PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE MANABÍ
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

TRABAJO DE TITULACIÓN

MASCULINIDAD HEGEMÓNICA Y CONDUCTAS DE RIESGO ASOCIADAS AL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE PORTOVIEJO, 2025-2

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

INEQUIDADES, EXCLUSIONES, DESIGUALDADES Y DERECHOS HUMANOS

SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GÉNERO E INTERCULTURALIDAD

PREVIO AL TÍTULO DE

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA CLÍNICA

AUTORA

CRISTINA ISABEL AVELLÁN MENDOZA

TUTORA

SARAÍ SOFÍA GARCÍA GUERRA

PORTOVIEJO, MAYO 2026

Certificación del Tutor de Trabajo de Integración Curricular

Saraí Sofía García Guerra, docente la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí.

CERTIFICO:

En mi calidad de tutor del Trabajo de Integración Curricular, certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el cual que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, cumpliendo la Normativa del Trabajo de Integración Curricular; en consecuencia, es apto para su presentación y sustentación.

Portoviejo, 18 de mayo del 2026

Atentamente,

Saraí Sofía García Guerra

Acta de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular

El Tribunal examinador aprueba el Trabajo de Integración Curricular titulado "MASCULINIDAD HEGEMÓNICA Y CONDUCTAS DE RIESGO ASOCIADAS AL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE PORTOVIEJO, 2025-2" en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí.

Saraí Sofía García Guerra	José Miguel Espinoza Ordóñez	Eduardo Raúl Silva Villavicencio
Lector 1/Tutor	**Lector 2**	**Lector 3**

Declaración de Originalidad

Este manuscrito no contiene ningún tipo de material que ha sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de soporte que ha sido debidamente citada. Este trabajo es de total responsabilidad del autor, quien declara bajo juramento que ninguna sección de este trabajo de integración curricular infringe los derechos de otros autores.

Portoviejo, 18 de mayo del 2026

Cristina Isabel Avellán Mendoza

CI. 1316201449

Declaración sobre Derechos de Autor

Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a distribuir este manuscrito de investigación en medios físicos y electrónicos con el fin de promover la divulgación de mis resultados a la comunidad científica y a la sociedad en general. Adicionalmente, autorizo el uso de los contenidos de esta investigación como bibliografía para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente al autor de este trabajo.

Portoviejo, 18 de mayo del 2026

Cristina Isabel Avellán Mendoza

CI. 1316201449

Aprobación de Defensa Oral Pública

Los miembros del Tribunal designados por el honorable Comité Académico dan por aprobado el Trabajo de Titulación “MASCULINIDAD HEGEMÓNICA Y CONDUCTAS DE RIESGO ASOCIADAS AL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE PORTOVIEJO, 2025-2”**.**

Saraí Sofía García Guerra	José Miguel Espinoza Ordóñez	Eduardo Raúl Silva Villavicencio
Tribunal 1/Tutor	**Tribunal 2**	**Tribunal 3**

Agradecimiento

Este trabajo va más allá de las horas de lectura, escritura y dudas; también es el resultado del acompañamiento de muchas personas que caminaron conmigo durante este proceso.

Agradezco profundamente a mi papá, a mi tía, a mi tío, y de manera muy especial a mi abuelita, quien ha estado presente a lo largo de mi vida como un pilar fundamental. Su esfuerzo, su apoyo constante y su forma de sostenerme incluso en los momentos más difíciles han sido parte esencial de cada logro que hoy celebro.

También agradezco a los docentes que, a lo largo de mi formación universitaria, compartieron conocimientos que trascendieron el aula y sembraron en mí nuevas formas de pensar y comprender la psicología. A las hermosas amistades que esta etapa me permitió encontrar, hoy también colegas, gracias por acompañar cada paso con paciencia, apoyo y una ayuda infinita que guardaré en el corazón para siempre.

Extiendo mi gratitud a la institución y a los participantes de este estudio, por confiar y formar parte de este proceso investigativo. De manera especial, agradezco a mi tutora, por su guía, su acompañamiento y su compromiso durante la ejecución y culminación de este trabajo.

Cada uno de ustedes forma parte de estas páginas.

Dedicatoria

Dedico la presente investigación a mi abuelita, porque este logro también es suyo. Su esfuerzo, su confianza y su manera de sostenerme en cada etapa de mi vida han sido la base de muchos de mis sueños. Si hoy llego hasta aquí, es porque siempre estuvo ahí.

También me la dedico a mí misma. A la persona que dudó, se cansó, pero decidió continuar. A quien, desde muy temprana edad, tuvo que aprender a madurar y a enfrentar la vida con más fortaleza de la que imaginaba. Este proceso fue desafiante y agotador, pero también fue una oportunidad para descubrir la fuerza que habita en mí y todo lo que soy capaz de lograr.

Este trabajo es el reflejo de una historia compartida y de un crecimiento personal.

Resumen

La masculinidad hegemónica constituye un modelo sociocultural que establece normas, valores y expectativas sobre las formas socialmente aceptadas de ser hombre. Desde esta perspectiva, las prácticas asociadas a la demostración de fortaleza, control o pertenencia grupal fortalecen la adopción de conductas de riesgo, entre ellas el consumo de alcohol. En este marco, el presente estudio tuvo como objetivo describir la masculinidad hegemónica y las conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2.

La investigación se desarrolló bajo una ruta metodológica mixta con predominancia cualitativa y apoyo cuantitativo, con un diseño no experimental y alcance descriptivo. En el componente cualitativo se emplearon entrevistas semiestructuradas a diez estudiantes universitarios y dos expertos en juventudes, masculinidades y bienestar estudiantil; mientras que el componente cuantitativo utilizó el *Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT)* aplicado únicamente a los estudiantes universitarios para caracterizar los niveles de consumo de alcohol.

Los hallazgos de la investigación mostraron que el consumo de alcohol se encuentra vinculado a prácticas de consumo social y a dinámicas de presión social y grupal dentro de los espacios de interacción entre estudiantes. Asimismo, se identificó que estas prácticas se relacionan con procesos de validación y reconocimiento social, donde el consumo funciona como un mecanismo de reafirmación identitaria frente a los pares. Estos resultados permiten comprender cómo las construcciones de la masculinidad influyen en la adopción de conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios.

Palabras clave: masculinidad hegemónica, conductas de riesgo, consumo de alcohol, estudiantes universitarios, género

Abstract

Hegemonic masculinity constitutes a sociocultural model that establishes norms, values, and expectations regarding socially accepted ways of being a man. From this perspective, practices associated with the demonstration of strength, control, or group belonging reinforce the adoption of risk behaviors, including alcohol consumption. Within this framework, the present study aimed to describe hegemonic masculinity and risk behaviors associated with alcohol consumption among university students at a higher education institution in Portoviejo during the 2025-2 academic period.

The research was conducted using a mixed-methods approach with qualitative predominance supported by quantitative data, under a non-experimental design with a descriptive scope. In the qualitative component, semistructured interviews were conducted with ten university students and two experts in youth studies, masculinities, and student well-being. The quantitative component employed the *Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT),* administered exclusively to university students in order to characterize alcohol consumption levels.

The findings revealed that alcohol consumption is linked to social drinking practices and dynamics of social and peer pressure within student interaction spaces. Furthermore, these practices were found to be associated with processes of social validation and recognition, in which alcohol consumption functions as a mechanism of identity reaffirmation among peers. These results contribute to understanding how constructions of masculinity influence the adoption of risk behaviors associated with alcohol consumption among university students.

