿Cómo se podría describir la persona metrosexual costarricense? ¿Características físicas? ¿Qué lugares visitaría? ¿Qué actividades haría cotidianamente? 8. ¿Cuál cree usted es la posición que ocupa un metrosexual en las relaciones entre masculinidades? 9. ¿En cuáles ámbitos se puede ver de forma despectiva y positiva un metrosexual? ¿Cuáles pueden ser las causas de esto? ¿Qué tipo de comentarios pueden surgir en las personas? 10. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan las nuevas masculinidades en el país, especialmente la metrosexual? 11. ¿Qué aportes daría usted que no se dieron en esta entrevista para desarrollar el tema de las nuevas masculinidades, especialmente la metrosexual?

Entrevista semiestructurada a funcionaria (o) de la Municipalidad de Grecia

Entrevista semiestructurada
I PARTE: PREGUNTAS GENERALES
<p>Fecha:</p> <p>Hora de Inicio</p> <p>Hora de Finalización</p> <p>Nombre:</p> <p>Tiempo trabajando en la Municipalidad</p> <p>Tipo de Formación</p> <p>Ocupación del cargo</p>
II PARTE: Acciones municipales en materia masculinidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Para usted cual ha sido el papel que se le ha otorgado a los hombres en la sociedad costarricense? 2. ¿En cuales espacios del cantón cree usted que se refleje más la masculinidad hegemónica? ¿por qué? ¿Qué tipos de comentarios pueden surgir? 3. ¿Qué cambios en el papel que han obtenido los hombres en la sociedad haría usted? ¿Por qué? ¿Cómo se podría iniciar? 4. ¿Cuál es la razón por la que no se trabajen temas relacionados a la masculinidad a nivel local? 5. ¿Qué tipos de acciones ha tomado esta instancia en materia de masculinidades? ¿cuáles resultados han obtenido? ¿con cuales instancias han trabajado? 6. ¿Cuáles cambios en el tema de las masculinidades se pueden percibir en el cantón, especialmente en población joven? 7. ¿Cuáles cree usted son las causas que provocan desiguales entre los hombres? ¿A nivel institucional como cree usted que se puede trabajar ese tema? 8. ¿Considera que aspectos de la feminidad es un tema tabú entre los hombres? ¿por qué? 9. ¿Se ha investigado sobre las principales actividades cotidianas que desarrollan los hombres jóvenes del cantón? ¿Por qué? 10. ¿En materia de masculinidades que esfuerzos deben realizarse para ir disminuyendo las desigualdades intragenéricas?

Matriz de diario de campo

El siguiente diario de campo pretende contribuir en el análisis de las representaciones sociales sobre el metrosexual de hombres jóvenes de 18 a 35 años que habitan en la comunidad del Achiote de Grecia. Esta técnica forma parte de la investigación que está siendo elaborada por Jeferson Andrés Molina Vega, estudiante de Licenciatura en Sociología de la Universidad Nacional. La información recolectada será confidencial para no dañar la integridad de alguna persona presente al momento de la realización de la técnica.

Fecha:

Hora:

Número de nota/bitácora:

Eje temático	Lenguaje no verbal presentado (gestos, expresiones, tono de voz, etc.)	Observaciones	Aprendizajes
Masculinidad Hegemónica			
Representaciones Sociales sobre el metrosexual			
Masculinidades			

Fuente: Elaboración propia 2020

Anexo 3: Fotografías de la comunidad

Fotografía. 1

Calle principal de la comunidad del Achiote

Fecha: 9 de diciembre de 2020



Fuente: Captura propia

Fotografía. 2

Escuela pública de la comunidad

Fecha: 9 de diciembre de 2020



Fuente: Captura propia

Fotografía 3.

Iglesia católica del Achote

Fecha: 9 de diciembre de 2020



Fuente: Captura propia

Fotografía .4

Comercio de la comunidad

Fecha: 6 de enero 2021



Fuente: Captura propia

Fotografía. 5

Salón comunal del Achiote

Fecha: 6 de enero de 2021



Fuente: Captura propia

Fotografía. 6

Parque infantil de la comunidad

Fecha: 6 de enero de 2021



Fuente: Captura propia

Anexo 4: Cuadros resumen de resultados

Categoría: Masculinidad hegemónica			
Mandatos de la masculinidad hegemónica			
Ideas sobre el papel que juega el hombre en la sociedad (preguntas 1, 2, 6)	Narrativas que describen la apariencia de un “hombre de verdad” Preguntas (3)	Ideas que describen la no feminidad de un “hombre de verdad Preguntas (7, 8)	Narrativas sobre actividades cotidianas que hace un “hombre de verdad” Preguntas (4, 5)
Hombre de verdad	Físico musculoso 2 casos: (“Andrés”, 28 años), (“Juan”, 20 años)	Huida de la feminidad	Actividad que permite demostrar masculinidad
<p>Hombre biológico</p> <p>2 casos: (“Alonso”, 25 años), (“Luis”, 25 años)</p> <p>Cualquier hombre es de verdad, no hay alguno que tenga que cumplir este ningún tipo de responsabilidades, di cualquier hombre que se ve como tal es un hombre de verdad, por que ponerle alguna restricción. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Para mí un hombre de verdad es cualquier hombre, porque osea no me considero nada machista, entonces con el hecho de ser hombre ya lo es, es cualquier persona que nazca hombre. (“Luis”, 25 años)</p>	<p>Tendría que ser un hombre que sea alto, corpulento, que tenga liderazgo, que tenga presencia, que cuando él hable se ponga atención, con esto quiero decir que cuando usted habla no lo hace por hablar, sino que usted ve a una persona que sabe, con el tamaño casi siempre se ve con fuerza. (“Juan”, 20 años)</p> <p>Un poco musculoso, esbelto, no se talvez que sea alto, aunque eso no se pueda manejar o controlar, pero ese es el ideal que nos venden, di que tenga cierto corte de cabello, que no tenga el cabello largo, que n se pinte las uñas, que no cosas así, pero desde mi perspectiva en la parte física di al final los hombres pueden tener muchísimas peculiaridades verdad y eso no los definen. (“Andrés”, 28 años)</p>	<p>El hombre no se maquilla</p> <p>3 casos: (“Esteban”, 32 años), (“Carlos”, 26 años), (“Luis”, 25 años).</p> <p>Para mí principalmente es como más de estética, como un hombre que se maquilla para mí no es hombre o por las expresiones que usa, el movimiento corporal a veces, que uno vea moverse una persona moverse así y entonces uno ya dice entonces este no es hombre, digamos ser sentimental, también uno lo asocia a las mujeres. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>En cuanto a apariencia física a mí no me parece que un hombre vaya y se pinte las uñas, porque eso ya sería muy extraño verdad, cosas así, talvez maquillarse o usar ropa de mujer, osea ir a una tienda de ropa de mujer. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Puede ser maquillarse en exceso, yo no lo haría porque siento que sería mal visto por la sociedad. (“Luis”, 25 años)</p>	<p>El trabajo</p> <p>3 casos: (“Juan”, 20 años), (Andrey, 28 años), (“Carlos”, 26 años)</p> <p>En el trabajo. (“Juan”, 20 años),</p> <p>Diay el trabajo pues es algo honrado, (“Carlos”, 26 años)</p> <p>El trabajo físico, porque en muchos casos el hombre tiene más resistencia que la mujer, talvez como un trabajo de construcción más de fuerza. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Deporte</p> <p>2 casos: (Carlos, 26 años), (Andrés, 28 años)</p> <p>El deporte, cualquier deporte ya sea fútbol, básquetbol, voleibol, natación. (“Carlos”, 26 años),</p> <p>Generalmente uno asocia que el deporte, el ejercicio verdad, porque casi siempre se hace la relación como de fuerza como con el hombre verdad, entonces di creo que es</p>
<p>Hombre con valores, responsable</p> <p>4 casos: (“Juan”, 20 años), (“Carlos”, 26 años), (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Sería un hombre que tiene claro sus principios y valores, que sea responsable, que sepa tratar a una mujer, que tenga responsabilidad con sus hijos, casa y su familia. (“Juan”, 20 años)</p> <p>Diay un hombre con valores, un hombre responsable, con valores éticos, una persona que sepa cómo llevar los roles de la vida por decirselo así. (“Carlos”, 26 años)</p>	<p>Pene lo define</p> <p>3 casos: (“Luis”, 25 años), (“Pedro”, 21 años) (“Alonso”, 25 años)</p>	<p>No usar juguetes de mujeres</p>	

