

# LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

CONSTRUCCIÓN,  
ACTITUDES E IMPACTO  
EN LA JUVENTUD  
ESPAÑOLA



INFORME DE RESULTADOS – NOVIEMBRE 2022

# ÍNDICE

1. OBJETIVOS y METODOLOGÍA
2. LA CAJA DE LA MASCULINIDAD
3. ANÁLISIS DE RESULTADOS
  - 3.1. SOCIALIZACIÓN DE GÉNERO
  - 3.2. SITUACIÓN PERSONAL
  - 3.3. VALORES Y CREENCIAS
4. CONCLUSIONES



# 1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA



# OBJETIVO DEL ESTUDIO



## OBJETIVO GENERAL

Dar una respuesta integral a la necesidad de impulsar un espacio de generación de datos, información y debate sobre la construcción de las masculinidades en personas jóvenes en el contexto actual.

## AUTORÍA

CENTRO  
REINA SOFÍA SOBRE  
ADOLESCENCIA Y  
JUVENTUD

Anna Sanmartín  
Stribor Kuric  
y Alejandro Gómez

## METODOLOGÍA

UNIVERSO  
Adolescentes y jóvenes entre  
los 15 y 29 años residentes en  
España.

MUESTRA  
Tamaño de la muestra final.  
1.700 personas de 15 a 29  
años. Panel online





# 2. LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

# LA CAJA DE LA MASCULINIDAD (1)

Construcción teórica que sirve para explicar el grado de cercanía o lejanía que tienen las personas jóvenes en relación a la visión más tradicional y conservadora de la masculinidad.

Socialización diferencial de género: los valores son transmitidos por padres, madres, familias, medios de comunicación, pares y sociedad en general



Se extiende una idea de la masculinidad alineada con el contexto social heteropatriarcal

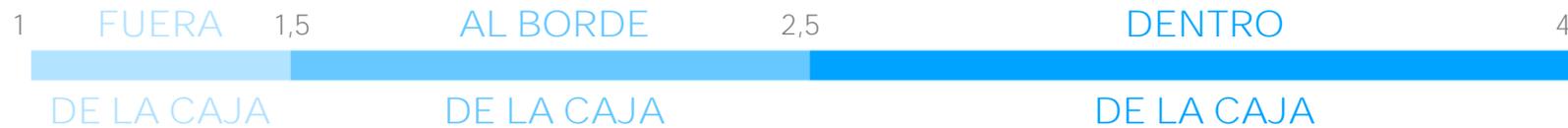
Se fomentan unos mandatos de género determinados

(1) Parte de un estudio previo desarrollado por Equipundo-US, denominado *La caja de la masculinidad: un estudio sobre lo que significa ser hombre joven en Estados Unidos, el Reino Unido y México*.

# LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

¿Cómo colocamos a los jóvenes dentro o fuera de la caja?

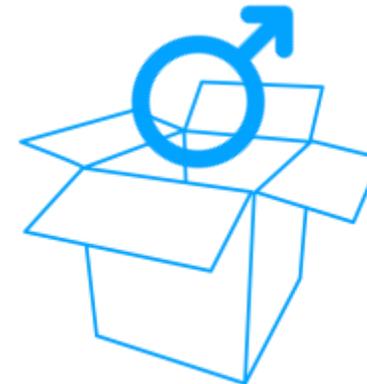
OBJETIVO: Comprender las repercusiones que supone estar «dentro», «al borde» o «fuera» de la caja de la masculinidad para los hombres jóvenes en las diversas áreas de sus vidas



Han roto con las expectativas tradicionales de la masculinidad y proponen y viven nuevas ideas y actitudes

Son conscientes de que los mandatos de género de la masculinidad hegemónica tradicional no se ajustan a la realidad de la sociedad contemporánea, pero todavía no se han posicionado con claridad a favor o en contra

Interiorizan y tienen visiones de la masculinidad más tradicionales y estancas



Mediante un cuestionario que mide 17 indicadores y preguntan sobre estereotipos, prejuicios, valores y creencias asociados a la masculinidad hegemónica tradicional. Cuanto más en desacuerdo, más fuera de la caja. Cuanto más de acuerdo, más dentro.

(1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=De acuerdo, 4=Totalmente de acuerdo)

# MASCULINIDAD HEGEMÓNICA TRADICIONAL

Evitar la vulnerabilidad y legitimar la violencia

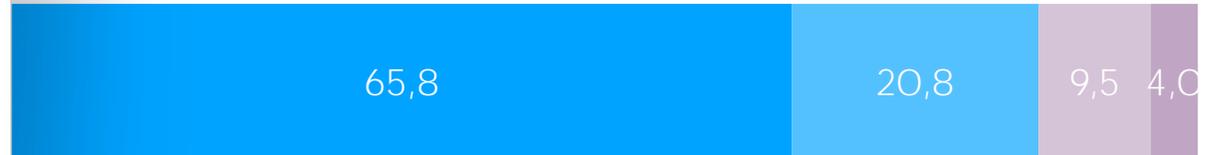
Un hombre que no se defiende cuando otros abusan de él, es débil



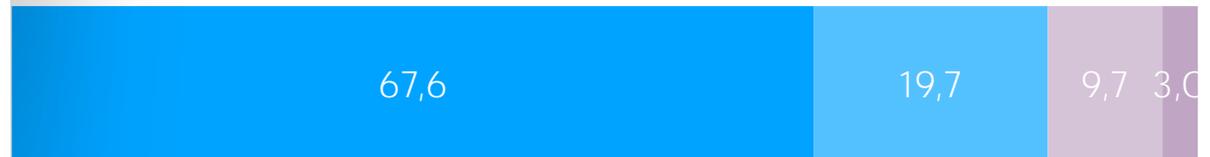
Los hombres deberían resolver sus problemas personales por sí mismos sin pedir ayuda a los demás



Un hombre no debería llorar en público



Es lógico que los hombres usen la violencia para obtener respeto si es necesario



TOTALMENTE EN DESACUERDO EN DESACUERDO DE ACUERDO TOTALMENTE DE ACUERDO

# MASCULINIDAD HEGEMÓNICA TRADICIONAL

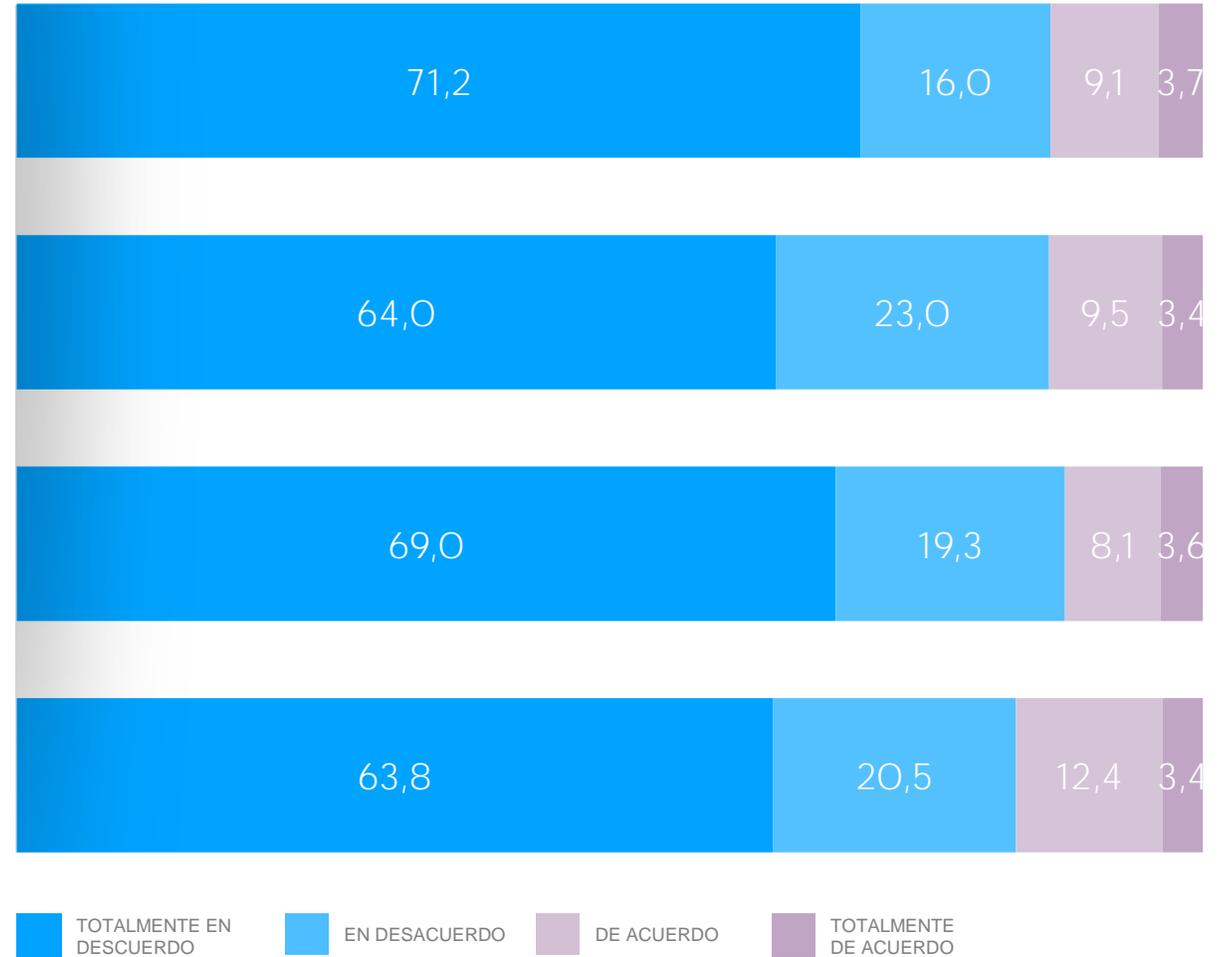
Adoptar valores y roles de género tradicionales

No es bueno que se enseñe a un niño cómo cocinar, coser, limpiar la casa y cuidar a niños más pequeños

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

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

Un niño debe evitar jugar desde pequeño a "cosas de niñas"