Keywords: hegemonic masculinity, risk behaviors, alcohol consumption, university students, gender

Índice

Introducción 13

Objetivos 15

Objetivo General 15

Objetivos Específicos 15

Capítulo I. Marco Teórico 16

Antecedentes 16

Estado del arte 19

Fundamentos teóricos 21

Conductas de riesgo 22

Consumo de alcohol 23

Masculinidad hegemónica 27

Productividad y rol proveedor 29

Validación y reconocimiento social 30

Control y distancia emocional 33

Capítulo II. Metodología 35

Tipo de investigación 35

Método 36

Técnica e instrumentos 36

Población y muestra 39

Capítulo III. Análisis y discusión de los resultados 41

Conclusiones 53

Recomendaciones 55

Referencias Bibliográficas 57

Anexos 62

Anexo 1: Guía de entrevista a estudiantes varones. 62

Anexo 2: Guía de entrevista a experto en juventudes y masculinidades. 63

Anexo 3: Guía de entrevista a experta en bienestar estudiantil.....64

Anexo 4: Cuestionario AUDIT. 65

Anexo 5: Consentimiento informado a estudiantes.....67

Anexo 6: Consentimiento informado a expertos.....70

Introducción

El concepto de la masculinidad hegemónica ha sido ampliamente utilizado para explicar un modelo sociocultural que establece normas, valores y expectativas acerca de las formas socialmente legitimadas de ser hombre. Estas construcciones orientan la manera en que los varones se relacionan consigo mismos y con los demás, configurando prácticas, comportamientos y formas de interacción que buscan ajustarse a ideales socialmente valorados de fortaleza, control o dominio (Kimmel, 2008, pp. 45-47). En este sentido, el concepto de masculinidad hegemónica permite explicar la existencia de modelos dominantes de masculinidad que ocupan posiciones de mayor legitimidad dentro de una sociedad y que configuran jerarquías entre distintas formas de ser hombre (Connell y Messerschmidt, 2005, p. 832).

En el caso de los varones, estas normas de masculinidad se traducen en la adopción de prácticas orientadas a reafirmar la identidad masculina dentro de distintos espacios sociales. Algunos comportamientos considerados socialmente riesgosos están asociados a mandatos de masculinidad que promueven la demostración de valentía o resistencia frente al riesgo. De este modo, las conductas de riesgo se convierten en formas mediante las cuales los hombres refuerzan su identidad masculina y obtienen reconocimiento dentro de sus grupos de pares (Courtenay, 2000, p. 1387).

Entre estas conductas, el consumo de alcohol ha sido identificado como una práctica frecuente en contextos donde se refuerzan dinámicas de socialización masculina (Borsari, 2001, p. 392). En la población universitaria, el consumo de alcohol suele estar vinculado a procesos de integración grupal, aceptación social y construcción de identidad durante la juventud. Estas prácticas se desarrollan en espacios donde interactúan factores culturales, sociales y relacionales que influyen en las formas en que los varones participan en actividades asociadas al consumo de bebidas alcohólicas (Borsari, 2001, p. 392). En este contexto, el

consumo de alcohol se convierte en un medio para reafirmar la pertenencia grupal y el reconocimiento dentro de determinados círculos sociales (Peralta, 2007, p. 742).

A partir de lo anterior, la presente investigación plantea la siguiente pregunta: ¿Cómo se manifiesta la masculinidad hegemónica y las conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2? En concordancia con esta interrogante, el objetivo general del estudio es describir la masculinidad hegemónica y las conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo durante el período 2025-2.

La investigación se desarrolló mediante una ruta metodológica mixta con predominancia cualitativa y apoyo cuantitativo, bajo un diseño no experimental y de alcance descriptivo. Para la recolección de información se aplicaron entrevistas semiestructuradas a estudiantes universitarios y expertos en juventudes y masculinidades, y se utilizó el *Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT)* aplicado a los estudiantes participantes con el propósito de caracterizar los niveles de consumo de alcohol en la población objetivo.

Objetivos

Objetivo General

Describir la masculinidad hegemónica y las conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2.

Objetivos Específicos

Identificar las percepciones sobre la masculinidad hegemónica en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2.

Reconocer las conductas de riesgo vinculadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2.

Explorar los niveles de consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2.

Capítulo I. Marco Teórico

Antecedentes

La construcción de la masculinidad ha sido conceptualizada como un proceso dinámico y culturalmente situado, en el cual los varones internalizan y reproducen valores hegemónicos que estructuran significados sobre lo masculino. Estos valores hegemónicos se entienden como un conjunto de normas, creencias y expectativas socialmente dominantes que definen qué comportamientos, actitudes y formas de expresión son consideradas legítimas o deseables en los hombres, estableciendo parámetros sobre la fortaleza, la autoridad, la autosuficiencia y el control emocional (Connell, 1995, p. 77; Bourdieu, 1998, p. 49).

En el marco de los estudios de género, Connell (1995) desarrolló el concepto de masculinidad hegemónica, definido como un modelo cultural dominante que organiza las jerarquías entre las distintas formas de ser hombre en una sociedad, legitimando la posición de poder de ciertos varones y la subordinación de otras masculinidades (p. 67). “Este modelo promueve valores como fortaleza, autosuficiencia, control emocional, heterosexualidad normativa y negación de vulnerabilidad, interiorizados socialmente a través de prácticas discursivas y simbólicas que configuran relaciones de poder y dominación en las experiencias cotidianas” (Connell, 1995, p. 67).

Los discursos sociales funcionan como recursos narrativos que organizan y reproducen los significados asociados a la masculinidad, transmitiéndose mediante contenidos simbólicos que circulan en el lenguaje cotidiano y estructuran formas de pensamiento y acción (Connell, 1995, pp. 67-68). Es por ello que los significados asociados a la masculinidad emergen a través de dinámicas discursivas que legitiman prácticas, relaciones y posiciones de género, configurando formas dominantes y subordinadas de lo masculino.

Los estereotipos de género masculino se configuran históricamente en los ámbitos familiar, institucional y comunitario, influyendo en la manera en que los varones interpretan y legitiman ciertas prácticas como parte de su identidad; en este sentido, la internalización de estos modelos tradicionales favorece la adopción de conductas de riesgo y contribuye a la normalización de prácticas que pueden afectar su salud (Gamarra, 2023, p. 42).

Desde una perspectiva de salud pública, Keijzer et al. (2022) señalan que:

> Existen importantes diferencias en los patrones de mortalidad y morbilidad por sexo a lo largo del curso de vida, incluida la sobremortalidad de los hombres por causas prevenibles como las muertes violentas, los accidentes viales y el consumo de alcohol y otras drogas.
>
> Varias de las causas de la mortalidad y la morbilidad se encuentran vinculadas con la expresión del modelo hegemónico de masculinidad y esto representa un riesgo para la salud integral de los hombres y para las personas cercanas. (p. 1)

Los modelos culturales influyen en la adopción de prácticas de riesgo mediante sistemas de creencias interiorizadas que orientan a los varones a asumir conductas potencialmente riesgosas (Gamarra, 2023, p. 42). Comprender estas prácticas implica analizar los discursos, aprendizajes y significados que los varones atribuyen a su rol de género.

En Ecuador, el origen de la masculinidad hegemónica se vincula históricamente con el sistema patriarcal, el cual continúa vigente como un marco que orienta el comportamiento y las expectativas sociales sobre lo masculino (Castillo, 2024, p. 28). Este sistema se expresa en roles, características y prácticas socialmente atribuidas a los

hombres, las cuales influyen en la manera en que piensan, se expresan y actúan en su entorno (Castillo, 2024, p. 28).

En el contexto local de Portoviejo, la persistencia de estereotipos tradicionales de género se manifiesta en los ámbitos familiar y social, donde los varones son asociados con roles de proveedor, fuerza y autoridad (Menéndez, 2022, p. 56). La interiorización de estos mandatos desde el hogar favorece su reproducción en la vida cotidiana y configura formas de relacionamiento afectivo y social caracterizadas por la resistencia a expresar vulnerabilidad o a asumir conductas consideradas no masculinas (Menéndez, 2022, p. 56).

En contextos urbanos de Ecuador, se ha observado que los hombres perciben presiones sociales rígidas sobre los mandatos de género. Por ejemplo, Merlyn (2025) en su investigación exploratoria en Quito evidenció que el 73,5 % de los 204 hombres participantes considera que existe discriminación por género, motivada en parte por la exigencia de cumplir expectativas tradicionales como fortaleza emocional o rol proveedor, lo cual también puede generar sufrimiento por la imposición constante de estos roles (p. 225). Este estudio destaca que la masculinidad hegemónica opera como un sistema de dominación hacia otros géneros y como una norma interna que sanciona desviaciones del patrón tradicional (Merlyn, 2025, pp. 229-231).

En síntesis, los antecedentes muestran que la masculinidad hegemónica, ha sido fundamental para explicar la configuración social de los varones y su vinculación con prácticas de riesgo. No obstante, existe una necesidad explícita de profundizar cómo estos significados se experimentan y reproducen en contextos específicos, como ocurre en la provincia de Manabí y con grupos de jóvenes universitarios, para contribuir a la comprensión de este fenómeno y su impacto en la salud.