<p>Pues puede ser una persona que tenga valores, que respeta a sus semejantes ya sea hombre o mujer, niños o niñas y que sea un hombre de bien como dicen verdad. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Es un hombre que respeta, valora, cuida y es responsable con todas las personas. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>El hombre trabajador y valiente</p> <p>1 caso: (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Un hombre de familia [pensando], trabajador, no necesariamente tiene que tener hijos, pero podría tenerlos a futuro [pensando], un mae valiente, un mae que no le tiene miedo a nada, hasta digamos, hasta que pelea y todo [risas] (“Esteban”, 32 años)</p> <p>El hombre seguro de sí mismo</p> <p>1 caso: (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Para mi di un hombre de verdad, yo creo que como le digo no se si yo podría definir algo así por el hecho de que depende mucho de personalidades etcétera, pero creo que sería simplemente un hombre que se sienta bien siendo el mismo, que se sienta confiando y que se sienta tranquilo como es básicamente lo que yo pensaría, que se sienta contento. (“Andrés”, 28 años)</p>	<p>Podría decirle que tenga pene, testículos y simplemente eso, siento que es lo que lo diferencia de las mujeres. (“Luis”, 25 años)</p> <p>Para mí un hombre puede ser cualquiera, lo único que lo hace ser hombre para mi es que tenga pene, es como lo que lo define. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Diay el miembro [risas], sería así de sencillo, pues el órgano que le permite reproducirse y le permite sentir placer y que le permite hacer sus necesidades básicas. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Valores</p> <p>1 caso: (“Carlos”, 26 años)</p> <p>En mi opinión la descripción va más en los valores, que en la personalidad física (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Expresiones corporales</p> <p>1 caso: (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Primero que todo el porte, la forma en la alguien se presenta, digamos un mae en la forma en la que se expresa, la forma en la que camina. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Características “varoniles”</p> <p>1 caso: (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Para que se distinga más cabello corto, con bigote, pueden ser esas características que más describen a un hombre, dado que muestran más varonilidad, porque más que todo se ve en el hombre que tiene barba, usa el pelo corto y se distingue físicamente. (“Andrey”, 28 años)</p>	<p>2 casos: (“Alonso”, 25 años), (“Juan”, 20 años)</p> <p>Ver a un chiquito jugando con barbies, no sé, no es algo que uno esté particularmente acostumbrado y diay yo tuve una infancia que estuvo muy marcada, yo jugué con carritos y las mujeres con muñecas, incluso el trompo era para más los hombres y los yaxes más de mujer, ese tipo de cosas todavía yo llego a una casa y hay un chiquito al que le compraron una cocinita me va a parecer extraño. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Di la verdad no debería jugar con muñecas, además de que un hombre no debería manejar mal porque se parece a una mujer, que le guste pintarse cosas así. (“Juan”, 20 años)</p> <p>Mujeres y hombres pueden hacer lo mismo</p> <p>2 casos: (“Andrés”, 28 años), (“Andrey”, 28 años)</p> <p>No siento que haya cosas que deberían de limitarse por el género de alguien como que sea algo que solo hombre o mujeres puedan hacer y que el otro no. (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Como los tiempos han cambiado, yo creo que los hombres como las mujeres pueden hacer cualquier cosa (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Funciones biológicas</p>	<p>di la parte física que se me viene a la mente. (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Cuidar a la mujer</p> <p>1 casos (Luis, 25 años)</p> <p>Yo como persona trataría de cuidar a una mujer, protegerla, no como a manera de demostrar sino como aprendizaje algo así, porque el hombre tiene que cuidar más a la mujer, porque es más fuerte. (“Luis”, 25 años)</p> <p>Cualquier actividad que haga un hombre</p> <p>2 cosas: (Alonso, 265 años), (Pedro, 21 años)</p> <p>Yo creo que cualquiera digamos, ya sea en casa, trabajando, haciendo deporte, hay muchos hombres que se cierran y dicen que yo soy hombre y no puedo llorar, osea no, es algo que no tiene nada que ver. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Cualquier hombre que desarrolle todo tipo de actividad, ya sea de fuerza, laboral de escritorio, como secretario, enfermero, ninguna de esas limita que sea un hombre de verdad, para mi todos van en el mismo saco. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Reunirse con los amigos</p> <p>1 caso: (Esteban, 32 años)</p> <p>Digamos es una actividad que hacen muchos los hombres es reunirse con sus amigos, por ejemplo, ir a jugar fútbol, ir a un bar, ir al departamento con un grupo de</p>
--	--	---	---

		<p>2 casos: (“Pedro”, 21 años), (“Andrey”, 28 años)</p> <p>pero en si algo que en definitiva un hombre no puede hacer y una mujer si, di pues un parto es como lo más lógico (“Andrey”, 28 años)</p> <p>A parte de tener un hijo que imposible para un hombre, la menstruación, porque cualquier actividad que hace una mujer lo puede hacer un hombre o cualquier otro género. (“Pedro”, 21 años)</p>	<p>amigos, hablar de lo que sea, de fútbol, de películas, me entiende, porque un hombre cuando se reúne con otros amigos siempre es como yo hago esto, yo soy más acá, como que siempre digamos como que otros hombres uno compite para ver, para decírselo así, cuando uno se reúne con amigos para hablar por ejemplo de sexo, yo estuve con este y aquí, entiende, como para mostrar su masculinidad. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Cordialidad con otras personas</p> <p>1 caso (Juan 20 años)</p> <p>Un hombre que este en el autobús y que vaya una señora mayor que le quiera dar el campo, ya ahí demuestra masculinidad, porque usted está demostrando sus buenos valores, que le ayude a cruzar la calle a una señora mayor, que ayude a una persona que esté en una necesidad en la calle, cosas así. (“Juan”, 20 años)</p>
Modelo de hombre a seguir		El hombre afeminado	Actividad que no podría realizar un hombre
<p>El papá</p> <p>2 casos: (“Esteban”, 32 años), (“Luis”, 25 años)</p> <p>Es mi papá, un hombre trabajador, de hogar, que siempre está ahí cuando uno lo necesita que siempre lo aconseja a uno, que por ejemplo en los momentos difíciles ahí está a</p>		<p>Movimiento al caminar</p> <p>4 casos: (Esteban, 32 años), (Carlos, 26 años), (Luis. 25 años), (Andrés, 28 años)</p> <p>Depende el movimiento que camina, obviamente es como el principal cuando usted ve a alguien que camina diferente (“Esteban”, 32 años)</p>	<p>Vestirse como mujer</p> <p>3 casos Luis 25 años, Andrey 28 años, Andrés 28 años</p> <p>Vestirme como mujer, con tacones, enagua, pantalones apretados, aunque si lo usaría, maquillarse, aunque me maquillaría como detalles. (“Luis”, 25 años)</p> <p>No podría ser vestir como mujer, pues está usando algo más femenino, dígamole un</p>

<p>pesar de problemas que tiene con mi mamá digamos es algo totalmente aparte, también es una persona que un hombre que es como el papá presente, no es el papá que solo dedica a darle plata o a una pensión, osea que también tiene que estar físicamente, está hasta cuando uno está conociendo a alguien, un consejo o así, para mi es el modelo a seguir, con un carácter así, muy parecido a del él, comprensivo, cariñoso, él le tiene que decir a uno te quiero y abrazarlo, más bien si uno no lo hace se siente como que aparte. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>El que siempre he seguido y me gusta por cómo me crio pues mi padre, sin embargo, si veo sus errores y trato como de no seguir esos pasos, lo sigo por admiración, pues su forma de tratar a las personas, que es un muy trabajador y son cualidades que admiro mucho. (“Luis”, 25 años)</p> <p>El hombre responsable</p> <p>3 casos: (“Alonso”, 25 años), (“Pedro”, 21 años), (Andrés, 28 años)</p> <p>El modelo a seguir de un hombre es una persona responsable, [pensando] respetuosa: (“Alonso”, 25 años),</p> <p>Primero para mi digamos es ser respetuoso, cero irrespetos a cualquier persona, responsable porque es ser responsable con todo, ya sea que tenga una familia y los dos trabajen si pueden y si alguien se queda en la cada que uno se haga responsable por todo, pagar cuentas, que no sea machito. (“Pedro”, 21 años)</p>		<p>Talvez un hombre que tenga características femeninas, como el caminado. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>En la forma de caminar, un hombre que se relacione con sus amigas, con solo mujeres y a los hombres no, (“Luis”, 25 años)</p> <p>La forma de expresarse, también como los movimientos y gestos y también como le digo muy estilizado al momento de moverse cosas así verdad, (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Formas de hablar</p> <p>5 casos: (“Esteban”, 32 años), (“Juan”, 20 años), (“Carlos”, 26), (“Luis”, 25 años), (“Andrés”, 28 años)</p> <p>5 casos: (“Esteban”, 32 años), (“Juan”, 20 años), (“Carlos”, 26), (“Luis”, 25 años), (“Andrés”, 28 años)</p> <p>La voz, aunque no toda verdad, (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Para mí es que hable más agudo de lo normal, (“Juan”, 20 años)</p> <p>La forma de hablar a veces (“Carlos”, 26).</p> <p>Como que trate de actuar como mujer en el hablado, para mí eso se puede notar un poco como cuando usa expresiones como ¡ay, no!, (“Luis”, 25 años)</p>	<p>sostén o así que es algo que el hombre prácticamente no utiliza verdad o talvez una enagua o tacones. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Yo veo como muy normal que un hombre haga lo que sea, entonces uno pensaría que vestirse con ropa femenina o algo así verdad, pero igual hay hombres que lo hacen, entonces no creo que sea una verdad, pero es la que más podría pensar. (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Tener muchas amigas</p> <p>1 caso: (“Esteban” 32 años)</p> <p>Un hombre no debería de andar con amigas, digamos un hombre es homosexual porque el grupo de amigas lo acepta eso es algo típico, por ejemplo, yo que tengo muchas amigas me dicen mae usted es gay y yo no. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Machismo</p> <p>1 caso (“Juan”, 20 años)</p> <p>Machismo [risas] sería muy importante, porque si usted se cree mejor que alguien no está demostrando buenos valores, porque el machismo es como un punto de discriminación que eso no lo hace un hombre de verdad, también cuando alguien necesitado está pidiendo ayuda e ignorarlo, eso no lo haría un hombre de verdad. (“Juan”, 20 años)</p> <p>Actividades ilegales</p> <p>1 caso (“Carlos” 26 años)</p>
---	--	--	--