# MASCULINIDAD HEGEMÓNICA TRADICIONAL

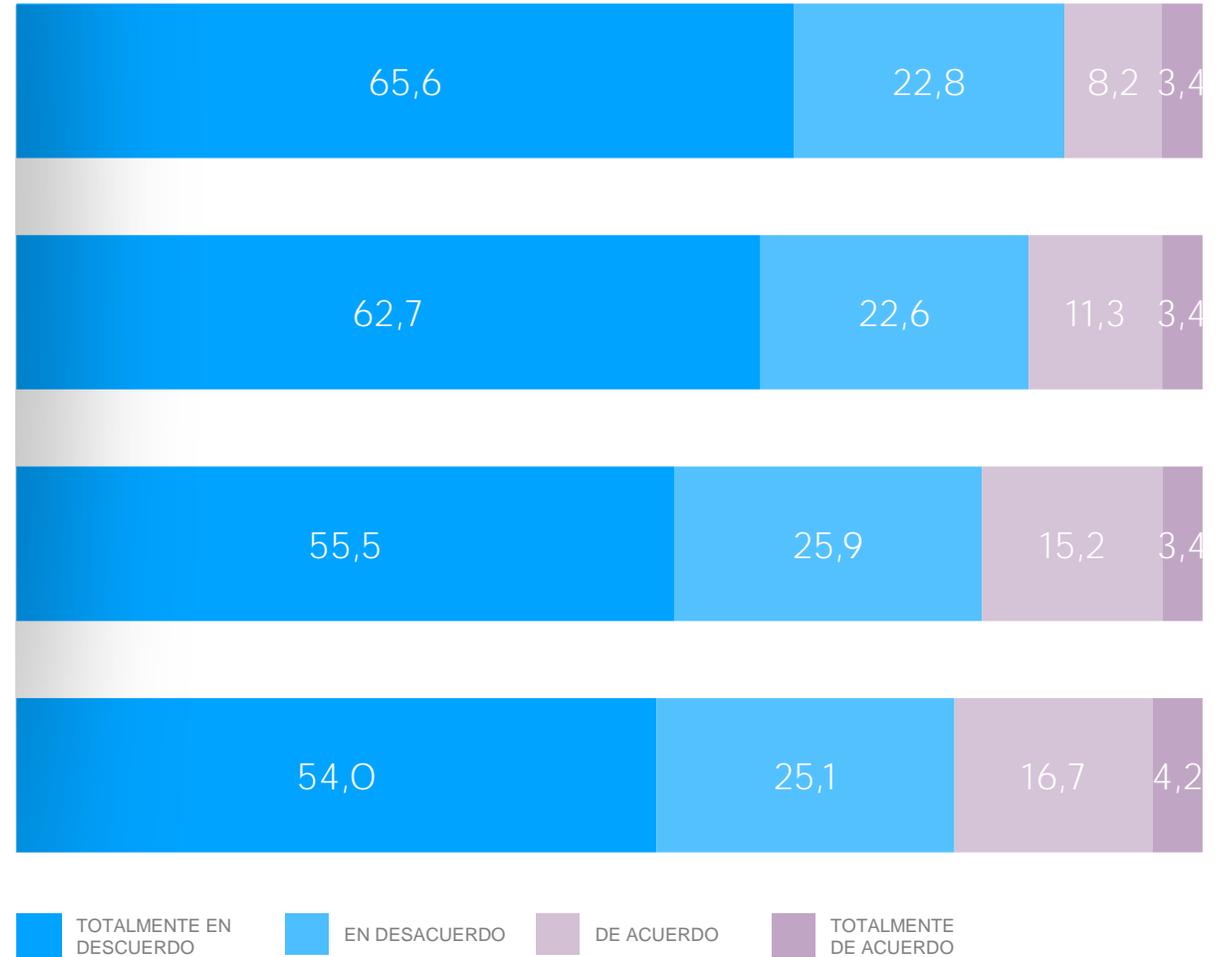
Naturalización de la hipersexualidad

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

Si un hombre no tiene suficiente sexo con su pareja es comprensible que cometa una infidelidad

Es normal que un hombre recurra a la prostitución para tener sexo

Es normal que un hombre piropée a una mujer que no conoce en un espacio público si le parece atractiva



# MASCULINIDAD HEGEMÓNICA TRADICIONAL

Rechazo a la diversidad en la orientación sexual

Un hombre de verdad nunca puede ser afeminado

58,8

24,9

11,5

4,8

No es aconsejable que los hombres heterosexuales tengan amigos homosexuales

68,3

20,4

7,9

3,4

Los hombres de verdad son heterosexuales

61,1

21,2

12,3

5,3

Crítica al cuidado de la apariencia física

Las mujeres no buscan hombres que se preocupen demasiado por su aspecto y forma de vestir

41,5

36,6

16,2

5,7

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

62,2

26,2

8,5

3,1

TOTALMENTE EN DESACUERDO

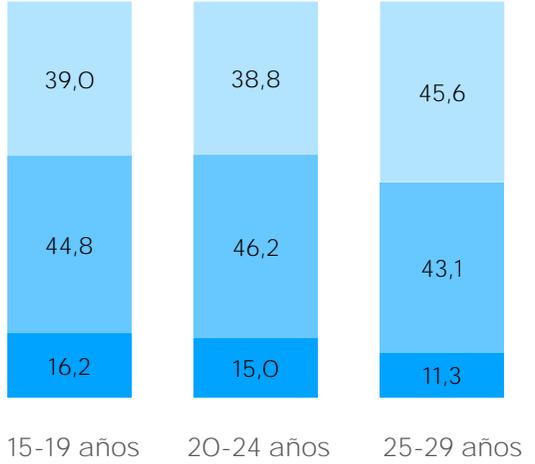
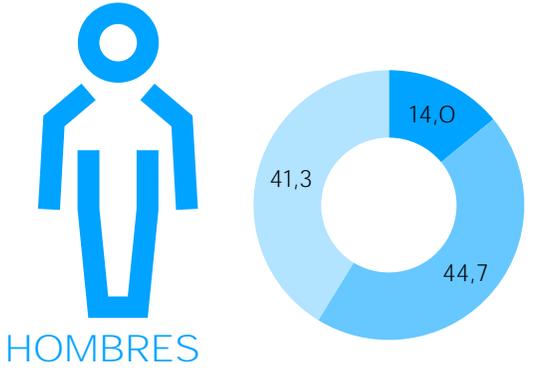
EN DESACUERDO

DE ACUERDO

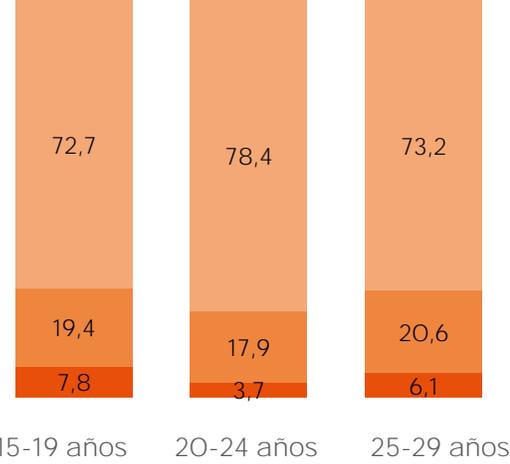
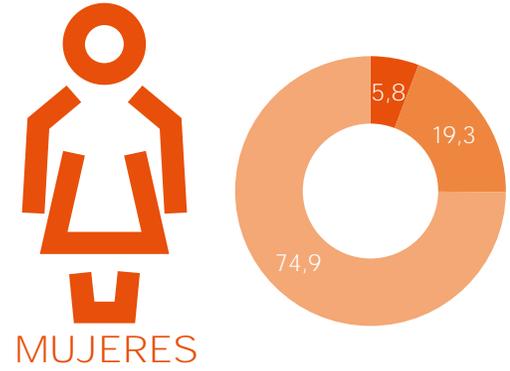
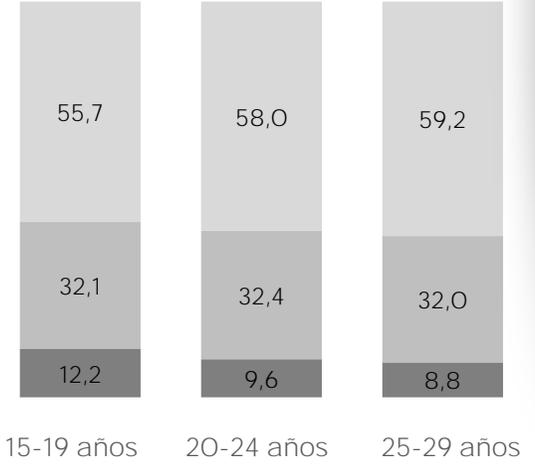
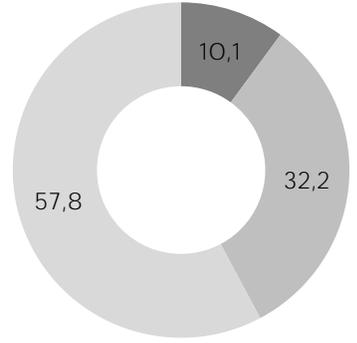
TOTALMENTE DE ACUERDO

# DENTRO Y FUERA DE LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

Gráfico 04. Jóvenes dentro y fuera de la caja de la masculinidad. Global, por género y edad y por grupos de género y edad (%)



## GLOBAL



■ DENTRO DE LA CAJA  
■ AL BORDE DE LA CAJA  
■ FUERA DE LA CAJA

¿Quién está dentro y quién está fuera de la caja?

Sólo 1 de cada 10 personas jóvenes se sitúa dentro de la caja de la masculinidad frente al 57,8% que posiciona fuera. No obstante, el género es determinante.

Perfil de los hombres que están dentro de la caja: quienes se identifican con la clase alta (25%) o tienen una carencia material severa (21,7%), se consideran muy religiosos (20,4%) y se posicionan en la derecha ideológica (16,9%)

# LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

¿Qué significa estar  
*al borde* de la caja?

Es imposible saber si se trata de jóvenes entrando o saliendo de la caja pero sí se puede afirmar que se encuentran en un proceso intenso de negociación de la propia masculinidad.

Entre los hombres esta es la posición mayoritaria (44,7%) superando a quienes se sitúan fuera de la caja (41,3%).



# 3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

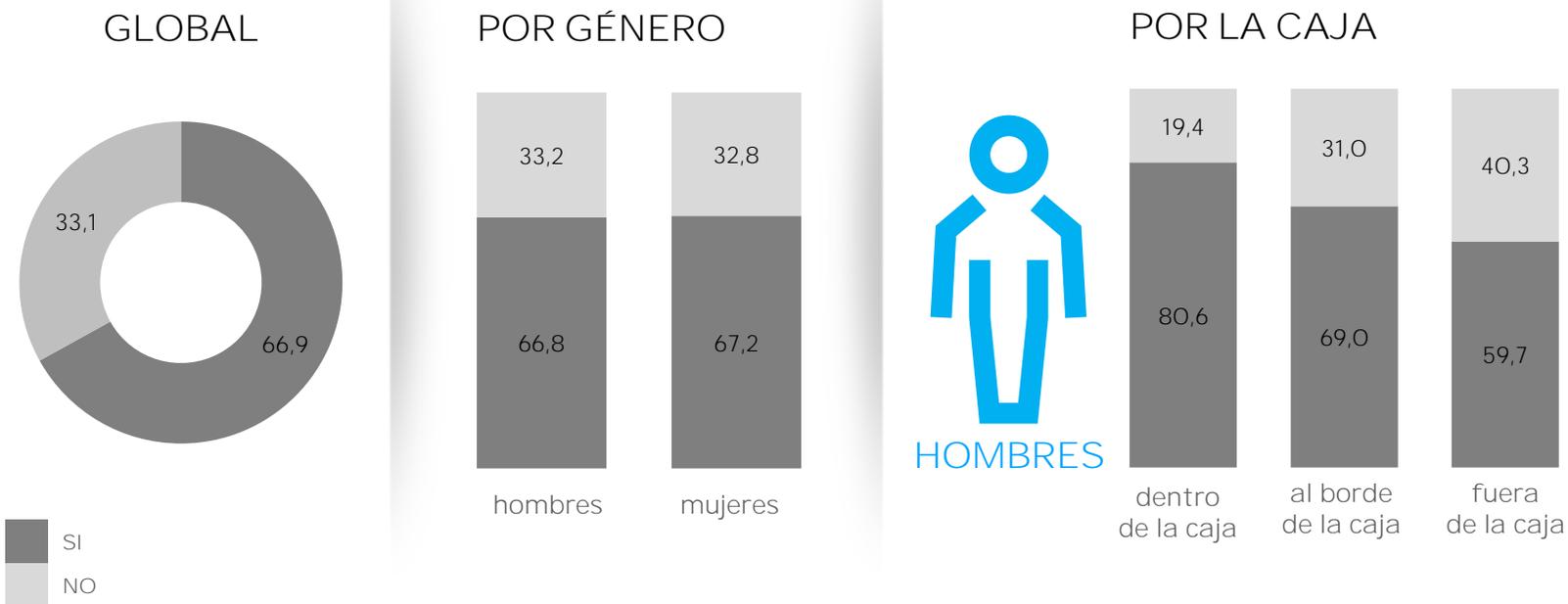


# 3.1 SOCIALIZACIÓN DE GÉNERO

# SER UN «HOMBRE DE VERDAD» O UNA «MUJER DE VERDAD»

Gráfico O6. Jóvenes a quienes les han dicho desde la infancia que hombres o mujeres se comportan de una determinada manera. Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (%)

¿Te han dicho desde la infancia y desde tu entorno cercano que un «hombre de verdad» tienen que ser de determinada manera?