Estado del arte

La literatura sobre masculinidad y adopción de prácticas de riesgo en América Latina se ha centrado principalmente en el estudio de narrativas sociales y presiones culturales asociadas a los mandatos de género, así como en su relación con comportamientos de riesgo en poblaciones juveniles (Keijzer, 2022; Organización Panamericana de la Salud, 2022).

A continuación, se detallan diversos estudios desarrollados en contextos latinoamericanos que analizan la construcción de la masculinidad y su vínculo con la adopción de prácticas de riesgo. Estos trabajos abordan los significados atribuidos a la masculinidad, las presiones sociales asociadas a los mandatos de fortaleza y validación masculina, así como la normalización de conductas de riesgo, particularmente el consumo de alcohol, como mecanismos de reconocimiento y pertenencia social en distintos contextos socioculturales.

Los estudios se presentan siguiendo un orden regional, iniciando por investigaciones desarrolladas en contextos latinoamericanos más distantes y concluyendo en el contexto ecuatoriano, con el fin de contextualizar progresivamente el fenómeno de estudio y evidenciar la pertinencia local de la presente investigación.

Al explorar los significados asociados a la masculinidad en Chile, se ha identificado que persiste una fuerte presión social y grupal por demostrar fortaleza y validación masculina (Arias, 2025, p. 39). Esta presión se ha vinculado con la adopción de conductas de riesgo, particularmente el consumo problemático de alcohol, entendido como un recurso para obtener reconocimiento y pertenencia social (Arias, 2025, p. 39).

En el contexto mexicano, las narrativas de varones universitarios evidencian la normalización de prácticas de riesgo como parte del ideal masculino, asociadas a la demostración de fortaleza emocional o resistencia (Lozano, 2022, p. 74). Estas narrativas

reflejan la interiorización de normas sociales que legitiman el riesgo como mecanismo de validación masculina y refuerzan el mandato del autocontrol emocional (Lozano, 2022, p. 74).

En relación con la construcción de la masculinidad y su vínculo con prácticas de riesgo, en Colombia se han identificado factores como la presión por cumplir con estereotipos masculinos tradicionales, el deseo de aceptación social y la percepción del consumo de alcohol como una práctica normativa dentro del entorno universitario (Torres et al., 2021, p. 91). Estos factores refuerzan una subjetividad atravesada por mandatos de fortaleza, autonomía y competencia constante, los cuales limitan la expresión emocional y favorecen la exposición al riesgo (Torres et al., 2021, p. 91).

En el contexto ecuatoriano, los procesos de socialización familiar y comunitaria reproducen roles y estereotipos de género que posicionan al hombre como proveedor y restringen la expresión emocional (Suárez, 2023, p. 64). No obstante, la producción teórica existente presenta un vacío al no profundizar en la experiencia subjetiva de los varones (Suárez, 2023, p. 64).

En este sentido, los estudios desarrollados en el contexto ecuatoriano han abordado la autoestima en relación con factores emocionales, vínculos afectivos y dependencia emocional, evidenciando su construcción a partir de experiencias interpersonales y esquemas cognitivos. Asimismo, se reconoce la influencia de los mandatos de género en la autovaloración, sin embargo, estas investigaciones se concentran principalmente en contextos urbanos de la Sierra, como Quito, sin considerar diferencias territoriales (Villacrés, 2022; Rivas, 2023; Pinto, 2023).

Así, aunque estos aportes resultan relevantes para comprender dimensiones subjetivas vinculadas a la identidad y la regulación emocional, presentan limitaciones al no problematizar las diferencias socioculturales entre regiones. En este sentido, no es posible

asumir que las expectativas sociales hacia los hombres en Quito se reproduzcan de la misma manera en contextos como Manabí, donde las dinámicas culturales configuran de forma distinta la vivencia de la masculinidad, la expresión emocional y las prácticas de riesgo.

En conjunto, el estado del arte evidencia que la masculinidad hegemónica continúa configurándose en torno a mandatos de fortaleza, control emocional, provisión económica y validación social, los cuales se reproducen a través de los procesos de socialización y se asocian de manera consistente con la normalización de prácticas de riesgo, particularmente en contextos juveniles y universitarios. Los estudios revisados coinciden en señalar que dichas prácticas funcionan como mecanismos de reconocimiento y pertenencia social, reforzando ideales masculinos tradicionales que limitan la expresión emocional.

Fundamentos teóricos

El presente estudio se sustenta en una perspectiva psicológica que comprende al sujeto desde un enfoque biopsicosocial, reconociendo que la conducta, la emocionalidad y la construcción de la identidad se configuran a partir de la interacción entre factores biológicos, psicológicos y sociales. Desde esta visión pluridimensional, se entiende que las experiencias individuales se analizan en relación con los contextos familiares, culturales y sociales en los que se desarrollan. Asimismo, la investigación se apoya en aportes de la teoría de género, la cual permite analizar cómo los mandatos sociales y las construcciones culturales se inscriben en la configuración de la masculinidad, la expresión emocional y las prácticas de los sujetos. En articulación con la psicología, este enfoque posibilita comprender la experiencia subjetiva de los varones como el resultado de dinámicas sociales que regulan, legitiman y reproducen determinadas formas de ser hombre en contextos específicos.

Conductas de riesgo

Las conductas de riesgo son patrones comportamentales que incrementan la probabilidad de generar daños a nivel físico, psicológico o social, especialmente cuando se mantienen de manera reiterada y se integran en los estilos de afrontamiento del individuo. En este sentido, estas conductas suelen manifestarse con mayor frecuencia en etapas de transición vital, donde influyen factores como la presión social, la búsqueda de identidad y las dificultades en la regulación emocional y la toma de decisiones, lo que puede derivar en resultados adversos para la salud y la adaptación psicosocial (OMS, 2014, p. 15).

Estas conductas se explican como expresiones de un sistema de adaptación conductual frente a demandas internas y externas, formando parte de un sistema organizado de comportamientos problemáticos, donde el individuo busca equilibrio en los dominios personal, social y ambiental (Jessor, 1991, pp. 598-600).

Desde una perspectiva psicológica, las conductas de riesgo cumplen una función reguladora, actuando como estrategias para modular estados emocionales intensos, reducir el malestar subjetivo o responder a demandas internas y externas. Estas conductas emergen en contextos donde existen limitaciones en el reconocimiento, expresión y elaboración emocional, operando como mecanismos de afrontamiento que son funcionales a corto plazo, pero también incrementan el riesgo de afectación psicológica a mediano y largo plazo (Linehan, 2015, p. 49).

Resulta necesario considerar los factores socioculturales que influyen en la adopción y mantenimiento de conductas de riesgo, particularmente aquellos vinculados a los mandatos de género, que emergen como categoría clave para comprender cómo determinadas conductas de riesgo son socialmente legitimadas, reforzadas o incluso promovidas en función de construcciones culturales específicas. El análisis de la

masculinidad hegemónica permite profundizar en la comprensión de cómo ciertos patrones conductuales de riesgo se integran al proceso de construcción de la identidad masculina.

Connell (1995) señala que:

> La masculinidad hegemónica se asocia a la normalización de conductas de riesgo como expresiones legítimas de identidad masculina, promoviendo ideales de autosuficiencia, control, dominio y negación de la vulnerabilidad, lo que se traduce en comportamientos que implican exposición al peligro físico o psicológico.
>
> Estas conductas funcionan como mecanismos de validación social y reafirmación identitaria dentro de los mandatos de género, aun cuando incrementan significativamente la probabilidad de daño personal y relacional. (pp. 77-80)

Las conductas de riesgo operan como prácticas simbólicas que refuerzan la identidad masculina dominante, a costa del bienestar psicológico y la salud integral (Courtenay, 2000, pp. 1387-1389). El involucramiento en prácticas como el consumo excesivo de alcohol, la conducción temeraria o la evitación de la atención en salud funciona como un mecanismo de validación social entre pares, en el que el sufrimiento psíquico es minimizado o silenciado. La masculinidad hegemónica configura formas específicas de malestar psicológico, dificultando el reconocimiento de la necesidad de ayuda y perpetuando dinámicas de autocuidado carentes de reconocimiento emocional, búsqueda de apoyo y prácticas preventivas (Courtenay, 2000, pp. 1387-1389).