<p>Sería para mí un hombre que sea independiente, que sea responsable (“Andrés”, 28 años)</p> <p>El hombre de familia</p> <p>2 casos: (“Juan”, 20 años), (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Un modelo de hombre a seguir sería que tenga una vida familiar estable y una vida laboral estable, que ninguna se relacione entre sí, que los problemas del trabajo no los lleve a la casa. (“Juan”, 20 años)</p> <p>(...) cabeza de familia, porque siempre digámosle es un hombre que lucha por su familia, de sus seres queridos. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>El hombre que busque superarse</p> <p>2 casos: (“Andrés”, 28 años), (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Una persona que esté buscando siempre progresar, una vida mejor, yo creo que sería como el ideal, son creo las de un hombre a seguir porque al final yo creo es lo que uno debería buscar siempre y siempre mejorando di en el curso que va siendo en la vida. (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Un hombre que tenga muchos deseos de crecer tanto como persona como en sus actividades diarias, ya sea de trabajo o a lo que se dedique, ya sea que quiera tener familia o no, que quiera casarse o no. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>El hombre de principios y valores</p>		<p>Para mi seria que tenga como comportamientos, gestos y cosas así delicadas, como decir como suaves, el tono de voz, (“Andrés”, 28 años)</p> <p>La forma de vestir</p> <p>3 casos: Alonso, 25 años), (Carlos, 26 años), (Pedro. 21 años)</p> <p>Los hombres que son afeminados visten muy bien, en comparación con hombres[risas] que el sentido de la vestimenta no se desarrolló mucho, suelen ser más ordenados, como esas cosas, pero no tengo problemas, tengo muchos amigos que son afeminados, homosexuales y no veo que esté mal, sino simplemente es su forma de ser, de actuar. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Es uno que viste como mujer, que use calzón o hilo, brasear, tacones, las blusas cortas en muchos hombres, osea que se sientan mujeres, que sean doble cara. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>La forma de vestir, me entiende, para mi es algo afeminado. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Cuidan su aspecto físico</p> <p>3 casos: (“Esteban”, 32 años), (“Juan”, 32 años), (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Se echa polvos me entiende, o un hombre muy metrosexual, se echan polvos esas varas como el principal, se seca mucho las cejas y uno ya los ve diferentes (“Esteban”, 32 años)</p>	<p>Actividades ilegales, pero todos al fin y al cabo cometemos errores en un sin fin de situaciones, por ejemplo, que, si alguien hace actividades ilegales o negocios oscuros todo eso, podría ir por ahí. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Menstruar</p> <p>1 caso: (“Alonso” 26 años)</p> <p>Diría que menstruar, pues no veo ninguna limitante, cualquier actividad que pueda realizar alguna persona o un hombre, lo que no pueda realizar sería tener menstruación (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Todas las actividades,</p> <p>1 caso: (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Todas puede hacer, puede hacer todas. (“Pedro”, 21 años)</p>
--	--	--	--

<p>1 caso: (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Un hombre con valores, con principios, me entiende, porque digamos para mi desde este punto de vista, son más importantes los valores éticos que por ejemplo el dinero, la apariencia física, debería ser una persona responsable, honesto, puede ser liberal. (“Carlos”, 26 años)</p>		<p>Un hombre que cuide su aspecto físico, como se ve, como lo ven las demás personas, para mi es que hable más agudo de lo normal, y en lo físico que le gusta usar base, polvos que le gusta andar bien peinado, las uñas bien cortadas. (“Juan”, 32 años)</p>	
<p>Ventaja de ser hombre en la sociedad</p>			
<p>Mejor salario y más contrataciones</p> <p>2 casos: (“Alonso”, 25 años), (“Luis”, 25 años)</p> <p>Aunque haya normas que prohíban la desigualdad salarial, aún hay casos más marcados sobre todo en el sector privado donde el hecho de ser hombre se refleja más, esas son las más visibles. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Mae creo que, si hay preferencia en cuanto algunos trabajos, si creo que aún hay preferencia en escoger un hombre antes que una mujer, por muchas razones, por el hecho de que si son trabajos pesados naturalmente el hombre yo creo que él es más fuerte (“Luis”, 25 años)</p> <p>Tener mayores libertades</p> <p>3 casos: (“Andrés”, 28 años), (“Pedro”, 21 años), (“Juan”, 20 años)</p> <p>Yo siento que el hecho de que a veces hay menos limitaciones a la hora de comportamiento o libertades, de cómo las cosas que usted tiene derecho o no desde que usted es pequeño, desde la escuela, en la casa en todo lado siempre están cuidando a la</p>		<p>Puede ser como que se cuidan más, que son más detallistas con su físico digamos, tratan de cuidarse más estéticamente, pero ya es cuestión de cada persona, no estoy en contra, todas las personas tienen sus diferentes gustos, sus formas de ser. (“Andrey”, 28 años)</p>	

<p>mujer, siempre tiene más peligro y cosas así. (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Diay la única ventaja es que un hombre puede tomar, emborracharse drogarse, o sea un hombre puede llegar a un bar emborracharse, que cuesta mucho que un hombre u otra mujer abusen de él o lo hagan sentir incomodo o va tarde caminando, con el miedo de que me van asaltar. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Una ventaja que consideran muchos hombres es que un hombre puede andar con muchas mujeres o parejas, no se ve de mala forma, pero una mujer que anda con varias parejas se nota muy feo. (“Juan”, 20 años)</p> <p>No hay privilegios, es cuestión de clase social</p> <p>1 caso: (Esteban, 32 años)</p> <p>Una ventaja que tenga sobre una mujer uno diay[pensando], sería más clase social que ser hombre o mujer, porque digamos hay que olvidarse que ser hombre tiene privilegios, pero igual uno se tiene que matar igual que una mujer. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Menos acoso callejero</p> <p>1 caso: (Alonso, 25 años)</p> <p>Vamos a ver hay muchas, el simple hecho de no recibir acoso callejero, se puede dar, pero es menor (“Alonso”, 25 años)</p> <p>No realizar labores domesticas</p> <p>1 caso: (Carlos 26 años)</p>			
---	--	--	--

<p>Los hombres no hacen labores domésticas, que los hombres solo tienen que trabajar, no tienen que cuidar a los niños y todo eso, (“Carlos”, 26 años)</p> <p>El no ser discriminado</p> <p>1 caso: (Andrey, 28 años)</p> <p>Puede ser que se discrimina menos, en algunas cosas que realiza el hombre que para muchas personas la mujer no puede hacerlo verdad. (“Andrey”, 28 años)</p>			
--	--	--	--

Categoría: Masculinidad hegemónica								
Acciones institucionales (municipal) en materia de masculinidades								
Discriminación entre los hombres	Cambios en el papel de los hombres en la sociedad	Temas tabúes para los hombres	Cambios en los comportamientos	Lugares donde se refleja la masculinidad hegemónica	Temas sobre masculinidades que se han abordado	Acciones que se han realizado en materia de masculinidades	Acercamiento con otras directrices	Se ha investigado sobre actividades masculinas
<p>Talvez la competencia entre ellos, el machismo hace que compitan, la parte está de infidelidades, entonces la parte esta del macho, del don juan, del que entre más mujeres tengo más hombre soy, que entre más (pensando) conquistas tenga más carga soy, entonces puede ser que por ahí se discrimine o se compita entre hombres, pero los hombres han crecido, o sea ya nacen con el marcador a favor, entonces entre ellos compiten como quien tiene el mejor carro, s se compró un Hyundai ahora yo quiero un BMW, a ese nivel, que bebe más, quien aguanta más, quien es más rajón como decimos a lo tico, creo que a ese nivel, a través institucional sería trabajando masculinidades, sería</p>	<p>Transversalizar los géneros</p> <p>Es que no solo pertenece a un género, o sea y ya se ha hecho mucho siempre, se ha educado, se trabaja desde una teoría sexo-género, se trata de intervenir transversalmente desde los géneros, lo que pasa es que, yo haría es que el hombre sea consciente que tiene un poder, que es dominante y controlador y que él tiene que compartir ese poder, porque le conviene tenerlo, la transversalidad debería de tener equidad, igualdad y por supuesto trabajarlo desde un enfoque de los derechos humanos y sobre todo los de la</p>	<p>Hablar de sus problemas, hablar de su sensibilidad, un tema tabú en un hombre es llorar, eso es lo peor, porque un hombre no puede expresar un sentimiento, expresar inconformidad, porque hemos sido castigados ellos como nosotras, porque nos podemos expresar por eso no tratan de llorona, de quejonas, de históricas, las mayores incapacidades que tiene la caja son porque son mujeres</p>	<p>Tal vez sí, sí han trabajado, se han hecho espacios activos, pero no sabría el impacto, yo esperarí no se lo puedo afirmar, pero sí esperarí que sí se hayan hecho cambios pequeños hay poquito, por ejemplo canal 5 ahí si voy a mencionar la empresa, es una empresa que nunca dice que no a estos temas, incluso se han hecho conversatorios sobre temas de violencia sobre todo involucrando esta masculinidad sensible, positiva, entonces todo el año pasado en noviembre se transmitió por super 5, durante un mes completo una campaña sobre la violencia doméstica, involucrando la</p>	<p>El mayor es la casa sobre todo porque al ser el ámbito privado se guarda mucho silencio o a veces se toma como un deber o como un derecho de que el hombre mantenga esa hegemonía sobre la mujer, a nivel público en los espacios laborales, en el espacio salarial, los espacios políticos, los cargos que ocupan las mujeres con respecto a los hombres y los puestos pueden ser más importantes o igual que los hombres, pero el salario es menor.</p>	<p>Hace muchos años, como en el 2012, se trajo al instituto WEM, trabajaron como por cinco años, se trabajó básicamente eso el patriarcado, el manejo de emociones, porque igualmente se piensa que al hombre se le baja su agresión, puede ser más cariñoso, etcétera, yo no creo tanto en eso, al hombre hay que enseñarlo al igual que la mujer, es una formación desde chiquitos, esto</p>	<p>Básicamente esa de capacitaciones con el WEM, con la Red Cantonal Contra la Violencia (RCCV), se ha incorporado la red nacional de hombres y se ha traído especialistas o profesionales que están dentro de la red de masculinidades o algo así se llama, entonces se han dado charlas, cuando se trabaja por ejemplo, un 25 de noviembre que son temas de violencia</p>	<p>Este si claro que sí, de hecho son muchos años que quiero hacer una política de género, vamos a ver si este año puedo, más cuando uno trabaja esta áreas, porque uno conoce otras municipalidades o instituciones que pueden hacer política de género local, partiendo de la PEIG que es la de primera que se conoce y con la red contra la violencia se trabaja con el PLANNOVI con los ejes que este tiene, más que todo con los ejes</p>	<p>No investigación, porque creo que es un tema que para nosotros no sea como una prioridad, talvez de que el comité de la persona joven tenga esa información y yo la desconozca, sin embargo, por lo que conozco creo que no se ha hecho algo así verdad y también porque persona joven es incluir desde los 12 a 35 y mucha de esa población de 35 es económicamente activa PEA como se les dice, están en una</p>