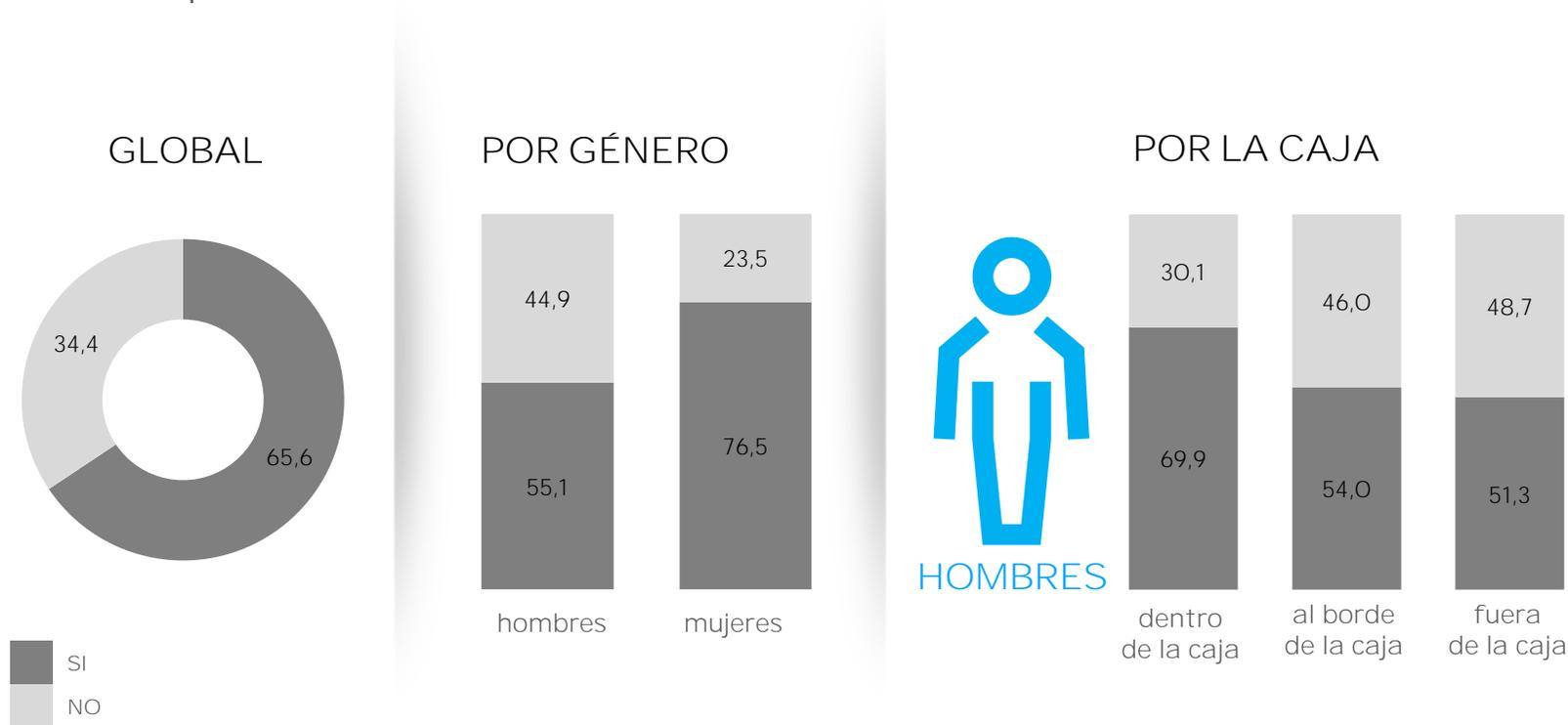
A una mayoría de jóvenes (66,9%) se les ha socializado desde su infancia con la idea de que los hombres deben comportarse y ser de una manera determinada.

8 de cada 10 hombres que están dentro de la caja se han socializado con la noción de un «hombre de verdad», entre 10 y 20 puntos porcentuales más que el resto.

# SER UN «HOMBRE DE VERDAD» O UNA «MUJER DE VERDAD»

Gráfico O6. Jóvenes a quienes les han dicho desde la infancia que hombres o mujeres se comportan de una determinada manera. Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (%)

¿Te han dicho desde la infancia y desde tu entorno cercano que una «mujer de verdad» tienen que ser de determinada manera?



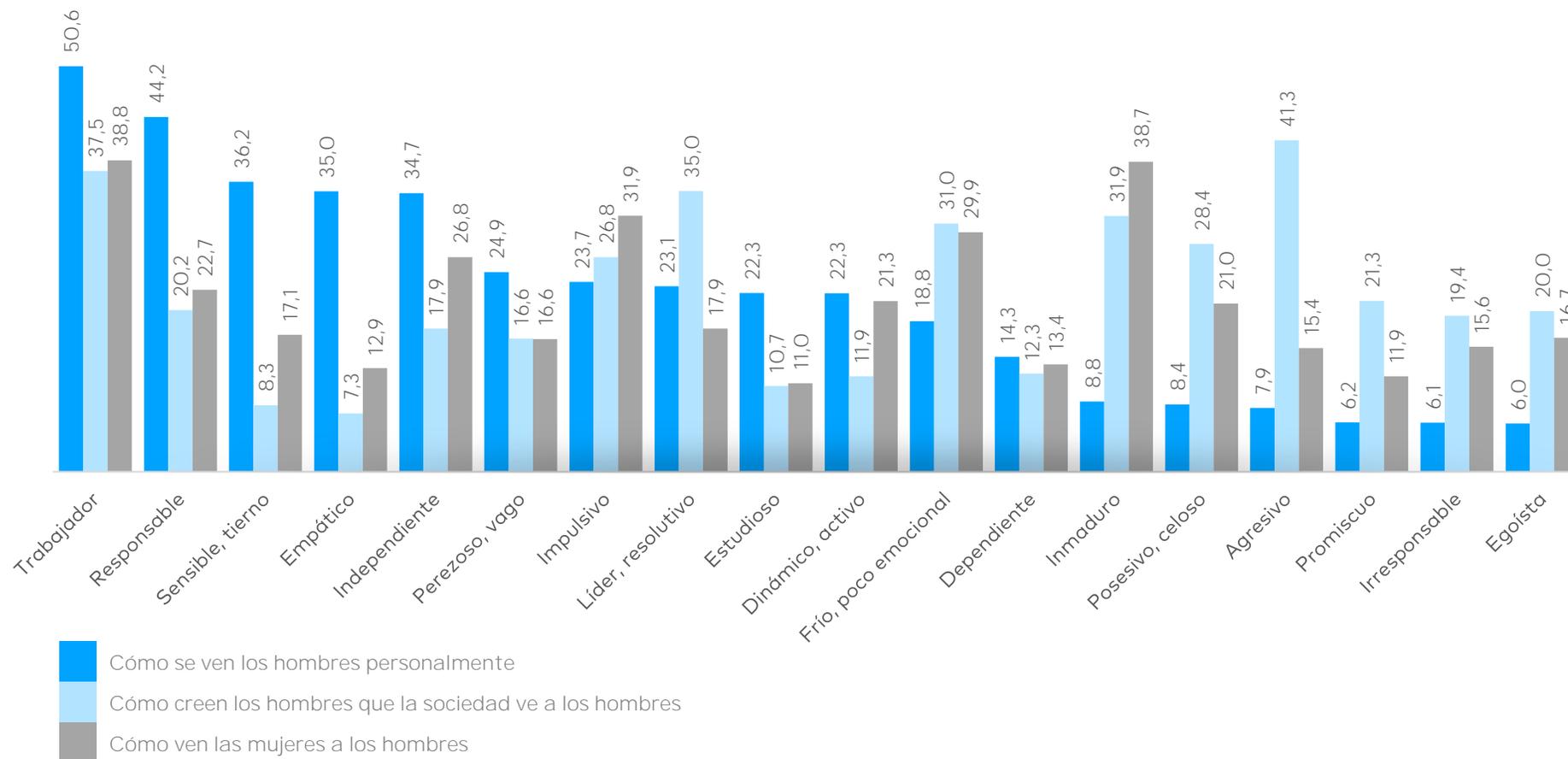
La categoría de ser «una mujer de verdad» está presente en el proceso de socialización de un 65,6% de la muestra y un 76,5% de las mujeres.

7 de cada 10 hombres que están dentro de la caja se han socializado con la noción de una «mujer de verdad». Por otro lado, para quienes están al borde y para quienes están fuera los porcentajes son del 54% y 51,3% respectivamente.



# RASGOS QUE DEFINEN A LOS HOMBRES

Gráfico O8. Rasgos que definen a los hombres. Por hombres según autopercepción, por hombres según creen que los ve la sociedad y por mujeres según los ven ellas (%)



Sobre la autopercepción de los hombres, destacan cinco categorías positivas que menciona más de un 30%: "trabajador" (50,6%), "responsable" (44,2%), "sensible, tierno" (36,2%), "empático" (35%) e "independiente" (34,7%).

Poniendo el foco sobre el modo en el que los hombres consideran que la sociedad les percibe se observa cierta ambigüedad entre atributos positivos y negativos, aunque de las tres miradas sería la más crítica.

Llama la atención que la percepción que tienen las mujeres de los hombres tiende a ser más positiva que la que los hombres atribuyen a la imagen de la masculinidad en la sociedad.

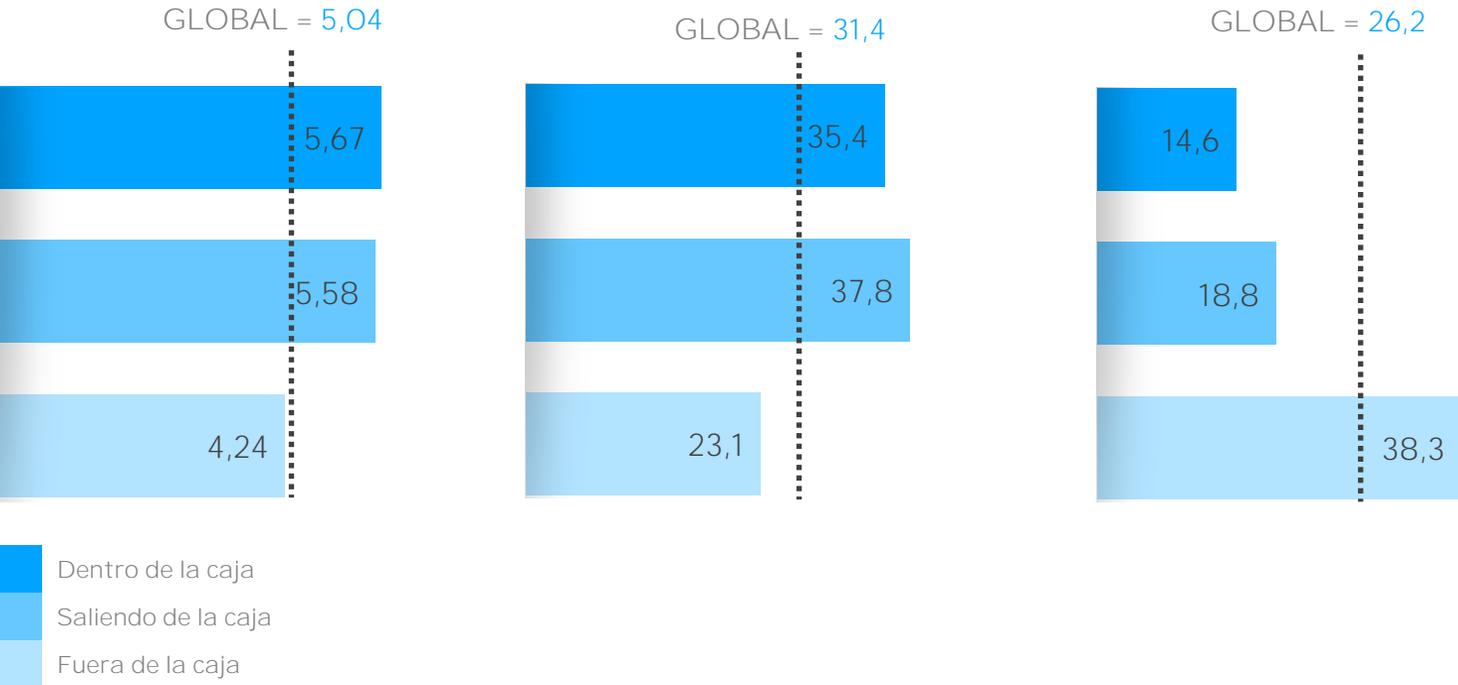
# AJUSTARSE A LO QUE LA SOCIEDAD ESPERA DE LOS HOMBRES