Consumo de alcohol

En el apartado anterior se realizó una aproximación conceptual a las conductas de riesgo, entendidas como patrones comportamentales que incrementan la probabilidad de daño físico, psicológico y social, en estrecha relación con procesos de regulación emocional, identidad y adaptación psicosocial (OMS, 2014, p. 15). En la presente investigación, el análisis se centrará en las conductas de riesgo asociadas al consumo de

alcohol, las cuales constituyen una de las expresiones más prevalentes de afrontamiento y de validación social, particularmente en contextos atravesados por mandatos de género y normas culturales que normalizan su práctica (OMS, 2014, p. 15; Jessor, 1991, pp. 598-600).

El consumo de alcohol se refiere a la utilización de bebidas que contienen etanol, cuyo impacto en la salud depende de la cantidad, la frecuencia y el contexto en que se produce, así como de las características individuales y sociales de la persona (OMS, 2018, p. 3). Este adquiere relevancia cuando se transforma en un factor de riesgo para la salud mental, incrementando la probabilidad de desarrollar trastornos emocionales, conductuales y problemas asociados al control de impulsos y la regulación afectiva. La organización Mundial de la Salud señala que:

> El uso nocivo del alcohol se define como el consumo de alcohol que provoca efectos sanitarios y sociales perjudiciales para el bebedor, para quienes lo rodean y para la sociedad en general, así como las pautas de consumo de alcohol asociadas a un mayor riesgo de resultados sanitarios perjudiciales. (OMS, 2014)

En este sentido, estas pautas incluyen conductas como el consumo excesivo en cortos periodos de tiempo, la frecuencia elevada de consumo, el inicio temprano y el uso en situaciones de riesgo. Esta práctica se distingue entre consumo de bajo riesgo, consumo riesgoso, consumo nocivo y dependencia, considerando variables como la cantidad ingerida, la pérdida de control y las consecuencias negativas asociadas (OPS, 2020).

Tabla 1

Categorización del consumo de alcohol

Categoría	Cantidad ingerida	Pérdida de control	Consecuencias negativas
Consumo de bajo riesgo	Moderada	No pérdida de control sobre la ingesta.	No se identifican consecuencias a corto o largo plazo.
Consumo riesgoso	Superior a la recomendada (ocasional o repetida).	Dificultad ocasional para limitar el consumo.	Riesgo potencial de problemas de salud y sociales, sin daños evidentes todavía.
Consumo nocivo	Ingesta frecuente o excesiva de alcohol.	Pérdida parcial del control sobre el consumo.	Presencia de consecuencias negativas claras.
Dependencia del alcohol	Consumo elevado y persistente.	Pérdida significativa del control, deseo intenso o compulsión por consumir.	Consecuencias graves y persistentes en la salud, relaciones interpersonales y funcionamiento social.

Esta clasificación comprende el consumo de alcohol como una conducta que puede derivar en patrones disfuncionales, particularmente en situaciones de vulnerabilidad emocional y social (OPS, 2020). Según la CIE-10:

> El consumo perjudicial de alcohol se caracteriza por un patrón de ingesta que ocasiona daño a la salud, ya sea física o mental, y que suele estar asociado a dificultades en el funcionamiento psicológico, social o interpersonal, sin que necesariamente se presenten los criterios diagnósticos de dependencia (CIE-10, 1993, p. 75).

Por otro lado, en el DSM-5-TR se establece que:

> El trastorno por consumo de alcohol se caracteriza por un patrón problemático que produce deterioro o malestar clínicamente significativo, con la presencia de al menos dos criterios en un período de doce meses, como el deseo persistente de controlarlo, el fracaso para cumplir obligaciones importantes o la continuidad de su

> consumo aun con problemas sociales, interpersonales o psicológicos producidos o agravados por el alcohol. (APA, 2022, p. 544)

Asimismo, el DSM-5-TR, destaca que:

> Se desarrollan a partir de patrones conductuales reforzados por factores ambientales, sociales y psicológicos, donde las normas culturales, las expectativas grupales y los procesos de aprendizaje social desempeñan un papel central en la iniciación y mantenimiento del consumo. (APA, 2022, p. 543)

El consumo de alcohol en hombres jóvenes adquiere una significación clínica particular al vincularse con mandatos culturales asociados a la masculinidad, como la fortaleza, el autocontrol y la resistencia emocional (Lozano, 2022, p. 75). Estas normas sociales dificultan la expresión emocional abierta y favorecen el uso de sustancias como una vía socialmente aceptada para gestionar el malestar, reforzando patrones de consumo que escalan hacia niveles clínicamente problemáticos (Lozano, 2022, p. 75). De este modo, el consumo de alcohol se configura como un punto de intersección entre factores individuales, emocionales y socioculturales que inciden directamente en la salud mental.

> Los jóvenes se refugian en el alcohol como un mecanismo para aliviar estados de malestar psicológico, ansiedad, frustración o estrés académico y social, reforzando el consumo por medio de mecanismos de alivio inmediato que inciden en la forma en que se procesa y expresa el malestar emocional. (Gutiérrez, 2024, p. 113)

En este marco, el consumo de alcohol debe ser visto como una conducta compleja y multifactorial que va más allá de lo recreativo, integrando dimensiones diagnósticas, emocionales y contextuales. Para profundizar el análisis del consumo del alcohol, es necesario considerar la función de esta práctica social vinculada a los mandatos sociales que la legitiman y promueven. Desde la perspectiva de género el consumo de alcohol opera como un recurso simbólico a través del cual los varones reafirman atributos de la

masculinidad socialmente valorados como la resistencia, el autocontrol aparente, la competitividad y la pertenencia grupal, especialmente en contextos universitarios donde se refuerzan dinámicas de homosociabilidad masculina (Connell y Messerschmidt, 2005, pp. 848-850).

Masculinidad hegemónica

"La división entre los sexos parece estar en el orden de las cosas, como se dice a veces para hablar de lo que es normal, natural, hasta el punto de que es casi invisible" (Bourdieu, 1998, p. 11). El género opera como un entramado de normas, valores y mandatos que estructuran la experiencia subjetiva y orientan las prácticas cotidianas, naturalizando expectativas diferenciadas para hombres y mujeres (Lagarde, 1996, p. 13). Estas disposiciones pertenecen a un orden simbólico y operan inconscientemente, conformando esquemas de percepción y de acción que son interiorizados desde la temprana edad y reproducidos en la vida social y emocional de los sujetos (Bourdieu, 1998, p. 49).

Los roles de género emergen de la división sexual del trabajo y se internalizan mediante procesos de socialización que refuerzan la independencia, autosuficiencia y supresión emocional en los varones (Eagly, 2004, p. 45). Esta socialización restrictiva impide aprender habilidades para identificar, expresar y regular las emociones, aspectos centrales para la salud mental (D'Ovidio, 2020, p. 102).

El concepto de la masculinidad hegemónica es importante para comprender cómo los roles de género afectan la salud mental de los hombres, pues la masculinidad hegemónica es definida como:

> Una configuración de prácticas de género que encarna la respuesta socialmente aceptada al problema de la legitimación del patriarcado, asegurando la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres, así como de otras

> formas de masculinidad consideradas subordinadas o marginales. La hegemonía no se sostiene sólo con la fuerza sino con el consentimiento cultural, con la aceptación de sus normas por parte de los propios varones. (Connell, 1995, pp. 77-78)

Los mandatos sociales de género operan como reguladores de la expresión emocional, estableciendo normas culturales que orientan qué emociones pueden manifestarse y cuáles deben ser contenidas dentro de las configuraciones de masculinidad (Ramírez, 2020, p. 35). Esta limitación impide el reconocimiento y la elaboración del malestar psicológico y, por lo tanto, fomenta estilos de afrontamiento evitativos y la manifestación de conductas externalizantes, ya que los hombres tienden a ocultar o disimular sus emociones para mantener una imagen de control y fortaleza acorde con las expectativas de género (Ramírez, 2020, p. 35).