<p>trabajando formación sexo-género verdad que para mí es una de las bases más fuertes para explicar cómo se ha dado esta socialización y también trabajando con masculinidades positivas, que estas un amigo me decía que no las entiende, porque se cree que ahora los van a poner a barrer o a lavar, porque así es como lo han descrito, las nuevas masculinidades implican una revisión a como los procesos de socialización han hecho que hombres y mujeres asuman los roles.</p>	<p>mujer, que mentira que se cumplen los derechos humanos, siempre se mantiene el lado que más se conviene, entonces transversalizar cualquier acción desde el género, implica ver esa igualdad, esa equidad, es necesario transversalizar esos componentes porque la mujer ha estado un posición discriminatoria en cualquier ámbito, político, económico, social, familiar, sobre todo familiar.</p>		<p>masculinidad, entonces de alguna manera digamos se han sensibilizado algunas instituciones y se han involucrado con nosotros</p>		<p>no lo hice yo, se trajo como le decía al instituto WEM y era sesiones semanales, como una vez a la semana que se trabajaba como en el manejo de la ira, del estrés, impulsividad, todo ese tipo y se trabajó con hombres de todo tipo, esos grupos son abiertos del todo el cantón, habían sesiones donde se trabajaba con 50 hombres.</p>	<p>contra la mujer, trabajamos un poquito esa masculinidad y sobre todo por masculinidades positivas, no es que pensemos que el hombre tiene la culpa no, es que el hombre forma parte del fenómeno que hablábamos antes verdad del patriarcado, pero si tiene una responsabilidad muy alta dentro de las relaciones</p>	<p>de masculinidades, población vulnerable, emprendimientos o apoyo a las mujeres emprendedoras, la población niñez que desde acá se asiste en las juntas de protección de la niñez y adolescencia, el cantón si tiene a nivel local una política de niñez y adolescencia que también es eje.</p>	<p>área con la que una trabaja, sufren desempleo, de este fenómeno de la violencia que hemos estado hablando, no sé si el INEC tiene ese datos, pero nosotros esa información no la hemos desarrollado.</p>
---	--	--	---	--	---	--	---	---

Categoría Representaciones Sociales						
Objetivación		Anclaje		Núcleo Central	Núcleo periférico	
Indicador: Narrativas de la población de estudio sobre características físicas de un metrosexual Preguntas (9,10, 11)	Indicador: Medios por los cuales la población de estudio ha escuchado el concepto metrosexual Preguntas (12, 13)	Indicador: Narrativas sobre el estilo de vida de un metrosexual Pregunta (14)	Indicador: Narrativas sobre cómo se identifica un metrosexual Pregunta (15)	Indicador: Construcción de las representaciones sociales sobre el metrosexual Pregunta (16, 17)	Indicador: Creencias sobre actividades que realiza en la vida cotidiana un metrosexual Pregunta (18)	Indicador: Creencias sobre el surgimiento del hombre metrosexual Pregunta (19, 20)
Que se le viene primero a la mente	Medios por donde ha escuchado el concepto	El hombre que mantienen un estilo de vida saludable	Por la forma de vestir	Es masculino un metrosexual como lo demuestra	Una vida normal, pero de cuidados	Razones por las que se decide ser metrosexual
<p>El hombre que cuida su apariencia</p> <p>4 casos: (“Alonso”, 25 años), (“Luis”, 25 años), (“Pedro”, 21 años), (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Precisamente que son hombres que se cuidan mucho por su aspecto, entonces andan bien arreglados, con las cejas bien arregladas, la barba en perfecto estado, por lo general visten impecablemente, se preocupan mucho en la forma en que se ven y sentirse bien, en la forma de hablar y esas</p>	<p>Redes sociales</p> <p>3 casos: (“Juan”, 20 años), (“Carlos” 26 años), (“Andrey” 28 años).</p> <p>Yo más que todo por redes sociales, Facebook, Instagram y así. (“Juan”, 20 años)</p> <p>Por redes sociales como Facebook. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Internet más que todo, más que todo en Facebook, porque es donde se ve muchas discriminación y varas así, lo he visto como en</p>	<p>7 casos: (“Esteban”, 32 años), (“Alonso”, 32 años), (“Juan”, 32 años), (“Carlos”, 32 años), (“Luis” 25 años), (“Andrey” 28 años), (“Andrés” 28 años).</p> <p>Uno pensaría que siento que trata de evitar comida chatarra, grasas, dulces y así en todo lo posible y trata de comer cosas más como arroz, frijoles, ensaladas, carnes, cosas así que no impliquen tanta comida rápida creo que por ahí qué pensaría de cuidar tanto de su imagen y di de estar bien, que es algo que casi no se toma en cuenta que el</p>	<p>4 casos: (“Esteban”, 32 años), (“Alonso”, 25 años), (“Carlos”, 26 años), (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Diay por la ropa, por ejemplo, usted ve a alguien con estos abrigos que usan las chatas, de la gente que no se cuida, entonces usted ve a alguien con un abrigo de esos así todo raro con pantalón descuidado, usted dice obviamente no es un metrosexual, lo primero es por la ropa, alguien ahí bien vestido, zapatos de vestir, camisa de botones, no hace ni verle la cara, alguien así podría ser Zack Efron, porque es alguien se</p>	<p>2 casos: (“Alonso”, 25 años), (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Si claro, si es hombres es un masculino y si es mujer es femenino, para mi es masculino porque tiene miembro y listo. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Si, como cualquier otro hombre, no veo porque pensar que no lo son. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Los valores que demuestra</p> <p>2 casos: (“Juan”, 20 años), (“Pedro”, 21 años)</p>	<p>4 casos: (“Andrey, 28 años), (“Luis”, 25 años), (“Juan”, 20 años), (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Creo que sería una vida normal, pero más actividades de cuidado como ir más seguido a un salón para que le detallen más las cejas o que les arreglen las uñas, llegar a su casa y echarse crema en la cara, son cosas de más cuidado personal. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Las comunes, talvez si le dedica más tiempo a comprar ropa, gasta más plata en ropa, igual más tiempo en ejercicio, creo que lo puede diferenciar de una persona no metrosexual. (“Luis”, 25 años)</p> <p>Trabaja como cualquier otra persona, la última diferencia que haría ahí es como que</p>	<p>Le gusta verse bien</p> <p>7 casos: (“Alonso”, 25 años), (“Juan”, 20 años), (“Carlos”. 26 años), (“Andrés”, 28 años), (“Esteban”, 32 años), (“Luis”, 25 años)</p> <p>Creo yo, en teoría es así, es que yo siento que es mucho esfuerzo tratar de verse bien para gustarse a uno mismo, yo creo que es para gustarle a las demás personas, yo siento que uno siempre busca aceptación. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Porque le gusta, le gusta cuidarse, porque le gusta verse bien, quiere mostrar una apariencia</p>