Gráfico 11. Autopercepción sobre ajuste a lo que la sociedad espera sobre qué es ser un hombre. Global, por edad y visión de la masculinidad (Escala 0-10) (media) (% muy ajustados y poco ajustados)

MEDIA AJUSTE A «SER UN HOMBRE» (escala 0-10)

% MUY AJUSTADOS A «SER UN HOMBRE» (7-10 en la escala)

% POCO AJUSTADOS A «SER UN HOMBRE» (0-3 en la escala)

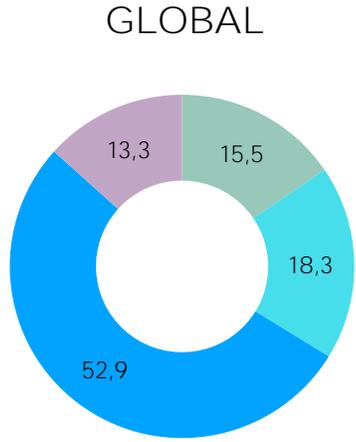


La posición global de los jóvenes es del 5,04, por lo que resulta evidente la existencia de una equidistancia entre vivencias más alejadas y más ajustadas al modo en el que la sociedad define qué es «ser un hombre».

El porcentaje de hombres fuera de la caja muy ajustados a «ser un hombre» es 23,1%, mucho menor que el de las otras dos posiciones (35,4% para quienes están dentro y 37,8% para quienes están al borde). Lo contrario ocurre con el porcentaje de jóvenes muy poco ajustados al ideal.

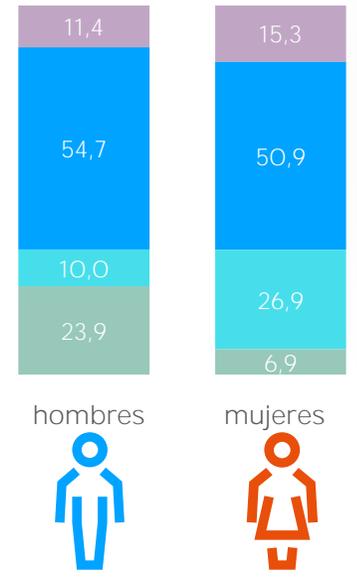
# APOYO SOCIOEMOCIONAL

Gráfico 16. Jóvenes con apoyo socioemocional de amigos o amigas. Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (%)

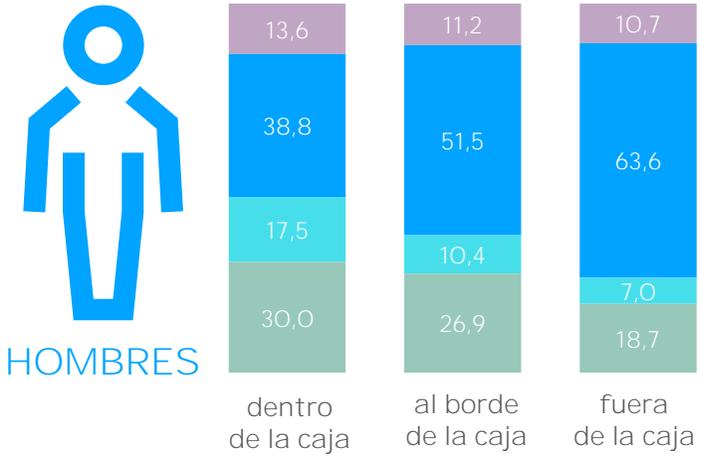


- Sí, sólo amigos
- Sí, sólo amigas
- Sí, tanto amigos como amigas
- No, ni amigos ni amigas

### POR GÉNERO



### POR LA CAJA



Los datos globales muestran que la mayoría (el 52,9%) se sienten cómodos y cómodas hablando sobre temas personales y emocionales tanto con amigos como amigas.

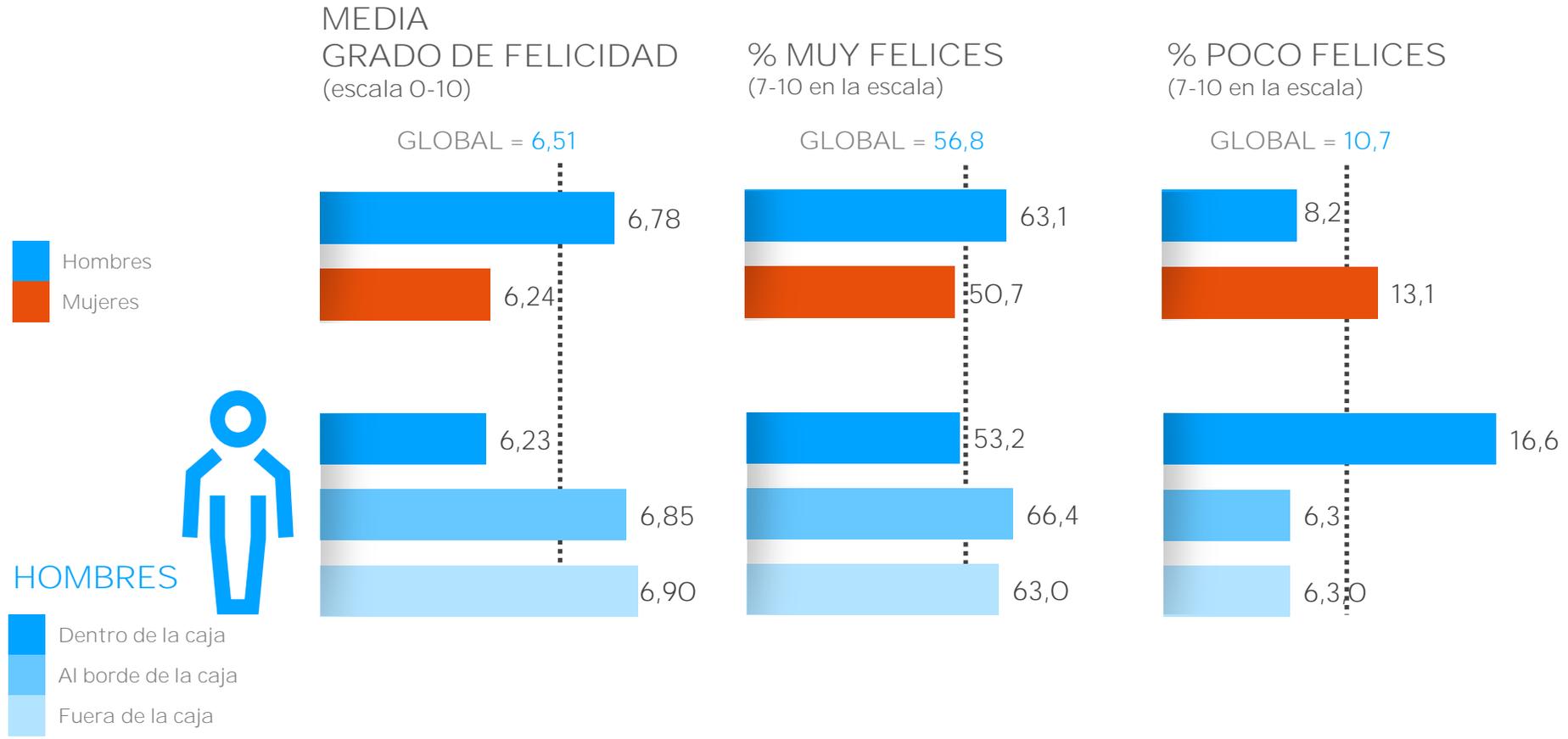
Los datos vinculados a la caja de la masculinidad son los que presentan más contrastes. Quienes están *dentro* de la caja son los que más se apoyan solo en hombres (30%) y también solo en mujeres (17,5%); mientras que entre quienes están *fuera* solo el 18,7% se relaciona solo con hombres y el 7% solo con mujeres.



# 3.2 SITUACIÓN PERSONAL

# SATISFACCIÓN Y FELICIDAD

Gráfico 13. Grado de felicidad. Global, por género, edad y hombres según visión de la masculinidad (Escala 0-10) (media) (% muy felices y poco felices)



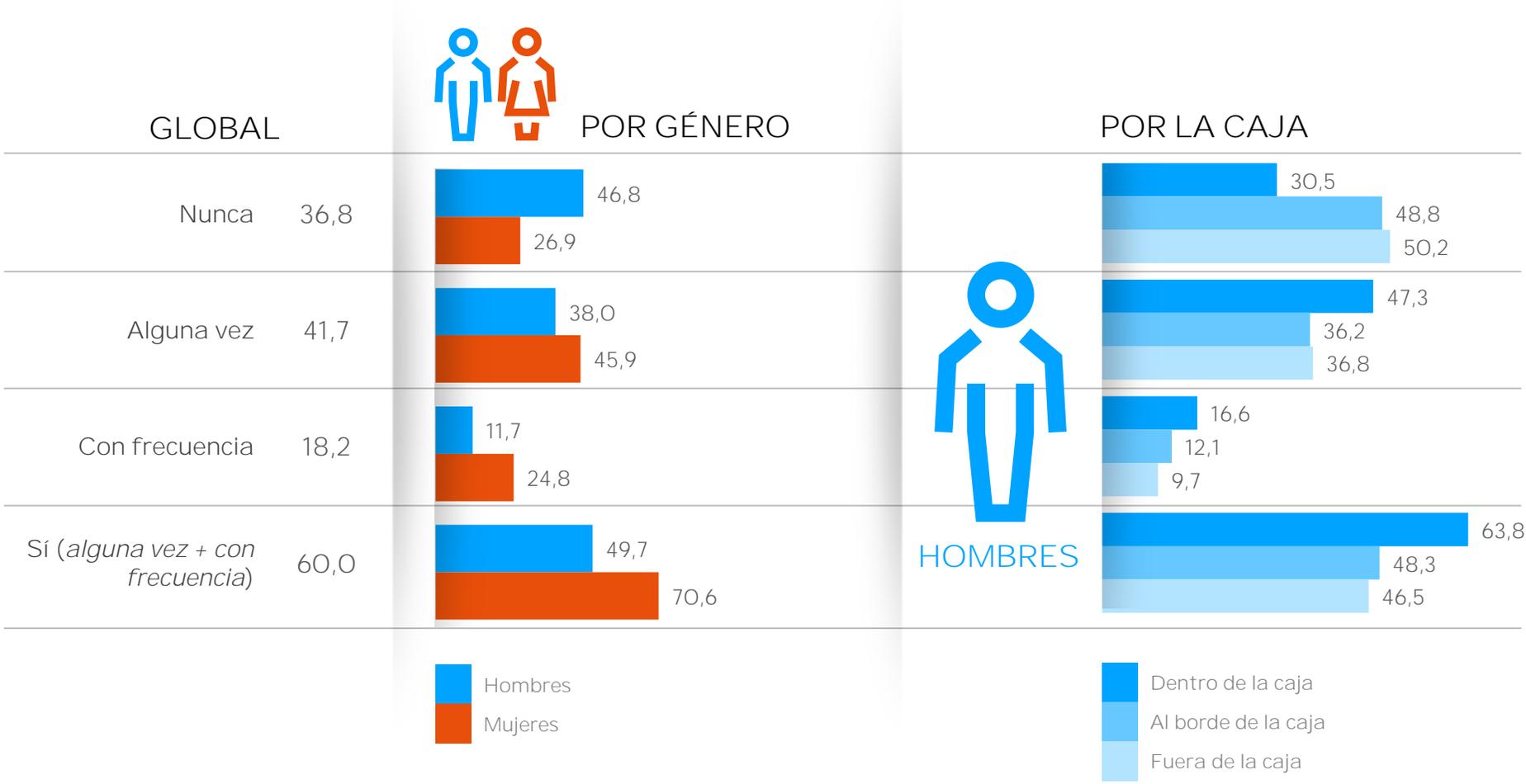
En una escala de 0 a 10, la posición global de los y las jóvenes sobre el grado de felicidad declarada es del 6,51; un 56,8% se declara muy feliz.