El valor social del hombre está estrechamente relacionado con su capacidad de proveer económicamente, ejercer autoridad y mostrar fortaleza física y emocional, conformando una identidad masculina focalizada en el desempeño y el reconocimiento social (Viveros, 1997, p. 56). Este mandato productivo incide sobre la autoestima, el autoconcepto y la vivencia subjetiva del fracaso, incrementando el riesgo de malestar psicológico cuando esos ideales no pueden ser alcanzados (Viveros, 1997, p. 56).

La masculinidad hegemónica se consolida a partir del reconocimiento social, validando conductas asociadas al riesgo como demostraciones legítimas de hombría, y normalizando prácticas que pueden poner en riesgo el bienestar psicológico y físico de los hombres (Rivas, 2005, p. 67; Sambade, 2019, p. 88). Estos mandatos funcionan como factores socioculturales que influyen en la forma en que los varones perciben el malestar, buscan ayuda y se relacionan con su propia vulnerabilidad, consolidando patrones de afrontamiento desadaptativos coherentes con el ideal hegemónico de masculinidad (Connell, 1995, p. 83; Ramírez, 2020, p. 35).

Dentro del análisis de la masculinidad hegemónica es importante abordar los mandatos socioculturales que organizan la identidad masculina y que configuran la vivencia subjetiva de los varones. Entre ellos, se destaca la centralidad de la productividad y el rol proveedor, la búsqueda constante de validación y reconocimiento social, así como el control y la distancia emocional. Estos ejes operan como dispositivos normativos que regulan las conductas, las emociones y las formas de autovaloración masculina, estructurando modelos rígidos de ser hombre que impactan tanto en la construcción identitaria como en el bienestar psicológico (Ramírez, 2020, pp. 34-36).

Productividad y rol proveedor

En el modelo de masculinidad hegemónica, el trabajo remunerado constituye un eje central de reconocimiento social y validación identitaria, mediante el cual los varones afirman su valor personal y su posición dentro del orden de género (Connell, 1995, p. 81; Viveros, 1997, p. 56). La masculinidad se articula en torno al ideal del proveedor responsable, autónomo y productivo, diseñando una identidad masculina centrada en el desempeño y la eficacia. Como señala Connell (1995):

> El trabajo asalariado ocupa un lugar central en la construcción de la masculinidad dominante, ya que constituye una de las principales vías mediante las cuales los hombres acceden al poder, al estatus social y al reconocimiento simbólico dentro del orden patriarcal. (p. 81)

Este mandato productivo opera como un organizador normativo que regula las trayectorias vitales masculinas y establece criterios rígidos para evaluar el éxito o fracaso personal, reforzando la idea de que el valor del varón se mide por su capacidad de cumplir con las expectativas económicas y laborales impuestas socialmente (Connell, 1995, p. 81).

El rol proveedor se ajusta como un componente estructural de la masculinidad hegemónica, especialmente en contextos donde la división sexual del trabajo asigna a los

hombres la responsabilidad principal del sustento económico. Para esto Viveros (1997) sostiene que:

> La identidad masculina se construye en estrecha relación con la capacidad de proveer, de responder económicamente por la familia y de asumir el lugar de jefe de hogar, lo cual se traduce en una fuerte presión subjetiva por cumplir con dicho mandato. (p. 56)

Esta exigencia impacta directamente en la vivencia subjetiva del varón, afectando su autoestima, su autoconcepto y su percepción de valía personal en función del rendimiento productivo alcanzado (Viveros, 1997, p. 56).

El incumplimiento del rol proveedor suele vivenciarse como una amenaza a la identidad, generando sentimientos de fracaso, inutilidad y pérdida de estatus. La masculinidad hegemónica produce una constante tensión interna, ya que los hombres se ven obligados a demostrar permanentemente su capacidad productiva para sostener su identidad como hombres verdaderos (Kaufman, 1987, p. 12). Esta presión incrementa la vulnerabilidad al malestar psicológico, especialmente en contextos de desempleo, precarización laboral o crisis económica (Kaufman, 1987, p. 12).

El mandato de productividad se articula con una lógica de autosuficiencia que desalienta la expresión del malestar emocional y la búsqueda de ayuda, reforzando la idea de que el varón debe resolver por sí mismo sus dificultades económicas y laborales. El modelo de proveedor exige cumplir con la función económica sin mostrar debilidad, lo que intensifica el aislamiento emocional y dificulta el afrontamiento saludable del estrés y la frustración asociados al ámbito laboral (Olavarría, 2001, p. 98).

Validación y reconocimiento social

La identidad masculina se construye y reafirma a partir de la aprobación simbólica de otros, especialmente de los pares masculinos, lo que implica un proceso constante de

validación social que atraviesa las relaciones cotidianas y los espacios de interacción entre hombres, por lo que la pertenencia y el reconocimiento se vuelven elementos clave para sostener una imagen coherente de lo que significa ser hombre dentro de un contexto sociocultural determinado (Connell, 1995, pp. 77-80)

Esta construcción se articula con los mandatos de la masculinidad hegemónica que operan como un mecanismo central de regulación social, mediante el cual se legitiman conductas, actitudes y formas de ser hombre, mientras se sancionan y desvalorizan aquellas que se desvían del ideal masculino (Connell, 1995, pp. 77-80).

La validación social constituye una práctica colectiva que sostiene el orden de género, para esto Connell (1995) señala que:

> La hegemonía masculina se mantiene a través de prácticas cotidianas de reconocimiento y consentimiento, en las que los hombres buscan y otorgan legitimidad a determinadas formas de masculinidad, reafirmando jerarquías internas y excluyendo aquellas expresiones consideradas subordinadas o desviadas.
>
> El reconocimiento social funciona como un dispositivo simbólico que orienta las conductas masculinas hacia la reproducción del modelo hegemónico. A través de la validación social, los varones aprenden qué comportamientos son considerados aceptables, deseables o prestigiosos dentro de un contexto sociocultural determinado, reforzando jerarquías de género y contribuyendo a la naturalización y continuidad de patrones de poder que sostienen la masculinidad dominante. (pp. 77-78).

La necesidad de validación tiende a expresarse particularmente en los espacios de homosociabilidad masculina, entendidos como contextos de interacción social entre varones donde se construyen, negocian y refuerzan significados compartidos sobre lo que implica ser hombre (Rivas, 2005, pp. 65-67). En estos espacios, los varones evalúan y

reafirman mutuamente su pertenencia al grupo a través del cumplimiento de normas implícitas asociadas a la fortaleza, la competitividad, la valentía y la disposición al riesgo.

Estas dinámicas refuerzan una masculinidad basada en la demostración constante, en la cual el reconocimiento se obtiene mediante la exposición a situaciones de riesgo o la negación de la vulnerabilidad emocional (Rivas, 2005, p. 67).

El temor al rechazo, la burla o la descalificación opera como un mecanismo de control social que limita la expresión de emociones, el cuestionamiento de los roles tradicionales y la adopción de prácticas alternativas de masculinidad (Sambade, 2019, p. 88). La búsqueda de reconocimiento se transforma en un factor que refuerza la conformidad normativa y reduce la posibilidad de construir identidades masculinas más flexibles (Sambade, 2019, p. 88).

Las normas sociales se interiorizan a través del habitus, entendido como un sistema de disposiciones internalizadas que orienta la forma en que los individuos perciben, interpretan y actúan en el mundo social, construido a partir de las condiciones históricas y sociales en las que se desarrollan (Bourdieu, 1998, p. 51). De este modo, los individuos participan activamente en la reproducción de las expectativas sociales dominantes, regulando sus percepciones y prácticas en función de esquemas socialmente impuestos (Bourdieu, 1998, p. 51). Esta lógica relacional dificulta el desarrollo de una identidad autónoma y favorece la internalización de esquemas de autovaloración basados en el rendimiento y la aceptación social (Bourdieu, 1998, p. 49).

La masculinidad hegemónica promueve la idea de que expresar sufrimiento o buscar ayuda puede poner en riesgo el reconocimiento social, lo que conduce a estrategias de afrontamiento evitativas y a la invisibilización del malestar emocional (Connell, 1995, p. 83; Ramírez, 2020, p. 36). La validación social actúa como un factor sociocultural que

condiciona la relación de los hombres con su vulnerabilidad y con los recursos de apoyo disponibles (Connell, 1995, p. 83).