<p>cosas. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Lo primero que se me viene a la mente es una persona que se arregla mucho, muy detallista en cuanto a la forma de vestir, andar perfecto el cabello, que cuida mucho todo. (“Luis”, 25 años)</p> <p>No es el hombre que cuida su apariencia, su apariencia física. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Lo primero es un hombre que se cuida mucho en su apariencia física verdad, que trata de verse muy muy bien, pero que si es muchísimo el énfasis que le da mucho a su físico, entonces di que trata por ejemplo de andar rasurado, o si tiene barba que la ande super dibujada, las cejas sacadas, todo eso, la ropa que sea como ajustadilla, que combine, que sea</p>	<p>comentarios, insultos sobre que era, a que se refiere la palabra. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Familia 2 casos: (“Alonso” 25 años), (“Luis” 25 años)</p> <p>Más por una cuestión familiar, porque he escuchado en mi casa digamos que dicen que uno es un metrosexual y lo dicen de forma despectiva, pero he estado rodeado de muchas personas con tendencias sexuales muy diversas y yo lo adapto como algo normal y no como mis papas que lo ven más negativos. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>En algún momento escuché a mi mamá, creo que ella me explicó que era metrosexual, me dio una idea. (“Luis”, 25 años)</p>	<p>metrosexual quiere verse bien y estar bien, lo imagina uno como con una camisa pegada al cuerpo, igual con pantalones que sean bastante ajustados o short. (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Di si son personas que se cuidan, la alimentación debería ser más saludable, todo depende del placer de la persona, talvez con comidas más sanas, sin grasas, con vegetales, la forma de vestir sería un poco más formal y sus gustos pueden ser de que a como le gusten cosas más varoniles, también femeninas. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Pensaría que debe cuidar su alimentación y darle tiempo al ejercicio, comería verduras, carnes, proteína, poca grasa, pocas comidas rápidas, que sería lo que busca una persona para verse bien, talvez con ropa ajustada que haga notar el cuerpo digamos, con camisas llamativas con colores fosforescentes, de</p>	<p>saca muchos las cejas, en fotos he visto que se cuida mucho [risas]. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Di por como visten bien, que se arreglan mucho para salir y así, por ejemplo un mae que dura muchísimo alistándose para salir, yo duro quince minutos desde el momento que me meto al baño y hasta el momento que estoy afuera para jalar, pero diría que los metrosexuales tardan en durar lo que una mujer dura en alistarse para estar completamente para salir, como referencia diría un Brayan Ganoza, diría un Victor Carvajal, Victor por el copete, las cejas,[pensando] la barba, el mae viste bien y que siempre anda arreglado, el maquillaje siempre lo va a tener por estar en televisión, pensaría que Victor siempre se maquilla y Brayan, el pelo del mae con algo extravagante,</p>	<p>Si, por los valores como tratar bien a compañeros de trabajo, a miembros de su familia, tener buenos detalles como regalos (“Juan”, 20 años)</p> <p>Si y muestra la masculinidad con los valores de ser respetuoso, responsable, que valoren. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Por el Porte 1 caso: (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Obviamente sí, pero el metrosexualismo tiene su limites, para mi primero es el porte, si yo noto que es una persona amanerada por decirlo así, entonces ya digo no esté mae no es homosexual, pero si es una persona que tiene un porte muy masculino entonces también puede ser metrosexual. (“Esteban”, 32 años)</p>	<p>pienso que un metrosexual tarda mucho en alistarse, di lo que pienso es que se tiene más temprano para que se tenga que ir para el brete porque se arregla más para salir de la casa. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Me imagino que duran más en arreglarse, gastan más tiempo en ir al gimnasio, a aparte de eso yo siento que llevan una vida normal, van al trabajo, van a la universidad, no es que lleven una vida super diferente, pero si gastan más tiempo en cuidarse. (“Juan”, 20 años)</p> <p>Una vida normal 2 casos: (“Andrés”, 28 años) (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Cualquiera, igual que uno (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Yo diría que generalmente podría hacer una vida normal, porque al final son personas normales, (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Diversas actividades de cuidado 1 caso: (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Ir al gym, este ir a su trabajo de oficina, comer bien sanamente, obviamente arreglarse, cortarse</p>	<p>más saludable, más bonita. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Me imagino que la principal es por cómo se siente, si le gusta verse arreglado di con solo que a él le guste tiene todo el derecho de querer arreglarse, verse bien, cada quien con su cosa. (“Juan”, 20 años)</p> <p>Porque le gusta verse bien y se preocupa por su apariencia, pues tiene que verse perfecto, cuidado. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Creo que el hecho de verse bien, porque cuando uno se ve bien, ve que hay atracción de las mujeres, osea es bonito, yo creo que algo que puede ser de llamar la atención de atraer, puede ser que lo que buscan, también amistades tiene mucho que ver, porque si tiene amigos metrosexuales y se siente que queda por fuera, puede ser que busque más tiempo en</p>
--	--	--	--	---	--	--

<p>como de moda (risas). (“Andrés”, 28 años)</p> <p>El homosexual 1 caso: (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Diay una rama del homosexualismo [risas], eso es lo primero, alguien homosexual, pero yo siento que hay niveles digamos, pero ya cuando es una persona muy muy así, es homosexual, entonces si yo asocio metrosexual con homosexual. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>El hombre perfecto 1 caso. (“Juan”, 20 años) Yo diría que una persona muy cuidada, que son demasiados perfectos. (“Juan”, 20 años)</p> <p>El hombre afeminado 1 caso: (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Exactamente como un hombre afeminado,</p>	<p>Videos en internet 1 caso: (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Por videos en internet, escucho algunas personas ahí que hablan muchos de estos temas, entonces sí o he escuchado de ahí (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Buscador de Google 1 caso: (“Pedro”, 21 años).</p> <p>Sinceramente por internet, digamos más carajillo escuche gente que hablaba que decía que X persona era metrosexual y yo lo busque en Google que es un metrosexual. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Colegio 1 caso: (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Yo creo que en el cole es donde uno</p>	<p>botones, tres cuartos, manga larga, saldría con cualquier persona, considero que tengo amigos metrosexuales salgo con ellos, les gusta mucho ir de compras como al multiplaza, se ayudan mucho entre ellos probándose la ropa, en verse bien. (“Luis”, 25 años)</p> <p>Puede tener buena alimentación, comiendo proteína, frutas, fibra. Digamos yo me imagino un chavalito que se cuida al cien por ciento, con planes de alimentación, porque en mi concepto al ser tan vanidosos y se cuidan físicamente debe consumir buenos alimentos, se viste con pantalones tallados, con zapatillas y tal vez con camisa de botones, con las faldas metidas, pienso que sale con cualquier tipo de persona, con amigos, eso sí tal vez del nivel social de él, porque la gente se va mucho por eso. (“Carlos”, 26 años)</p>	<p>la barba perfecta cuidada todo el tiempo. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Por su forma de vestir, porque se ven como vanidosos, un metrosexual puede ser Ricky Martín, porque uno se imagina un chavalito como el, camisa de botones bien tallada y zapatillas y cosas así. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Un mae bien mudado, bien peinado, bien arreglado o así, yo pensaría que es metrosexual y como referencia no ha escuchado a un grupo que se llama BTS, todos ellos digamos, siempre andan perfectos, bien peinados, bien vestidos, maquillados, todo. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>La apariencia 2 casos: (“Luis”, 25 años), (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Lo idéntico por su apariencia, no creo que lo identifique por su forma de ser, sino por su</p>	<p>Por la fuerza física 1 caso: (“Luis”, 25 años)</p> <p>Siento que, mostrando fuerza, podría en cuanto al físico, le gusta llamar la atención ante las mujeres en el sentido de verse guapo. (“Luis”, 25 años)</p> <p>La actitud 1 caso: (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Pues si tiene sus cosas que, si son masculinas, como por su actitud, pues pienso que la actitud de un hombre se muestra en la parte en como habla, como se dice (pensando), no tanto su apariencia, sino su actuar, presencia, tal vez actuando más gentil. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Por el deporte 2 caso: (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Si, creo que en gran parte generalmente verdad digamos, con la</p>	<p>el pelo por lo menos una vez por semana, arreglarse la barba, este creo que sería lo principal e iría a una disco, a un bar. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Estudioso que sale varios lados 1 caso: (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Yo me imagino a un chavalito que es muy estudioso, salir con amigos o amigas, que sale a centros comerciales, discotecas, bares. (“Carlos”, 26 años)</p>	<p>ser metrosexual, siento que por inclusión en su grupo social. (“Luis”, 25 años)</p> <p>Le gusta verse bien, si le gusta tres horas arreglándose, no es algo que se decida, sino que es algo con lo que uno ya viene. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Yo digo que simplemente quiere verse bien y eso le aumenta la autoestima, creo que eso pasa mucho, cuando la gente se ve bien. (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Vanidad 1 caso: (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Vanidad quizás, para mí más que todo vanidad, sería por verse mejor, llamar un poco la atención y causa esa impresión, como que el hombre metrosexual ha llamado más esa atención. (“Andrey”, 28 años)</p>
--	---	---	--	---	--	--