Los hombres tienden a declarar mayores grados de felicidad que las mujeres, situándose ellos por encima de la media global (6,78) y ellas por debajo (6,24).

Son los hombres dentro de la caja quienes muestran menores grados de felicidad, siendo los únicos que se sitúan por debajo de las medias globales (6,23). El porcentaje de muy infelices entre los hombres dentro de la caja es el más alto de todas las categorías (16,6%).

# SALUD MENTAL

Gráfico 14. Problemas de salud mental e ideas suicidas experimentados. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad (%)



¿Has tenido o has creído tener un problema psicológico, psiquiátrico o de salud mental en el último año?

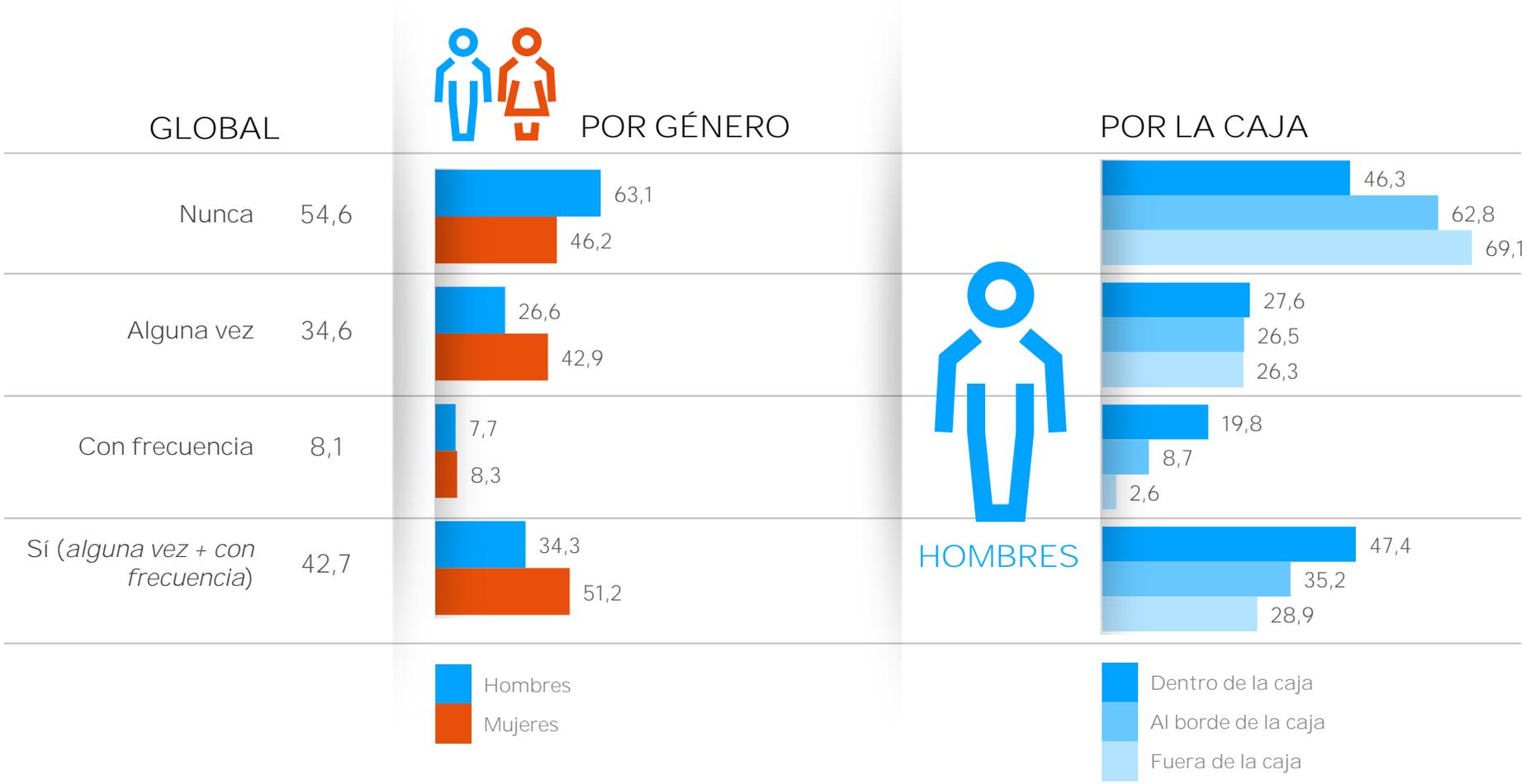
6 de cada 10 jóvenes afirman haber sufrido algún problema de salud mental en el último año.

Los datos por género muestran la posición especialmente vulnerable en la que se encuentran las mujeres.

El porcentaje de hombres jóvenes que afirman haber tenido problemas psicológicos, psiquiátricos o de salud mental en el último año es de 63,8% para quienes están *dentro* de la caja, frente al 46,5% de quienes se encuentran *fuera* de la misma.

# IDEACIÓN SUICIDA

Gráfico 14. Problemas de salud mental e ideas suicidas experimentados. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad (%)



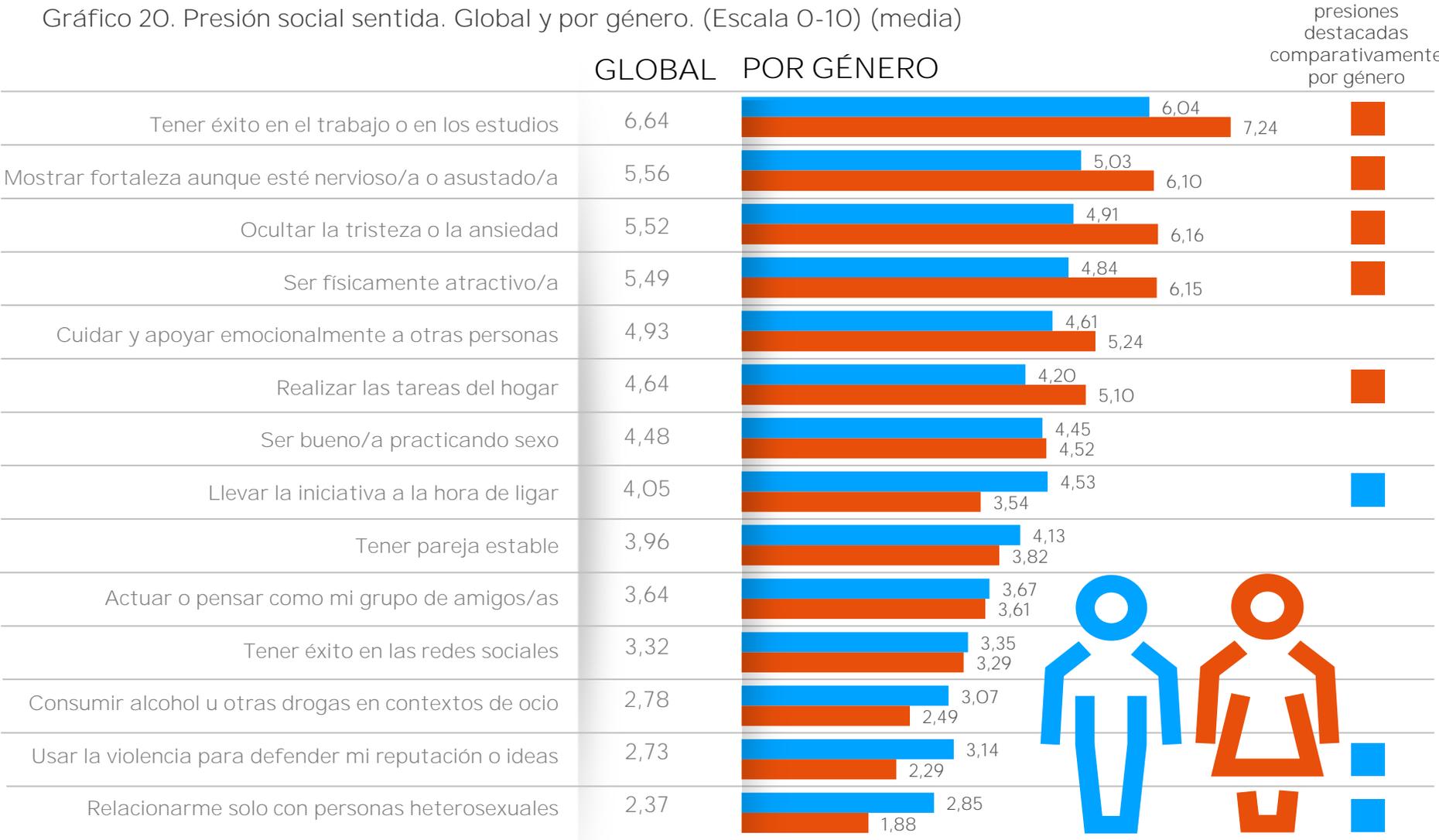
¿Has experimentado alguna vez ideas de suicidio?

Al observar la ideación suicida la diferencia se intensifica todavía más, puesto que un 19,8% de los jóvenes que se encuentran *dentro* de la caja afirma experimentarlas con frecuencia frente al 8,7% de quienes ocupan posiciones intermedias y sólo el 2,6% de quienes se sitúan *fuera*.

Una tendencia similar se observa al analizar la ideación suicida entre la juventud: el 54,6% afirma no haber experimentado nunca ideas de suicidio y un 8,1% las experimenta con frecuencia.