Control y distancia emocional

Dentro del modelo de masculinidad hegemónica, el control emocional se estructura como un atributo central de la identidad masculina, asociado a la fortaleza, la racionalidad y la autonomía, mientras que la expresión afectiva es frecuentemente desvalorizada y feminizada (Connell, 1995, p. 79; Eagly, 2004, p. 45).

Este mandato se internaliza tempranamente a través de los procesos de socialización de género, en los cuales se refuerza la idea de que el varón debe mostrarse fuerte, autosuficiente y emocionalmente imperturbable. Connell (1995) señala que "el ideal de la masculinidad hegemónica demanda un dominio constante de las emociones, ya que la expresión del miedo, la tristeza o la dependencia es interpretada como una amenaza a la posición masculina dentro del orden de género" (p. 79).

La supresión emocional funciona como una estrategia normativa de afrontamiento en los varones, promoviendo una distancia afectiva tanto consigo mismos como con los otros, en la medida en que la dificultad para identificar, expresar y elaborar las emociones se encuentra directamente relacionada con modelos de socialización masculina que penalizan la vulnerabilidad y refuerzan la evitación emocional como forma legítima de manejo del malestar (D'Ovidio, 2020, p. 102).

Los mandatos de control emocional propios de la masculinidad hegemónica se asocian con una mayor tendencia a expresar el malestar a través de la irritabilidad, la agresividad o el consumo de sustancias, en lugar de recurrir a la verbalización emocional o la búsqueda de apoyo social (Ramírez, 2020, p. 23).

La imposición del autocontrol emocional limita el acceso de los varones a redes de apoyo y recursos de ayuda psicológica, la solicitud de ayuda suele percibirse como un

fracaso personal o una amenaza al reconocimiento social. Como resultado de estas dinámicas, la masculinidad hegemónica genera una paradoja emocional “los hombres experimentan intensamente el sufrimiento, pero carecen de espacios simbólicamente legitimados para expresarlo, lo que incrementa el aislamiento emocional y la vulnerabilidad al malestar psicológico” (Kaufman, 1987, p. 14).

El control y la distancia emocional operan como organizadores psíquicos que estructuran la subjetividad masculina, condicionando la forma en que los varones se relacionan con su mundo interno y con los otros. Estos mandatos, al restringir la expresión afectiva y la búsqueda de ayuda, contribuyen a la cronificación del malestar emocional y refuerzan patrones de afrontamiento desadaptativos coherentes con el ideal hegemónico de masculinidad (Connell, 1995, p. 83; Ramírez., 2020, p. 36).

Los fundamentos teóricos desarrollados permiten comprender las conductas de riesgo, asociadas al consumo de alcohol, como expresiones complejas y multifactoriales del malestar psicológico, estrechamente vinculadas a procesos de regulación emocional, construcción identitaria y mandatos socioculturales de género. La articulación entre conductas de riesgo, consumo de alcohol y masculinidad hegemónica posibilita analizar estas prácticas como respuestas aprendidas y socialmente legitimadas dentro de un marco normativo que refuerza la negación de la vulnerabilidad, la búsqueda de validación social y el control emocional en los varones. Estas categorías constituyen ejes analíticos fundamentales para la presente investigación, ya que permiten interpretar el consumo de alcohol como una estrategia de afrontamiento y reafirmación identitaria, aportando un marco comprensivo para el análisis del malestar psicológico en hombres jóvenes desde una perspectiva psicosocial y de género.

Capítulo II. Metodología

Tipo de investigación

El enfoque de investigación se enmarca en la ruta mixta, con predominancia cualitativa y apoyo cuantitativo. Esta elección metodológica otorga mayor relevancia analítica a la información cualitativa, orientada a comprender en profundidad los significados y experiencias de los participantes; mientras que el componente cuantitativo describe y caracteriza objetivamente el patrón de consumo de alcohol mediante mediciones estandarizadas. Hernández y Mendoza (2018) señalan que los métodos mixtos:

> Representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno. (p. 613)

El uso de la herramienta cuantitativa cumple una función complementaria dentro de la ruta mixta con predominancia cualitativa, en la que el investigador "define el enfoque que tiene mayor peso (cuantitativo o cualitativo) e integra el otro como apoyo analítico" (Hernández y Mendoza, 2018, p. 614). En este sentido, la triangulación no implica equivalencia entre ambos componentes, sino que fortalece la comprensión del fenómeno a partir de diversas fuentes de información.

El diseño del estudio es no experimental, dado que las variables no fueron manipuladas deliberadamente y los fenómenos se observaron tal como ocurrieron en su entorno, sin intervención directa de la investigadora (Hernández y Mendoza, 2018, p. 185).

El alcance de la investigación es descriptivo, en tanto se orienta a detallar las propiedades y características del fenómeno de interés dentro de un escenario específico.

Los estudios descriptivos, “tienen como finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado” (Hernández y Mendoza, 2018, p. 108).

Método

El método que corresponde a esta investigación es el fenomenológico, en coherencia con la predominancia cualitativa de la ruta mixta adoptada. Este método se orienta a la comprensión de las experiencias vividas por los participantes y de los significados que atribuyen al fenómeno estudiado, privilegiando la descripción de la esencia del fenómeno tal como es percibido y experimentado por ellos (Hernández y Mendoza, 2018, p. 549).

En coherencia con la ruta mixta, se recurrió a la triangulación de datos, integrando información cualitativa y cuantitativa con el fin de ampliar la comprensión del fenómeno sin modificar la centralidad del enfoque fenomenológico. La triangulación contrastó y complementó los significados emergentes con datos numéricos de carácter descriptivo, fortaleciendo la interpretación global del estudio (Hernández y Mendoza, 2018, p. 641).

Técnica e instrumentos

El estudio integró técnicas acordes con la ruta mixta adoptada, otorgando mayor peso al componente cualitativo. En esta dimensión se trabajó a través de revisión bibliográfica y entrevistas semiestructuradas. Previo al proceso analítico, se realizó una recopilación sistemática de información teórica orientada a delimitar las coordenadas conceptuales del estudio. Esta fase comprendió la revisión de fuentes primarias y secundarias relacionadas con masculinidad hegemónica y conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en población universitaria, así como el análisis del estado del arte.

La revisión de la literatura constituye un procedimiento fundamental en la investigación científica, en tanto permite “detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que pueden ser útiles para los propósitos del estudio” (Hernández y Mendoza, 2018, p. 72). Este proceso implicó la toma de decisiones teóricas que permitieron delimitar el fenómeno de estudio y fundamentar las categorías de análisis empleadas en la investigación.

De manera complementaria, las entrevistas semiestructuradas constituyeron la técnica principal de recolección de información, dado que permiten explorar experiencias, significados y discursos desde la perspectiva de los participantes, manteniendo al mismo tiempo una estructura flexible que facilita profundizar en aspectos vinculados con las categorías de análisis definidas (Hernández y Mendoza, 2018, p. 424). Para su aplicación se elaboraron tres guías diferenciadas según el tipo de participante:

- Estudiantes universitarios varones[1].
- Experto en juventudes y masculinidades[2].
- Experta en bienestar estudiantil[3].

Las preguntas que integraron la guía de entrevista se elaboraron con base en las categorías de análisis masculinidad hegemónica y consumo de alcohol, junto con sus respectivas subcategorías: productividad y rol proveedor, validación y reconocimiento social, control y distancia emocional; consumo como práctica social, presión social y grupal y consumo como regulación emocional. Estos ejes permitieron sistematizar y analizar la información, cuya estructura se presenta en la tabla 2.

[1] Anexo 1: guía de entrevista a estudiantes varones.
[2] Anexo 2: guía de entrevista a experto en juventudes y masculinidades.
[3] Anexo 3: guía de entrevista a experta en bienestar estudiantil.