<p>que se cuida mucho algo así. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Una persona con distorsiones mentales 1 caso: (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Cuando escuchaba la palabra metrosexual, me imaginaba una persona como con distorsiones mentales sobre lo que es la sexualidad, como que no se define bien, entre si es hombre o mujer, algo así me imaginaba yo. (“Carlos”, 26 años)</p>	<p>empieza a escuchar más ese término. (“Andrés”, 28 años)</p>	<p>Super estrictos, cuidan mucho la alimentación, como proteínas, cosas sanas, los veo con ropa fina, como camisa de botones, formales y que salen con todo tipo de personas. (“Juan”, 20 años)</p> <p>Se ve que tiene hábitos más saludables, pues se tienden a cuidar mucho, entonces pienso que son personas que cuida la alimentación, hace ejercicio, se exfolia la piel, que utiliza cremas, que lo asociaría a una mujer que duran en peinarse, maquillarse, para verse bien, para verse impecable digamos, eso sería, un hombre que tiende a cuidarse como una mujer lo hace, [pensando] me imagino podrían usar marcas como ZARA que es tendencia, tiendo asociar a un metrosexual con ropa de marca como ese estilo, tipo pantalones más</p>	<p>apariencia, así pienso yo, talvez por mi definición de metrosexual los identifico así, podría decir como referencia a Mauricio Hoffman lo consideraría metrosexual, Victor Carvajal, Ricky Martin, Cristiano Ronaldo. (“Luis”, 25 años)</p> <p>La apariencia si se ve más cuidada de lo que generalmente uno ve, porque uno se rasura y no se trata de hacer una forma que sea super perfecta, todos los ángulos, alineada, todo eso verdad, a la hora de ver el peinado, que siento que eso que uno se piensa, pero cuando es una persona metrosexual si le invierte más tiempo, al cabello, a la ropa que combine super bonito, yo creo que por ejemplo casi los cantantes jovencillos como Shaw Méndez o Harry Styles,</p>	<p>parte del deporte, el ejercicio, pero no se me ocurre que la masculinidad sea una forma. (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Por el deporte (“Juan”, 20 años)</p>		<p>Atraer a otra persona</p> <p>Lo principal atraer a la otra persona, independientemente si es homosexual o heterosexual (“Esteban”, 32 años)</p>
<p>Como es visualiza físicamente</p>				<p>Como se ve el metrosexual en la sociedad</p>		<p>En la adolescencia</p> <p>4 casos: (“Esteban”, 32 años), (“Carlos”, 26 años), (“Luis”, 25 años), (“Pedro”, 21 años), (“Juan”, 20 años)</p> <p>Diay sinceramente en la adolescencia, porque ya es donde uno se empieza a preocupar, cuando usted está en esos trece catorce años usted empieza a preocuparse, si lo molestan que es obeso, gordo, ya usted dice que le paguen un tratamiento, entonces necesito aceptación. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Estoy casi seguro que está en la adolescencia, porque es donde se tiene más contacto con la</p>

<p>El hombre con rostro Pulido 6 casos: (“Esteban”, 32 años), (“Alonso”, 25 años), (“Juan”, 20 años), (“Andrey”, 28 años), (“Pedro”, 21 años), (“Andrés”, 28 años).</p> <p>Este di no, perfecto, cejas perfectas, si tiene barba es perfecta, entonces digamos es alguien que se la afeita mucho (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Diay sería como el Ken de la Barbie, el peinado muy bien, la barba bien marcada, las cejas en perfecto estado y posiblemente use maquillaje para taparse una que otra peca o acné o cosas así, que ande bien vestido, con pantalones ajustados. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Con la cara, cejas y las pestañas bien cuidadas, porque es lo que más se ve. (“Juan”, 20 años)</p>	<p>Tipo de comentarios</p> <p>Son homosexuales 5 casos: (“Carlos” 26 años), (“Juan” 20 años), (“Pedro”, 21 años), (“Andrés”, 28 años), (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Negativos, como que son unos playazos por lo que hacen, porque hacen cosas de mujeres, por cómo se arreglan mucho. (“Juan”, 20 años)</p> <p>No he escuchado mucho, pero si es visto que lo asociación como a homosexual. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>He escuchado comentarios diciendo que es una persona homosexual, loca, todo lo que tenga que ver ofendiendo a los homosexuales, playo</p>	<p>ajustados, ropa más cara. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Para mí se cuida mucho, demasiado, podría ser una persona que va al gym, hasta el punto de ser vegetariano, vegano, sinceramente yo pienso es una persona que se cuida por fuera y por dentro se cuida hasta más, porque está muy metido en qué alimentos me podría afectar y tal cosa, que producto de limpieza personal me podría afectar la piel y entonces si se interesa por fuera por dentro también, en la forma de vestir lo primero que se me viene a la mente es camisa de botones manga larga, zapatillas o zapatos de vestir, pantalón muy ajustado y si usa abrigo sería una chaqueta de cuero o mezclilla. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Estilo de vida usual 1 caso: pedro 21 años</p> <p>Yo creo que tiene una vida normal al igual que</p>	<p>que tiene todo esto de la imagen sería como una imagen. (“Andrés”, 28 años)</p> <p>El rostro 1 caso: (“Juan” 20 años)</p> <p>Por la cara, pues es muy arreglada, se hecha polvos es lo que se ve más, como referencia le podría dar a Cristino Ronaldo por la forma en como el mae se ve y cuida. (“Juan”, 20 años)</p> <p>Ser afeminado 1 caso: (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Puede ser muy afeminado o bien que solo le gusta cuidarse, talvez que se vea más elegante, (“Andrey”, 28 años)</p>	<p>Como homosexuales 6 casos: (“Alonso”, 25 años), (“Juan”, 20 años), (“Carlos”, 26 años), (“Andrey”, 28 años), (“Andrés”, 28 años), (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Diría que se conciben de una forma negativa, en su mayoría la población costarricense, se vería de una forma despectiva porque se tiende a visualizar con homosexuales. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Yo siento que los compara mucho con los homosexuales, se ve que la gente no sabe diferenciar el concepto de que es un homosexual, que es heterosexual, un metrosexual y hay muchos más, pero la gente los relaciona todos en uno mismo, pero los metrosexuales por arreglar o querer verse bien les dicen que son playos, que esa vara no es de hombrecitos, que no es de hombres de</p>		<p>sociedad, con los compañeros del colegio, pues son muy influyentes en como uno actúa, en las cosas que uno hace cuando uno es joven, digamos si los compañeros hacen tal cosa, yo también lo hago, si juzgan tal cosa yo también la juzgo, en la adolescencia de ver más eso comportamientos. (“Juan”, 20 años)</p> <p>Diay en la adolescencia, porque talvez es una etapa de la vida donde ya no se tiene tanto miedo, está la niñez donde el hombre se reprime y después llega a la adolescencia y el hombre deja de tener ese miedo y hace lo que quiera. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>En el colegio, en noveno siento yo, en decimo, undécimo creo yo, por talvez mucha inmadurez por el hecho de pertenecer a cierto grupo social, puede ser</p>
---	---	--	---	---	--	--

<p>Como más cuidadoso con su físico, cuidándose las cejas, talvez si usa barba y bigote cuidándose lo más recortadito, su vestimenta como que combina más, usa cremas, varias cosas. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Es un hombre que anda peinado, las cejas cortadas, la barba recortada, la anda rasurada, se hecha sus cremas en las piernas y los brazos, se hecha desodorante. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>La idea principal es que tenga un peinado así super bien verdad, que se nota que le invirtió tiempo, la barba que esté totalmente que se ve que fue a la barbería, bien dibujada o si no usa barba que se vea así básicamente que se rasura todos los días, las cejas con las formas, (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Hombre afeminado</p>	<p>o así. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Generalmente que fijo es gay o que se cuida tanto, se cuida más que la novia, aunque tangan novia, pero si se cuidan, le invierten mucho a su cuerpo siento que lo van a ligar con eso, pero siempre es esa relación que hacen (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Que son gays, playos, por decirlo así más que todo insultos a las personas que son así. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Persona Afeminada 2 casos: (“Luis”, 25 años), (“Andrey”, 28 años)</p> <p>No malos, pero al principio si se puede ver visto como afeminada, pero</p>	<p>uno, duerme, se despierta, trabaja, llega a la casa, se acuesta a dormir, en la alimentación pueden comer un poco más fit o como uno lo que haya, en la vestimenta pueden ser más selectivos digamos, como les gusta verse bien son más selectivos. (Pedro, 21 años)</p>		<p>verdad, que esa vara es para playos y para mujeres. (“Juan”, 20 años)</p> <p>Como un homosexual, porque uno ve en la calle y está con amigos, diciendo este hombre es playo es lo que decimos la mayoría, o este es un yigüirro, no ve el plumero que suelta, me entiende y se la tira, porque uno por la apariencia ve a la gente. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Mucha gente los discrimina, porque tienen un mal concepto de lo que es una persona metrosexual, no necesariamente piensan que es una persona que le gusta cuidarse, sino que son gays, homosexuales digamos, más que todos lo ven así, se podría decir que se ve de una forma negativa, porque en la cultura del país los ticos siempre son como personas que nos les gusta cuidarse tanto, pero la sociedad tica aun</p>		<p>el hecho de comprar ropa cara, zapatos caros eso, puede ser que la persona piense de inclusión a cierto grupo, poder algunas cosas que una persona cambie ciertos hábitos. (“Luis”, 25 años)</p> <p>Saliendo de la adolescencia</p> <p>1 caso: (“Andrey” 28 años)</p> <p>La adolescencia, porque creo que cuando es chiquitito rara mente se va a preocupar, pero en la adolescencia usted si empieza si es más consciente de su apariencia física y de decidir su identidad. (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Temprana edad</p> <p>2 casos: (“Alonso”, 25 años), (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Pensaría que, desde chiquitos, porque podría ser un chiquito que le guste arreglarse bien, combinarse bien la ropa, que tarde mucho por su</p>
--	---	---	--	---	--	---