# PRESIONES SOCIALES

Gráfico 20. Presión social sentida. Global y por género. (Escala 0-10) (media)



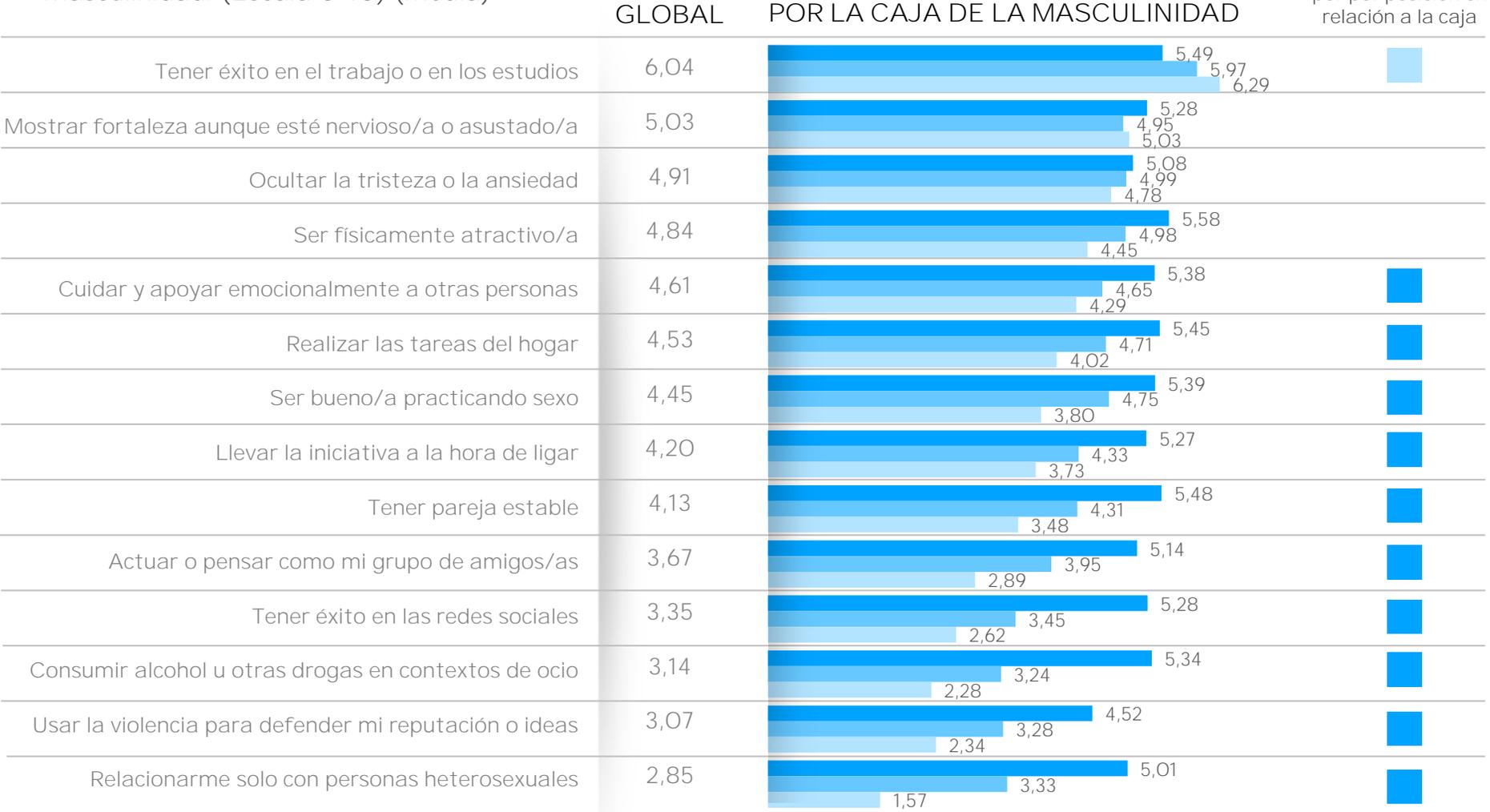
De forma global, la presión social más mencionada que sienten las personas jóvenes es tener que lograr éxito en el trabajo o en los estudios (media de 6,64 en una escala de 0 a 10 de menor a mayor presión).

Los hombres tienden a sentir una menor presión de forma general; por ejemplo, en la categoría más destacada globalmente (tener éxito) tienen una media de 6,04 frente a una media de 7,24 de las mujeres.

■ Hombres  
■ Mujeres

# MASCULINIDAD Y PRESIÓN SOCIAL

Gráfico 21. Presión social sentida. Global (sólo hombres) y hombres según visión de la masculinidad. (Escala 0-10) (media)



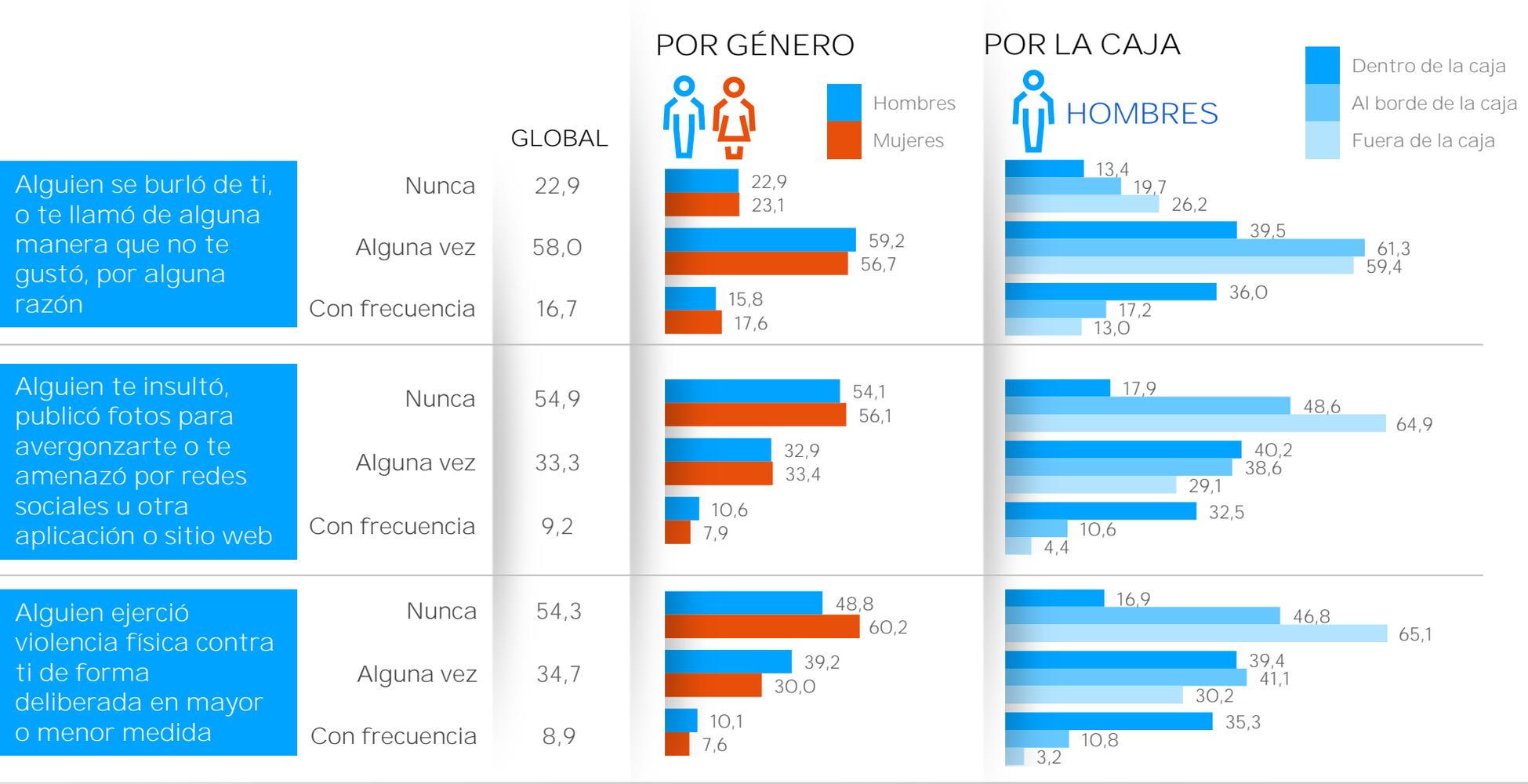
presiones destacadas comparativamente por posición en relación a la caja

Las formas diferenciales de ver la masculinidad se erigen como factores clave en cuanto a la forma de experimentar las presiones sociales. Los hombres *dentro* de la caja sienten mayor presión que los hombres más progresistas en todas las categorías consultadas, salvo en el caso de tener éxito en el trabajo o en los estudios.

- Dentro de la caja
- Al borde de la caja
- Fuera de la caja

# ACOSO Y VIOLENCIA SUFRIDA

Gráfico 23. Situaciones de acoso y violencia (bullying) sufridas en los últimos meses. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad (%)



La mitad de jóvenes (alrededor del 54%) no ha sufrido violencia o acoso en el ámbito virtual o violencia física en los últimos meses. Sin embargo, solo un 23% afirma que no ha sufrido insultos o burlas.

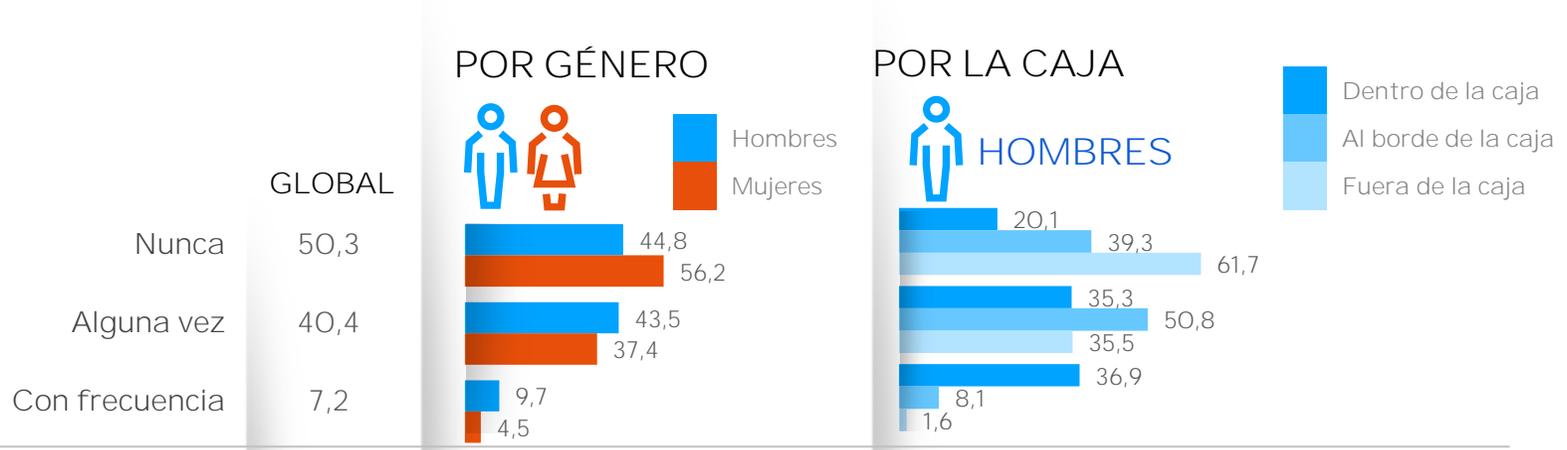
El género no muestra diferencias significativas, salvo en el caso de la violencia física sufrida, que resulta más habitual entre los hombres jóvenes que entre las mujeres.

Donde se aprecian diferencias significativas es en el caso de la visión de la masculinidad, advirtiéndose que entre los hombres dentro de la caja hay más tendencia a sufrir acoso y violencia.