Tabla 2

Matriz de categorías de análisis

Masculinidad hegemónica	
Subcategoría	**Definición**
Productividad y rol proveedor	El valor social del varón se vincula con su capacidad de proveer económicamente y desempeñarse productivamente, estructurando una identidad centrada en el reconocimiento social (Viveros, 1997, p. 56).
Validación y reconocimiento social	Las conductas asociadas al riesgo funcionan como mecanismos de validación social y reafirmación identitaria dentro de los mandatos de género (Connell, 1995, pp. 77-80).
Control y distancia emocional	Mandato que refuerza el control emocional y la supresión afectiva, favoreciendo estilos de afrontamiento evitativos frente al malestar psicológico (Ramírez, 2020, p. 35).
Consumo de alcohol	
Subcategoría	**Definición**
Consumo como práctica social	El consumo de alcohol se forma como una práctica social normalizada en contextos culturales que refuerzan normas y expectativas grupales (OMS, 2014, p. 15; APA, 2022, p. 543).
Presión social y grupal	Las normas culturales, expectativas grupales y procesos de aprendizaje social influyen en la iniciación y mantenimiento del consumo de alcohol (APA, 2022, p. 543).
Consumo como regulación emocional	El alcohol es utilizado para aliviar malestar psicológico y regular estados emocionales intensos ante limitaciones en la expresión y elaboración emocional (Linehan, 2015, p. 49; Gutiérrez, 2024, p. 113).

Desde el componente cuantitativo, cuya función fue complementaria, se utilizó una técnica de medición estandarizada orientada a obtener datos numéricos sobre los niveles de consumo de alcohol. El instrumento seleccionado fue *el Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT)* empleado exclusivamente con la población universitaria, con el propósito de contar con una medida que permita identificar los niveles de consumo de alcohol en los estudiantes.

Esta herramienta facilita reconocer patrones de consumo riesgoso, nocivo o indicios de dependencia alcohólica. Consta de 10 ítems que evalúan frecuencia, cantidad y consecuencias asociadas al consumo, generando una puntuación total que oscila entre 0 y

40, la cual facilita clasificar los niveles de riesgo (presentados en la tabla 3) y la detección temprana de posibles problemas relacionados con el alcohol (OMS, 2001).

Tabla 3

Clasificación de los niveles de consumo de alcohol según el AUDIT

Nivel de consumo	Rango AUDIT	Definición
Riesgo bajo	0-7	Patrón de consumo sin indicios actuales de consecuencias significativas asociadas al alcohol.
Riesgo medio	8-15	Patrón que evidencia consumo riesgoso, con probabilidad de generar consecuencias adversas físicas, psicológicas o sociales.
Riesgo alto	16-19	Consumo perjudicial que sugiere presencia de daños relacionados con el alcohol y elevada probabilidad de complicaciones.
Probable adicción	20+	Patrón compatible con dependencia alcohólica, caracterizado por pérdida de control y posibles repercusiones severas.

Población y muestra

La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico de tipo intencional, a partir de criterios previamente establecidos en función del fenómeno de estudio. En coherencia con la ruta mixta con predominancia cualitativa, la selección respondió a los principios del muestreo cualitativo, en el cual se emplean “muestras pequeñas y no probabilísticas, seleccionadas deliberadamente” cuando el interés se centra en comprender a profundidad una experiencia o fenómeno específico (Hernández y Mendoza, 2018, p. 562).

El perfil de la población participante estuvo conformado por varones universitarios matriculados durante el período académico 2025-2 en una institución de educación superior del cantón Portoviejo, con edades comprendidas entre los 20 y 25 años. La muestra quedó integrada por diez estudiantes universitarios que cumplían con estos criterios de inclusión.

Tabla 4

Perfil de participantes universitarios

Código	Edad	Sexo	Género	Carrera
EU1	22	Hombre	Masculino	Psicología clínica
EU2	23	Hombre	Masculino	Psicología clínica
EU3	25	Hombre	Masculino	Psicología clínica
EU4	21	Hombre	Masculino	Psicología clínica
EU5	24	Hombre	Masculino	Software
EU6	20	Hombre	Masculino	Psicología clínica
EU7	21	Hombre	Masculino	Medicina
EU8	25	Hombre	Masculino	Psicología clínica
EU9	21	Hombre	Masculino	Software
EU10	20	Hombre	Masculino	Medicina

Para el desarrollo de la presente investigación se integraron expertos en juventudes, masculinidades y bienestar estudiantil; quienes aportaron “información relevante, profunda y contextualizada sobre el fenómeno de estudio” (Hernández y Mendoza, 2018, p. 562).

Tabla 5

Perfil de participantes expertos

Código	Formación académica	Experiencia de trabajo
EX1	Lic. Comunicación social Magister en estudios de la cultura con mención en artes y estudios visuales. Especialista en género, violencia y derechos humanos.	Diseño e implementación de espacios para la construcción de masculinidades no violentas con jóvenes y adolescentes de zonas urbanas y rurales. Coordinador de comunicación con enfoque en género en organizaciones de la sociedad civil.
EX2	Lic. Psicóloga clínica Maestrante en psicología clínica con mención en psicoterapia infantil y de adolescente.	Departamento de bienestar estudiantil con universitarios

El tamaño de la muestra se determinó conforme al criterio de saturación, entendido como “el punto en el que la recolección de datos se detiene cuando las nuevas entrevistas o casos no aportan información adicional relevante para las categorías en desarrollo” (Hernández y Mendoza, 2018, p. 437).

Capítulo III. Análisis y discusión de los resultados

El análisis de los resultados se estructuró a partir de una ruta metodológica mixta con predominancia cualitativa, en la que el componente interpretativo constituyó el eje central del proceso analítico, mientras que el componente cuantitativo cumplió una función complementaria y de apoyo (Hernández y Mendoza, 2018, p. 641). En este estudio, el enfoque cualitativo permitió la construcción de significados a partir de las experiencias de los participantes, orientando la discusión de los hallazgos en relación con el problema de investigación.

En el componente cualitativo, la información analizada estuvo conformada por las transcripciones de entrevistas semiestructuradas realizadas a estudiantes y expertos. Estas fueron procesadas mediante una matriz de análisis de contenido diseñada a partir de categorías y subcategorías teóricas previamente establecidas. Este procedimiento implicó abordar directamente con las narrativas de los participantes, considerando que “en la fenomenología los investigadores trabajan directamente las unidades o declaraciones de los participantes y sus vivencias” (Hernández y Mendoza, 2018, p. 549).

A partir de dichas transcripciones, se identificaron unidades de contenido que posteriormente fueron codificadas y organizadas en torno a las categorías de masculinidad hegemónica y consumo de alcohol. Este proceso permitió reconocer patrones temáticos, recurrencias y relaciones conceptuales relevantes para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Posteriormente, en el componente cuantitativo, se procesaron las puntuaciones obtenidas mediante el *Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT).* Los resultados fueron organizados según la puntuación total de cada participante y clasificados conforme a los niveles de riesgo establecidos por el instrumento. En esta fase, el análisis implicó la

sistematización de datos numéricos para su posterior interpretación en función del problema de investigación (Hernández y Mendoza, 2018, p. 418).

Finalmente, se realizó un proceso de triangulación mediante la contrastación sistemática entre los hallazgos cualitativos y los resultados cuantitativos. En investigación con métodos mixtos, la triangulación consiste en "utilizar diferentes fuentes y métodos de recolección de datos para corroborar los resultados y obtener una comprensión más completa del fenómeno estudiado" (Hernández y Mendoza, 2018, p. 614). Este procedimiento permitió identificar convergencias y discrepancias entre la percepción subjetiva del consumo de alcohol expresada por los estudiantes y los niveles de riesgo identificados a través del AUDIT, fortaleciendo la consistencia interpretativa del estudio.

La masculinidad hegemónica se comprende como un modelo cultural dominante que establece normas, expectativas y mandatos sociales sobre el ser y el deber ser masculino. Este modelo organiza jerarquías entre los hombres y legitima determinadas prácticas, valores y comportamientos considerados socialmente aceptables para demostrar la hombría (Connell, 1995, p. 77). A partir del análisis realizado, se identifica que esta forma de masculinidad se articula principalmente en torno a tres ejes: el rol proveedor, la validación social entre pares y la regulación emocional.

El rol proveedor constituye uno de los mandatos más persistentes dentro de la construcción social de la masculinidad. Tradicionalmente, el reconocimiento social masculino se ha vinculado con la capacidad de sostener económicamente a la familia, configurando una identidad basada en la responsabilidad productiva y el liderazgo material dentro del hogar (Viveros, 1997, p. 67).