<p>1 caso: (“Carlos”, 26 años)</p> <p>Di un hombre afeminado, como con ropa poco masculina, talvez con rasgos similares a los de una mujer, me imagino un chavalo con el cabello rubio, lacio, me entiende, no largo, pero de lado, talvez con lentes o cosas así. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>El hombre musculoso 1 caso: (“Luis”, 25 años)</p> <p>Creo que a un metrosexual consideraría que cuida mucho el físico, musculoso digamos, que vista siempre bien y perfecto. (“Luis”, 25 años)</p>	<p>luego no, de hecho, en algún momento me pude considerar metrosexual, sin embargo, ahora ya no me considero, creo que fue por etapas, donde todos los compañeros se cuidaban mucho y uno seguía el montón. (“Luis”, 25 años)</p> <p>Exactamente que son personas afeminadas (“Andrey”, 28 años)</p>			<p>no lo ven tan bien cuidarse así, cada persona es diferente y toda persona merece respeto (“Andrey”, 28 años)</p> <p>Como playos, homosexuales, no son hombres de verdad, así lo representan. (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Una mayor cantidad de gente sigue sintiendo que son fijo gay, entonces si una gran parte de la población lo sigue viendo así y que otra entiende más de los conceptos y como que ya de verdad cree que un hombre se cuida (“Andrés”, 28 años)</p> <p>Son más aceptados 2 casos: (“Esteban”, 32 años), (“Luis”, 25 años)</p> <p>Ahora es algo que está a la regla, las personas se cuidan más y entonces yo creo que eso ha ido evolucionando, tantos productos que sacan, tanto marketing de ropo de todo, entonces la gente como se va</p>	<p>apariencia, que tarde mucho rato en peinarse, porque le gusta verse bien, no creo que haya una edad para eso. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>Puede ser desde antes, desde que están en la escuela, porque si ellos ya son así básicamente no lo van a cambiar digamos, ya tendría que ser algo que el decida cambiar, pero si él es así y así le gusta ser. (“Pedro”, 21 años)</p>
<p>Principales Partes de cuidado</p>	<p>Utilizan críticas despectivas</p> <p>1 caso: (“Alonso”, 25 años)</p>				
<p>La cara 7 casos: (“Esteban”, 32 años), (“Alonso”, 25 años), (“Juan”, 20 años), (“Carlos”, 26 años), (“Luis”, 21</p>	<p>Ese mae es una metrosexual verdad, no sé cuáles son los parámetros que utilizan, pero por lo general critican de forma despectiva. (“Alonso”, 25 años)</p>				

<p>años), (“Andrey”, 28 años), (“Andrés”, 28 años)</p> <p>La cara la principal, es lo que yo pienso, (“Esteban”, 32 años)</p> <p>La cara, es lo que siempre uno ve, es lo que la gente siempre se fija primero, andar la barba perfectamente bien cuidada, el peinado bien hecho, las cejas, bien sacaditas, todo el asunto, visualmente es lo que uno nota, se cuida mucho el rostro. (“Alonso”, 25 años)</p> <p>La cara, porque es lo que más se ve, no creo que le guste que les vean barros o manchas, por eso creo. (“Juan”, 20 años)</p> <p>El rostro, porque es lo que se ve más. (“Carlos”, 26 años)</p> <p>La cara, porque las cejas de la saca, las anda como muy detalladas, igual barba, pelo, igual usa</p>	<p>El tipo de trabajo 1 caso: (“Esteban” 32 años)</p> <p>Lo asocian mucho con las personas de los trabajos, porque una filosofa argentina que daba esos ejemplos que una persona metrosexual no va a buscar un trabajo donde exponga su cuerpo o salir lastimado en la cara, las manos, me entiende. (“Esteban”, 32 años)</p>			<p>adaptando en su forma de vestir y su corte de pelo, la barba a los tiempos modernos, entonces yo creo que es algo más aceptado que antes, ya como que uno un hombre heterosexual y metrosexual le va a importar lo que digan las mujeres. (“Esteban”, 32 años)</p> <p>Creo que ido cambiando mucho, en algún momento cuando mis papás me explicaron que era, creo que era más mal visto, al menos creía yo, lo sentía afeminado por decirlo así, sin embargo, ahora es como más la mayoría pensaría yo, debe haber algunos grupos sociales que ven mal al metrosexual, pero yo siento que yo no es reprochable y no tan mal visto por las personas, es que ver a una persona famosa siento que es menos juzgada, en cambio una común es mucho más juzgado, por el hecho de querer llamar la</p>		
--	--	--	--	--	--	--

<p>cremas así, así lo veo, (“Luis”, 25 años)</p> <p>Rostro, porque es la parte que llaman más la atención a la vista, entonces por ese lado creo que son las partes del cuerpo que una persona si se cuidaría más. (“Andrey”, 28 años)</p> <p>La cara si con todo de la barba y eso, creo que también usan mascarillas para conservar bien la piel (“Andrés”, 28 años)</p> <p>La piel</p> <p>1 caso: (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Yo creo que la piel, en general todo (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Las piernas</p> <p>2 casos: (“Andrés, 28 años), (“Pedro”, 21 años)</p> <p>Las piernas full rasuradas, cero cicatrices. (Pedro, 21 años)</p> <p>Podrían ser las piernas, porque</p>				<p>atención. (“Luis”, 25 años)</p>		
--	--	--	--	------------------------------------	--	--

muchos de hechos se rasuran las piernas verdad y también usan cremas para que se mantengan bonitas (Andrés, 28 años)						
--	--	--	--	--	--	--

Categoría: Representaciones sociales sobre el metrosexual									
Objetivación			Anclaje		Núcleo central		Núcleo periférico		
Impulso a trabajar el tema	Persona metrosexual costarricense	Como se visualiza a un metrosexual	Posición que ocupa un metrosexual	Ámbitos donde se ve de forma positiva o negativa	Problemas que enfrentan las nuevas masculinidades central	Factores que han influido en el surgimiento de nuevas masculinidades	Actividades que se realizan y antes no	Ámbitos donde hay resistencias	Elementos que podrían definir nuevas identidades
<p>Tuve la posibilidad de hacer la práctica en el WEM y posteriormente Álvaro me dio la posibilidad de hacer una pasantía, yo conocía poco del instituto, no conocía prácticamente nada de masculinidades y cuando llegué por primera vez, lo vi como una posibilidad laboral que como otra cosa y de inmediatamente comenzando la sesión de grupos de hombres de crecimiento que trabajan toda la construcción de la masculinidad, cuando comenzó el grupo comencé</p>	<p>A nivel social, lo podrían describir como una persona no masculina, que se cuida, que se preocupa demasiado por la forma en la que se ve, igualmente es un concepto meramente subjetivo en tanto para algunas personas un hombre metrosexual puede tener ciertas características y para otros es él ya se sacó las cejas y por eso es metrosexual, o es que él va al gimnasio y ya entonces es metrosexual pero en general</p>	<p>Hace algunas décadas la figura del metrosexual era sumamente cuestionada, atacada, di la posición masculina desde una posición teórica era esa tradicional, la de que ser hombre es todo lo contrario a ser mujer, entonces la masculinidad se construida al ser lo inverso a la feminidad, entonces cuando se hablaba de que las mujeres tenían más niveles de autocuidado, de las formas en cómo se veían, todo desde un concepto patriarcal se le venía desde lo</p>	<p>Dependiendo del lugar en el que este ese hombre así va a ser el lugar que ocupe, es muy diferente, no él lo mismo que seas un metrosexual y que lugar favorito sea la avispa ahí en San José o sea algunos de estos bares más juveniles en la California o en la calle de la Amargura, a considérate metrosexual o que te vean como metrosexual en las fiestas de San Cruz, o a subirte en una panga para irte a territorio indígena, entonces va a</p>	<p>Un elemento que se estuvo utilizando en el país fue el término prínceso a los jugadores del Deportivo Saprissa, que se les llamaba príncesos, porque se les cuidaban mucho, porque se arreglaban el pelo, porque se depilaban, ahora son conductas muy usuales en los futbolistas, pero eso se utilizó como un elemento despectivo. De forma de positiva en espacios donde ha</p>	<p>Esta esa ambivalencia, donde la mayoría de costarricense se siente ofendidos si le dices que son machistas, pero aun así los son y no son conscientes de, entonces vivimos en un país que no es machista pero si vas al gimnasio, si te arreglas pueda que seas prínceso, pueda que no tengas manos de hombre, que no te ven como hombre de verdad, que en ciertos espacios masculinos no te ven como un hombre de verdad, esos son algunos</p>	<p>A nivel teórico ha habido un trabajo importante desde las universidades, pero también desde las organizaciones no gubernamentales, se han dado cuenta que está bien las mujeres llevan trabajando por la igualdad por muchas décadas, en todos los ámbitos, entonces los hombres seguíamos sentados, la mujer se iba a trabajar y cuando la mujer llegaban de trabajar esperaba la comida servida, la cerveza a la par, entonces esas ONG dijeron no solo hay que trabajar con las mujeres, sino también con los hombres, entonces hay un trabajo que viene desde las</p>	<p>Los hombres y las masculinidades son sumamente variables, no son estáticas, la mayoría de los hombre tiene como vivir su masculinidad, todos los hombres viven su masculinidad de forma particular, ahora bien, si nos referimos a conductas que anteriormente desde esa masculinidad hegemónica no se podrían realizar y que en la actualidad es más probable que algunos hombres no todos las realicen, podríamos hablar del tema del cuidado, del</p>	<p>En todos, a pesar de esos cambios, la dominación patriarcal que teoriza Bourdieu, que se desprenden diferentes elementos teóricos, los hombres todavía tenemos que seguir probando que somos hombres, entonces en la sexualidad, en el consumo de sustancias, en la forma en las que se ejerce violencia, en las</p>	<p>En parte del cuestionamiento de la masculinidad hegemónica, creo que en masculinidades hay muchas vertientes al igual que en el feminismo hay muchas vertientes que no necesariamente coincidan en unas y otras verdad, o sea hay un núcleo donde surge la teoría y luego se va discursando, creo que, con las masculinidades igual, el cuestionamiento a esos mandatos al significado de esos mandatos en la vida de las</p>