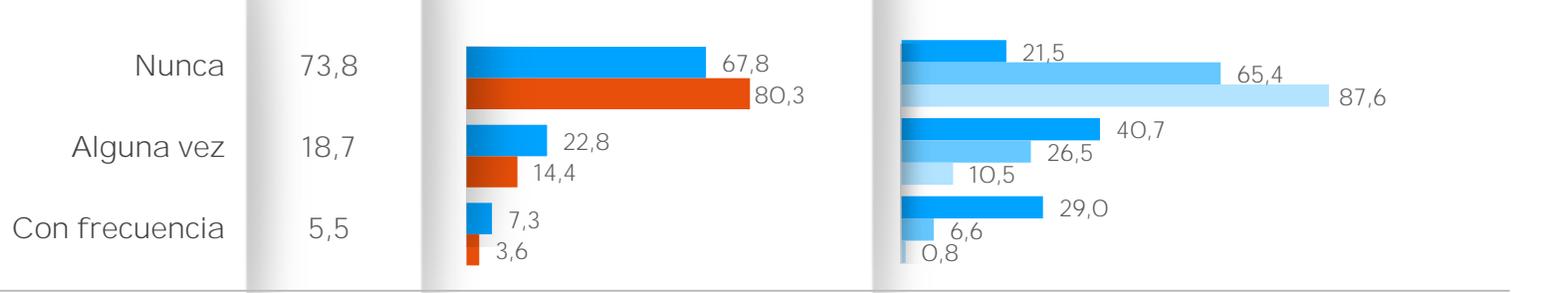
# ACOSO Y VIOLENCIA EJERCIDA

Gráfico 24. Situaciones de acoso y violencia (bullying) ejercidas en los últimos meses. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad (%)

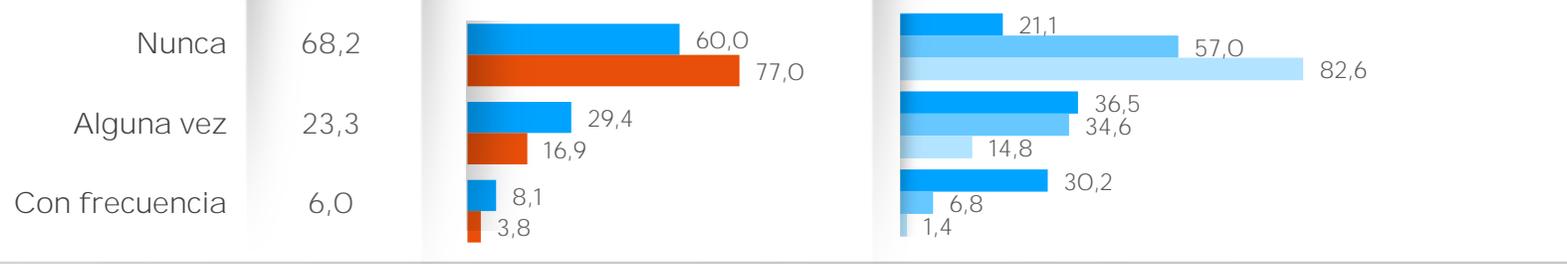
Te burlaste de alguien, o llamaste a alguien de alguna manera que no le gustó, por alguna razón



Insultaste a alguien, publicaste fotos para avergonzar o amenazaste por redes sociales u otra aplicación o sitio web



Ejerciste violencia física contra alguien de forma deliberada en mayor o menor medida



En el caso de insultar, amenazar o publicar fotos para avergonzar hay un 73,8% que nunca lo hizo en los últimos meses, con un porcentaje similar (68,2%) que no ejerció violencia física. Sin embargo, este porcentaje se reduce en cuanto a burlarse de otras personas, habiendo un notable 47,6% de jóvenes que sí lo hicieron en los últimos meses.

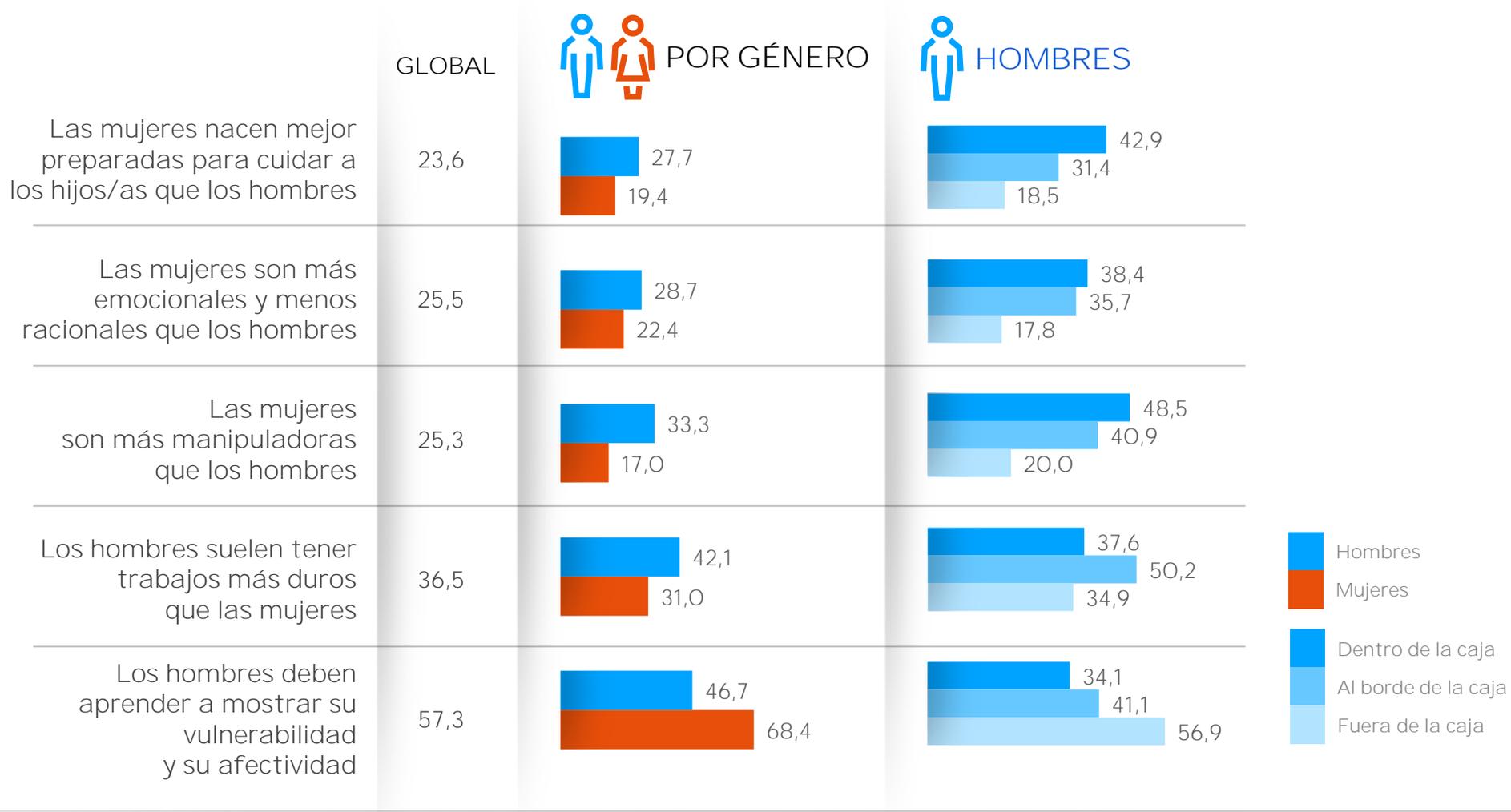
Los hombres tienen mayor tendencia a cometer acoso o violencia que las mujeres y hay una mayor tendencia a ejercer violencias entre los hombres jóvenes dentro de la caja.



# 3.3 VALORES Y CREENCIAS

# CUALIDADES Y ROLES DE GÉNERO

Gráfico 25. Grado de acuerdo con cualidades o roles de hombres y mujeres en la sociedad. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad. Acuerdo alto (7-10 en escala 0-10) (%)



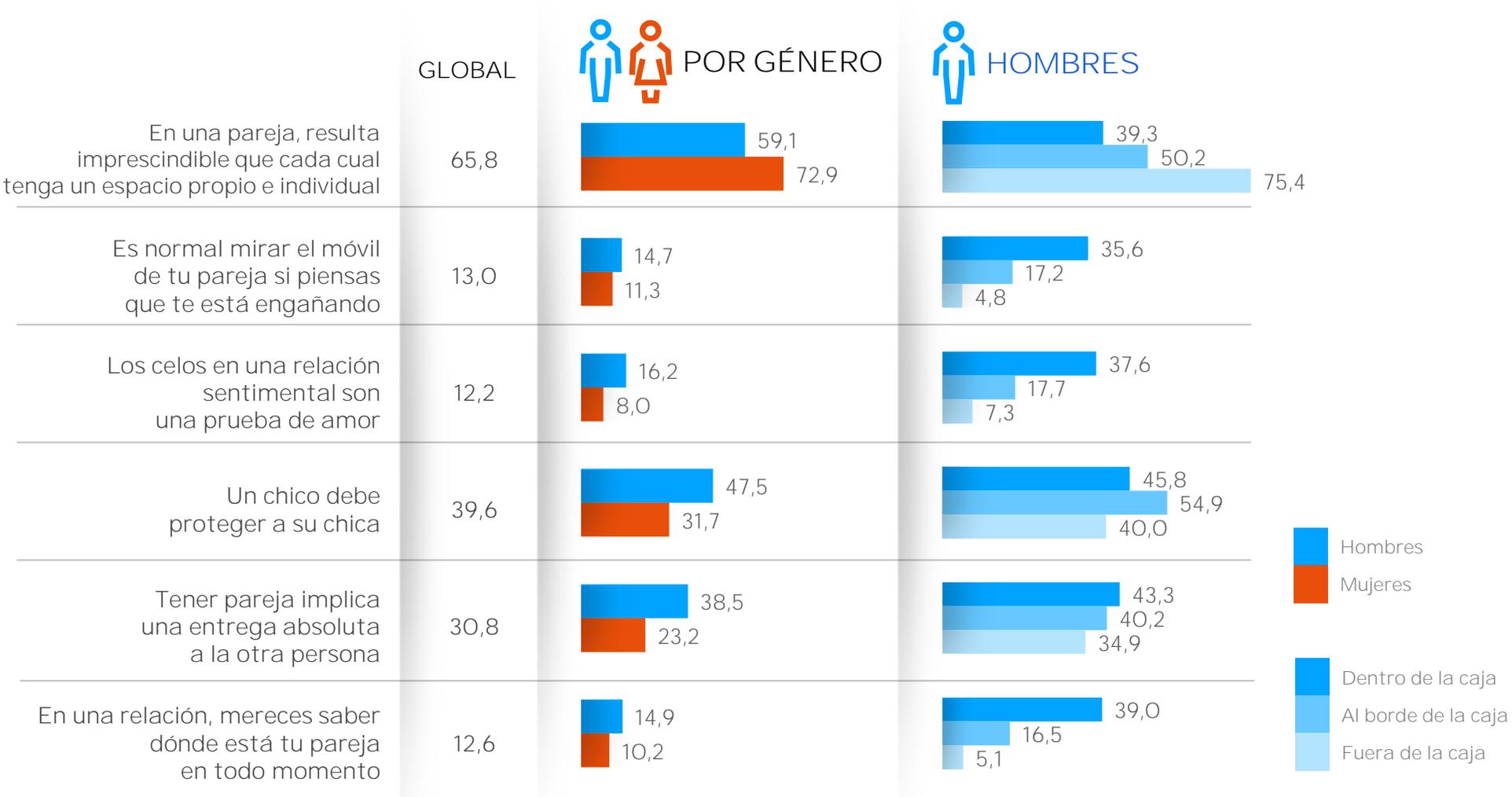
El máximo acuerdo se muestra respecto a la afirmación de que los hombres deben aprender a mostrar su vulnerabilidad (57,3% de apoyo).

Alrededor de 1 de cada 4 jóvenes está de acuerdo con el resto de afirmaciones que naturalizan una serie de estereotipos en las mujeres: su mejor preparación para la crianza y el ser más emocionales y manipuladoras que los hombres.

Los hombres dentro de la caja sostienen en mucha mayor medida la idea de que las mujeres son manipuladoras (48% frente a un 20% de los que se sitúan fuera), que están mejor preparadas para cuidar de los hijos o hijas (43% frente a 18%) y que son más manipuladoras (48% frente a un 20%).

# RELACIONES DE PAREJA

Gráfico 30. Grado de acuerdo con afirmaciones sobre relaciones de pareja. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad. Acuerdo alto (7-10 en escala 0-10) (%)



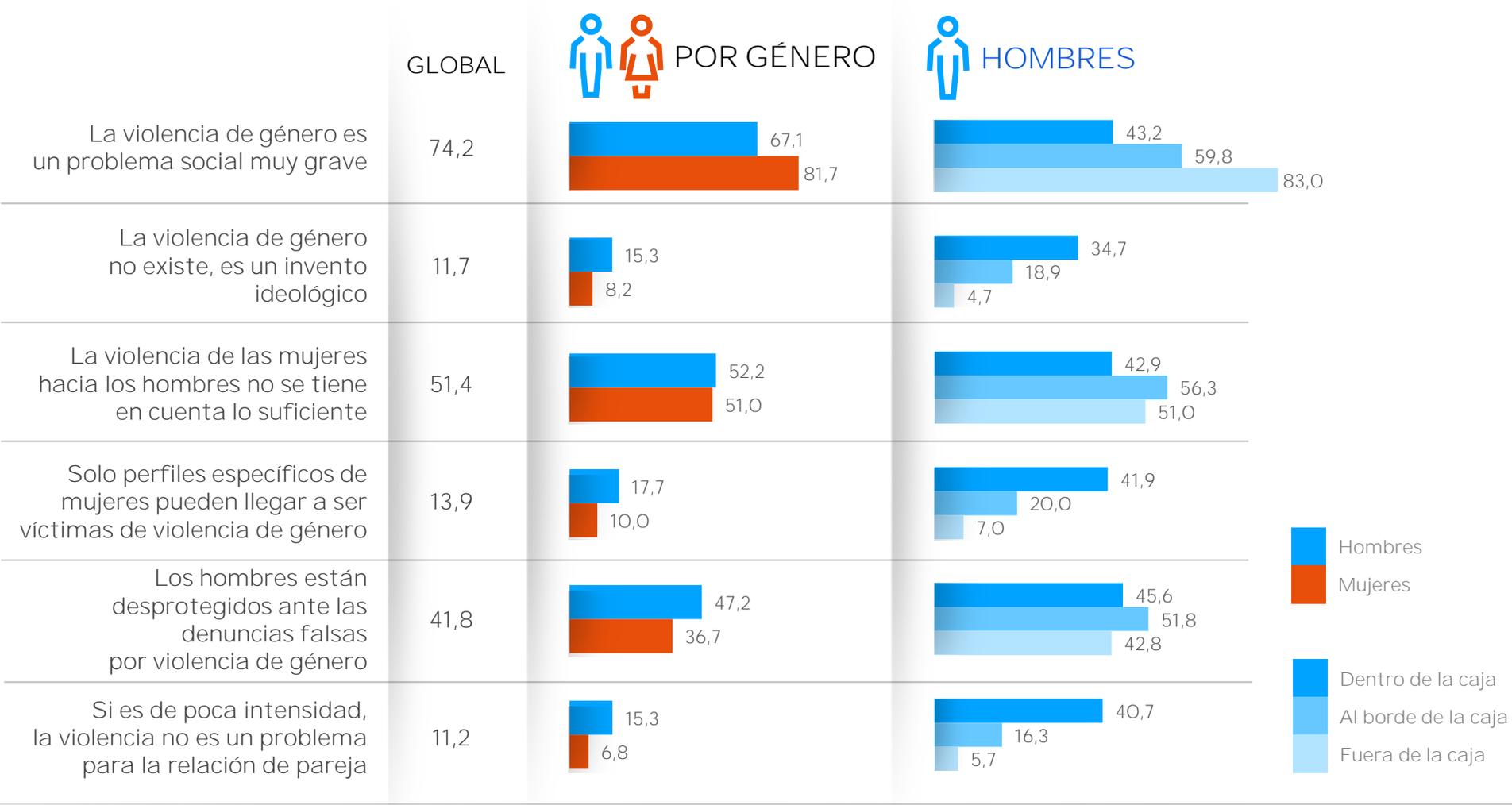
La afirmación que más acuerdo genera en cuanto a las relaciones de pareja entre la juventud es que es imprescindible que cada persona tenga su espacio propio e individual en una relación, defendida con acuerdo alto por el 65,8% de los y las jóvenes.

Pese a esto, sigue habiendo porcentajes muy significativos de apoyo al rol protector del hombre en la pareja (39,6%) y a la entrega absoluta a la otra persona en pareja (30,8%).

Estar dentro de la caja supone un mayor acuerdo con el ejercicio de la violencia de control (control del móvil, saber dónde está y celos como prueba de amor) con porcentajes entre el 35-39%.

# VIOLENCIA DE GÉNERO

Gráfico 30. Grado de acuerdo con afirmaciones sobre la violencia de género. Global, por género y hombres según visión de la masculinidad. Acuerdo alto (7-10 en escala 0-10) (%)



3 de cada 4 jóvenes está de acuerdo con que la violencia de género es un problema social muy grave. Las mujeres lo creen en mayor medida (14 p.p. más que ellos).

Estar dentro de la caja marca claramente la postura de los hombres en apoyo al negacionismo de la violencia de género (un 34,7% cree que es un invento ideológico, y un 40,7% que si es de poca intensidad la violencia no es un problema para la pareja)

Es llamativo el consenso que hay entre la mitad de chicos y chicas con que la violencia de las mujeres hacia los hombres no se tiene en cuenta lo suficiente.



# 4. CONCLUSIONES

# CONCLUSIONES

## LA CAJA DE LA MASCULINIDAD

La mayoría de hombres y mujeres jóvenes rechazan los valores tradicionales representados por la caja de la masculinidad. Solo un 10,1% se sitúa «dentro» de la caja frente al 32,2% «al borde» y el 57,8% «fuera».

- ▶ El género es determinante a la hora de posicionarse en la caja de la masculinidad. Los hombres ocupan posturas mucho más cercanas a la caja que las mujeres, un 14% de hombres frente al 5,8% de mujeres están dentro y un 41,3% de hombres frente al 74,9% de mujeres están fuera.
- ▶ Otras variables significativas a la hora de posicionarse dentro de la caja son: un bajo nivel de estudios, autoidentificarse con pertenecer a la clase alta, experimentar carencias materiales severas, posicionarse en la derecha ideológica y contar con un sentir religioso fuerte.

Es importante evidenciar la existencia de masculinidades híbridas y que en la práctica las posiciones de la caja se van rearticulando en el proceso de resquebrajamiento de la masculinidad tradicional.

# CONCLUSIONES

## SOCIALIZACIÓN DE GÉNERO

Un aspecto fundamental a la hora de comprender el proceso de construcción de la masculinidad es la [socialización diferencial de género](#):

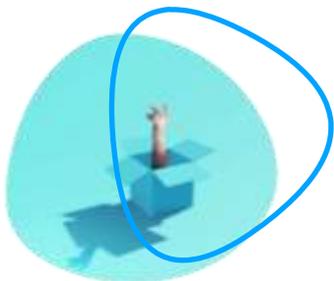
- ▶ La mayoría de [hombres y mujeres han crecido con ideas establecidas de lo que supone ser «un hombre de verdad» y ser «una mujer de verdad»](#): [2 de cada 3 jóvenes](#) ha escuchado desde la infancia en su entorno cercano que los hombres o las mujeres se comportan (o se tienen que comportar) de una determinada manera.
- ▶ Las cifras [aumentan entre quienes están dentro de la caja](#), por lo que se advierte que los procesos de socialización en la infancia son fundamentales a la hora de transmitir determinadas visiones de la masculinidad.
- ▶ La característica del entorno social también tiene un peso específico en el proceso de socialización y en este sentido cabe destacar que, cuando tienen problemas, dilemas o se sienten mal, [para los hombres es más común contar tanto con amigos como con amigas a medida que se alejan de la caja de la masculinidad](#) y tener solo amigos a medida que se alinean con la caja.

# CONCLUSIONES

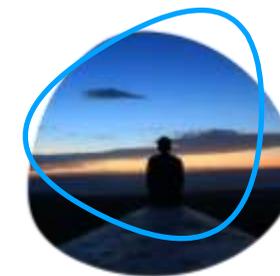
## SITUACIÓN PERSONAL

Los datos también muestran que cuanto mayor es el **alineamiento con la masculinidad hegemónica tradicional** más **consecuencias negativas** se experimentan en el plano del bienestar emocional y psicológico, a nivel relacional y en la exposición a las conductas de riesgo y violencia.

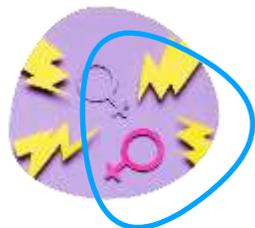
Los hombres que están **dentro de la caja** afirman sentir **menor grado de felicidad que el resto**; el porcentaje de muy poco felices es de 16,6%, más del doble de quienes están *al borde* o *fuera* de la caja.



Quienes están dentro de la caja afirman haber sufrido **problemas psicológicos o de salud mental** a lo largo del último año en un 63,8% de los casos, frente al 48,3% de los que están al borde y el 46,5% de los que están fuera. Esta diferencia se acentúa al poner el foco sobre la **ideación suicida** con alta frecuencia: 19,8% para quienes están dentro, 8,7% para quienes están al borde y sólo un 2,6% para los que están fuera.



**La situación de las mujeres** tiende a ser peor que la de los hombres al analizar este tipo de problemáticas, el línea con anteriores investigaciones del Centro.



Alinearse con la caja de la masculinidad también se asocia a una mayor **presión social** en todos los ámbitos excepto en el del éxito laboral o académico.

Quienes están dentro destacan especialmente en cuestiones como relacionarse sólo con personas heterosexuales, usar la violencia para defender la reputación o ideas, tener éxito en las redes sociales y actuar o pensar como el grupo de amigos.

La caja tiene un impacto **claro tanto sobre la violencia ejercida como la sufrida**.

Un 35,3% de quienes están dentro de la caja han sufrido violencia física en los últimos meses y un 30,2% la han ejercido. Para quienes están fuera de la caja estos porcentajes apenas llegan al 3%.

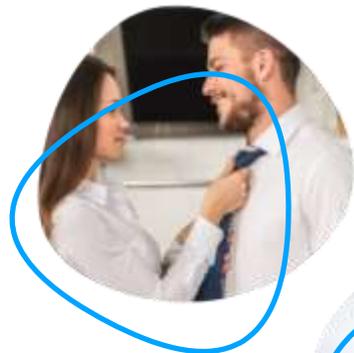


# CONCLUSIONES

## VALORES Y CREENCIAS

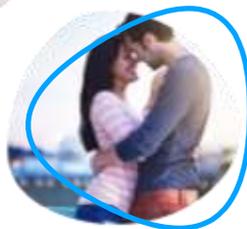
La mayor parte de la juventud se alinea con posturas que problematizan la masculinidad hegemónica tradicional. Más de la mitad considera que los hombres deben aprender a mostrar su vulnerabilidad (57,3%), se valora muy positivamente que en una pareja cada cual tenga un espacio propio (65,8%) y existe un acuerdo generalizado ante la idea de que la violencia de género es un problema social muy grave (74,2%).

No obstante, el acercamiento a la caja de la masculinidad supone la asunción de valores y creencias altamente preocupantes y nocivas en relación a los roles tradicionales de género, la percepción de la desigualdad, las relaciones de pareja y la violencia de los hombres hacia las mujeres.



Quienes se sitúan dentro de la caja:

Entre un 38 y un 50% apuntalan estereotipos y roles de género como el del varón proveedor y las mujeres cuidadoras y manipuladoras o guiadas por sus emociones.



Entre un 35% y un 45% naturalizan actitudes posesivas y controladoras en las relaciones de pareja.

Entre un 35% y un 40% se alinean con posturas que normalizan, minimizan o niegan la violencia de género.



Por último, es importante destacar una serie de valores presentes en todas las posiciones de la caja y que en gran medida también han calado entre las mujeres: Afirmaciones ligadas a la dureza del trabajo de los hombres y su desprotección ante la violencia de las mujeres o las denuncias falsas alcanza acuerdos importantes en todos los perfiles. Esta noción de los hombres como víctimas en el contexto actual se alinea claramente con postulados posmachistas que niegan o minimizan la desigualdad y la discriminación que experimentan las mujeres.

Centro  
Reina Sofía  
sobre adolescencia  
y juventud

---

**fad**



[adolescenciayjuventud.org](http://adolescenciayjuventud.org) | [fad.es](http://fad.es)