<p>a darme cuenta, primero que era un tema que apasionaba muchísimo y segundo que tenía que trabajar muchísimo a nivel personal el tema, porque precisamente mucho que yo escuchaba eso de los hombres, estaba en mi proceso de construcción de la masculinidad que era muy hegemónica (Pablo Ramírez)</p> <p>Pienso que desde la propia experiencia de vida que te va llevando a cuestionarte algunas cosas e ir incursionando teóricamente, explicando teóricamente y ver que no estas perdida cuando empiezas a leer, a contrastar con lo que tu piensas y sientes sobre el tema, eso es</p>	<p>tendría que verse como un hombre que se cuida más allá de lo que tradicionalmente los hombres establece la masculinidad hegemónica (Pablo Ramírez)</p> <p>Diay es una persona que se cuida, que se cuida su físico, su acicalamiento personal, su ropa, su apariencia tal vez (Marcela Jager)</p>	<p>femenino, pero hace un tiempo al metrosexual se le veía casi con el tema de la homosexualidad, aunque no haya una relación directa o si la tuviera no fuera relevante, hoy en día a nivel social, hay un cuestionamiento menor dependiendo del lugar en el que se esté por qué, porque es muy diferente a ser un hombre metrosexual acá en San Pedro de Montes de Oca o Heredia centro, que en Guanacaste, Nicoya, Grecia, ser un hombre metrosexual en Cartago o en Talamanca (Pablo Ramírez)</p> <p>Creo que se le estigmatiza, peyorativamente se le trata como homosexual, afeminado y por</p>	<p>depender del lugar en el que se encuentre (Pablo Ramírez)</p> <p>Creo que se le minimiza, se le trata peyorativamente, incluso se le puede definir como homosexual, porque tiene características de la feminidad que, si las adopta un hombre, pues ya deja de ser hombre, no cumple con el estereotipo de masculinidad que tiene que ser macho, fuerte, no importa si es descuidado, gordo, panzón (Marcela Jager)</p>	<p>habido una revisión de esa masculinidad, entonces por ejemplo en espacios académicos en las universidades, como en ciencias sociales, en espacios más artísticos, suele ser más aplaudido, en esto de la farándula. (Pablo Ramírez)</p> <p>De forma despectiva, pienso donde hay una mayoría masculina, para no decirte el ámbito rural o así y de forma positiva, tal vez en un ámbito más feminizado, donde haya más mujeres en términos que se le reconocería</p>	<p>problemas que van a vivir este tipo de masculinidad, en la actualidad hay una mayor apertura depende del contexto (Pablo Ramírez)</p> <p>Di yo creo que de resistencias de los mismos compañeros tal vez a cuestionarse, no habría otra, es que esto te lo digo porque he hablado con compañeros que trabajan el tema de las masculinidades y ellos ven resistencias cuando hay cuestionamientos con comportamientos que no son deseables en términos de violencia que permite la masculinidad (Marcela Jager)</p>	<p>ONG, también desde instituciones públicas que se han interesado en el trabajo en hombres, entonces ahí se empiezan a dar procesos de sensibilidad (Pablo Ramírez)</p> <p>Yo creo que ha sido el feminismo, para mí el movimiento feminista ha tambaleado algunas situaciones entre ellas, la masculinidad, estoy convencida que, desde el feminismo, es más si tú te vas a la historia de los movimientos sobre masculinidades alternativas o nuevas masculinidades como quieras llamarle, surge de compañeros, precisamente de feministas y empiezan a cuestionarse propia o desde las compañeras (Marcela Jager)</p>	<p>cuidado hacia los demás, sus hijos, hijas, su pareja, su familia, sus hermanos, su mamá, conductas de cuidado que tradicionalmente le se asignaban a un rol femenino y también conductas de autocuidado, que también anteriormente no se vinculaban con lo masculino la lógica masculina iba asociada con ese descuido tanto físico como de la salud (Pablo Ramírez)</p> <p>Tal vez están pensando un poco más en la correspondencia de los cuidados creo [pensando], en la casa la correspondencia que tiene que ver con los cuidados del trabajo reproductivo en general y otra el cuidado de su</p>	<p>relaciones de pareja, en las paternidades, en sus espacios de trabajo, en las formas en las que relacionan, en las que viven su sexualidad, en todos esos espacios se siguen presentado resistencias importantes, sin importar si eres joven, adulto, adulto-joven, adulto mayor se siguen presentando resistencias (Pablo Ramírez)</p> <p>Uno de los aspectos centrales es la pérdida de privilegios,</p>	<p>personas (Marcela Jager)</p>
---	--	---	--	---	---	---	---	---	---------------------------------

<p>fundamentalmente y el de masculinidades propiamente, pues entendiendo que el tema de género no solo es mujer y ver que es un tema social que nos incumbe a todas las personas (Marcela Jager)</p>		<p>tanto se le minimiza, es decir, la cultura es muy masculinista, muy machista aún, entonces cualquier expresión de feminidad va ser minimizada, desvalorizada, entonces que por ahí tiene que ver, porque creo que el tema de lo metrosexual al ser muy físico, desde la apariencia, pues eso rompe con el esquema con ser hombre hegemónico, entonces se feminiza y por tanto se le minimiza (Marcela Jager)</p>		<p>que se cuide y ese tipo de cosas (Marcela Jager)</p>			<p>apariencia y de más, pienso que esto está ligado con un modelo de desarrollo, de un tipo más economicista que impulsa a los hombres a más consumo de otros productos que tradicionalmente no consumía como son los de cuidado personal (Marcela Jager)</p>	<p>el reconocimiento que por un lado da la masculinidad, pues pese a tener mandatos coercitivos con la persona en sí o con su ser, también da privilegios en el sistema en que estamos, entonces creo que la renuncia a esos cuestionamientos y a la renuncia a esos privilegios creo que es una de las mayores resistencias (Marcela Jager)</p>	
--	--	---	--	---	--	--	---	--	--

Cuadro resumen del Diario de Campo

Eje temático	Lenguaje no verbal presentado (gestos, expresiones, tono de voz, etc.)	Observaciones	Aprendizajes
Masculinidad Hegemónica	Al momento de consultar las preguntas sobre masculinidad hegemónica, todos los participantes se mostraron serios, a veces se les cortaba la voz porque estaban pensando que decir, no expresaban muchos gestos o expresiones.	Los participantes manifestaban paulatinamente sus opiniones, sin embargo, estas fueron pausadas y pensaban mucho lo que iban a decir.	Continuar estableciendo una conversación al momento de tocar temas significativos o sensibles sobre la masculinidad, sin perder el hilo de entrevistador
Representaciones Sociales sobre el metrosexual	Las formas de expresión de los participantes fueron más fluidas, en algunos casos se presentaron risas al momento de imaginar al metrosexual, asimismo, se presentaron momentos de duda al momento de como pensaban sobre las características del metrosexual	Se dieron muchos ejemplos en todos los casos, asimismo expresaron palabras utilizadas en Costa Rica, el ambiente fue más fluido en comparación con otros apartados de la entrevista	Conversar sobre el metrosexual “rompió el hielo” con los participantes, dado que sus narraciones fueron más fluidas en comparación interrogantes con otras
Masculinidades	Hubo una diversidad de gestos, serios cuando se referían a la masculinidad hegemónica y “alegres” respecto al metrosexual	Paulatinamente se fueron identificado las masculinidades que se plasmaban en las representaciones sociales, las cuales inmersas en las narrativas de los participantes tenían una ubicación dentro de la sociedad	Resultó relevante el contraste que se hizo frente a las representaciones, dado que fue posible identificar como se visualiza o significan ciertas masculinidades en el contexto del Achote

Fuente: Elaboración propia 2021

Anexo 5: Carta para acceso a datos poblacionales



Área de Salud de Grecia

Heredia, 24 de febrero del 2020

Estimado (a) Funcionario (a):

Reciban un cordial saludo, yo soy Msc. Yamileth García Chaves profesora de la carrera de Sociología de la Universidad Nacional, del curso Taller de Proyecto de Graduación III, la atención de esta carta es para solicitar información poblacional reciente sobre la población la comunidad de Calle El Achiote del distrito de San Isidro tanto en hombres y mujeres con sus respectivos grupos por edad, con la finalidad de obtener datos poblacionales para el diseño de investigación denominada "¡Pero qué hombre! Una aproximación a las representaciones sociales del metrosexual construidas a partir del modelo de masculinidad hegemónica de hombres jóvenes con educación media en la comunidad del achiote del cantón de Grecia desde los meses de junio a setiembre del 2020" a cargo del estudiante Jefferson Andrés Molina Vega, cédula: 207660258 por lo tanto, esta información será utilizada para fines académicos y con total confidencialidad.

El correo del estudiante es jeferson.1105@hotmail.com.

Agradezco la colaboración que le puedan brindar

Máster. Yamileth García Chaves
Académica – Investigadora
Escuela de Sociología
Universidad Nacional



Handwritten signatures and notes, including the word 'Información' written vertically.

Anexo 6: Cronograma

Actividades	Meses																																			
	Agosto2020				Setiembre 2020				Octubre 2020				Noviembre 2020				Diciembre 2020				Enero 2021				Febrero 2021				Marzo 2021				Abril 2021			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	I V	I	II	III	
Corrección al diseño de	X	X	X	X	X	X	X																													
Correcciones de los instrumentos								X	X	X																										
Primera visita a la comunidad para identificar actores sociales											X																									
Segunda visita a la comunidad para identificar actores sociales												X																								
Localización de los informantes										X	X																									
Implementación de											X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X														