En un 90% de los participantes se identificó la idea de que el hombre debe asumir una responsabilidad constante en el ámbito económico y familiar, expresada en afirmaciones como: "un hombre tiene que ser el que siempre trabaja duro, el que lleva las

cosas a la casa, el que se encarga de que no falte nada en el hogar" (EU1). Este mandato se refuerza en otros relatos donde se señala que "siempre tienes una carga sobre tus hombros por ser hombre" (EU2), asociando la masculinidad con la obligación de ser "protector, proveedor y alguien que cuida a su familia" (EU4). Asimismo, un 10% de los participantes indica que estas expectativas no desaparecen, sino que se reconfiguran en contextos actuales, señalando que "ellas también exigen que el hombre sea exitoso o proveedor" (EU4), lo que evidencia que dichas demandas no provienen únicamente del entorno familiar o de otros varones, sino que también son reproducidas por las mujeres.

Al profundizar en estas narrativas, emerge una dimensión adicional vinculada a la protección, el cuidado y la disposición hacia los demás, que trasciende la provisión económica. El 10% de los participantes señala que: "ser hombre significa tener ese rol en la sociedad como el servicio de protección (…) mi abuelo vivió toda su vida al servicio de su familia (…) mi padre también siempre ha intentado priorizar (…) y si alguien necesita algo, uno está dispuesto a poder ayudarlo, como ese compañerismo y colaboración" (EU9). Este testimonio plantea a la masculinidad también como un servicio y responsabilidad hacia otros, aprendido a través de referentes intergeneracionales.

No obstante, también se identifican discursos que tensionan este modelo tradicional. Desde la perspectiva experta, se cuestiona la centralidad del rol proveedor, señalando que "ya no es necesario el hombre proveedor, ya no pueden dominar a las mujeres como lo hacían antes, ya tienen una profesión, ya pueden tener trabajo, ya son autónomas" (EX1). De manera complementaria, se evidencia que, aunque este mandato es cuestionado, continúa operando como una exigencia internalizada, ya que "los chicos empiezan a querer ganar dinero para poder responder en el contexto económico a sus parejas (…) se llegan a frustrar cuando no logran responder a esto que tiene mucho que ver con lo que se les ha impuesto socialmente" (EX2). Estos hallazgos reflejan

transformaciones en las dinámicas de género contemporáneas, donde el rol proveedor no desaparece, sino que se tensiona y reconfigura.

Las narrativas sitúan la idea de proveer como un referente central en la forma en que los participantes describen lo que significa ser hombre. El trabajo, la capacidad de generar recursos y la responsabilidad económica aparecen como elementos que organizan dicha representación, configurando la productividad como un criterio de valoración personal y social Aun cuando en los discursos de expertos se reconoce que las dinámicas sociales actuales han modificado estas expectativas, en los relatos estudiantiles el ideal proveedor continúa operando como un referente simbólico. No obstante, emergen tensiones asociadas a cambios sociales y a nuevas dinámicas relacionales, incluyendo expectativas percibidas desde las mujeres, lo que sugiere que la masculinidad hegemónica no desaparece, sino que se rearticula en contextos contemporáneos. Este proceso no se circunscribe exclusivamente a los hombres, sino que se configura a partir de interacciones sociales más amplias, en las que participan distintos actores, generando nuevas formas de presión y exigencia para los hombres.

Desde la subcategoría de validación y reconocimiento social, la masculinidad se construye a partir de expectativas individuales, y también mediante procesos de validación social entre pares. La masculinidad hegemónica se sostiene a través de prácticas que legitiman a ciertos hombres y subordinan a otros, estableciendo jerarquías internas dentro del propio grupo masculino (Connell, 1995, p. 80).

En el 100% de los participantes se evidencia la presencia de un ideal en el que la aceptación social se convierte en un elemento central en la construcción de la identidad. En este sentido, los participantes refieren que ajustan sus comportamientos con el fin de evitar la exclusión dentro del grupo de pares, señalando que “si no haces lo que el resto hace terminas como excluido (…) uno hace cosas solo para no quedarse fuera del grupo” (EU6).

Este hallazgo se amplía con narrativas que evidencian la búsqueda de reconocimiento social, donde se afirma que “uno hace cosas solo para sentirse el chévere del grupo” (EU5) o que este reconocimiento se obtiene a través de conductas como “tener más mujeres, tomar más o aguantar más” (EU1).

De igual modo, el 40% de los participantes destacan que la masculinidad se construye en referencia a otros hombres, “la idea de ser hombre casi siempre se construye con respecto a otros hombres” (EU9). Sin embargo, también aparecen diferencias individuales, ya que el 60% señalan que no todos responden de la misma manera a estas presiones, evidenciando márgenes de agencia y diferenciación individual. En este sentido este porcentaje de participantes refieren la posibilidad de resistir o negociar estas dinámicas grupales, indicando que “sí existen esos comentarios que llevan a tomar por presión (…) pero también existe tu fuerza de voluntad” (EU7), que “depende de la persona” (EU8) o que, en ciertos casos, “si me dice no, sabes que no quiero, se respeta” (EU10).

Desde la perspectiva experta se expresa que “los hombres sienten la necesidad de ser reconocidos como hombres por otros hombres” (EX1), lo que coincide con la teoría de Connell, la cual menciona que existe una mayor necesidad de validación por parte del mismo género. No obstante, los resultados también muestran que esta validación no es homogénea ni completamente internalizada, ya que el 90% de los estudiantes cuestionan o resisten mandatos asociados a la conformidad grupal, la necesidad de validación entre pares y la demostración de atributos de hombría, como el consumo de alcohol o la adopción de determinadas conductas para obtener reconocimiento social.

En este sentido, la masculinidad se negocia a partir de experiencias individuales, contextos específicos y niveles de reflexión personal, evidenciándose que no todos los estudiantes reaccionan de la misma manera frente a las dinámicas grupales, como se señala

en el relato: “son muy fáciles de que, si alguien les dice que tomen, toman” (EU9). Esto permite matizar la teoría, al mostrar que la presión grupal coexiste con espacios de resistencia, cuestionamiento y reinterpretación de la masculinidad.

Otro rasgo característico de la masculinidad hegemónica es el control y distancia emocional. Los mandatos tradicionales de género promueven la idea de que los hombres deben mostrarse fuertes, autosuficientes y emocionalmente contenidos, limitando la expresión de vulnerabilidad (Ramírez, 2020, pp. 35-37).

Desde la perspectiva experta se expresa que “a los varones se les enseña que no deben demostrar sus sentimientos, y cuando alguien intenta hacerlo muchas veces se expone a burlas o críticas” (EX1). En esta misma línea, se señala que esta forma de regulación emocional responde a normas sociales internalizadas, dado que “muchos jóvenes no se permiten llorar ni pedir ayuda porque sienten que eso va en contra de lo que significa ser hombre” (EX2).

En un 100% de los participantes existen el ideal de que “un hombre no habla de lo que siente porque es hombre y tiene que aguantar, pues si uno empieza a contar lo que le pasa lo ven como débil” (EU2). Este hallazgo se refuerza con múltiples testimonios que indican que expresar emociones puede generar burlas, rechazo o pérdida de estatus, como “te dicen que eres débil” (EU1). Asimismo, se expresa que estos mandatos se aprenden desde edades tempranas, puesto que “desde muy pequeños se nos inculca que el hombre tiene que ser cerrado, que no debe mostrar sus emociones” (EU10).

No obstante, de manera complementaria, las narrativas de los participantes evidencian que esta restricción emocional no es absoluta, sino que, aunque limitada, también se configuran microespacios de expresión emocional, especialmente en contextos de confianza, como se observa en el testimonio: “yo creo que me puedo expresar o decir cómo me siento cuando estoy con una persona que confío mucho” (EU5).

Los relatos presentan la contención emocional como un rasgo aprendido que forma parte de las expectativas sociales asociadas a la masculinidad. En los relatos, la expresión abierta de emociones aparece situada fuera de lo que tradicionalmente se espera de los hombres, lo que moldea una forma particular de relacionarse con las experiencias afectivas. La manera en que los participantes describen estas normas muestra cómo la gestión emocional se encuentra atravesada por aprendizajes sociales tempranos que delimitan las formas consideradas apropiadas de expresar o comunicar los sentimientos. Si bien los resultados confirman la presencia del mandato de restricción emocional, también permiten problematizarlo, mostrando que no todos los hombres lo reproducen de manera uniforme. Esto sugiere que la teoría puede ampliarse al considerar que la masculinidad hegemónica no elimina la emocionalidad, sino que la regula, desplaza o condiciona según el contexto.

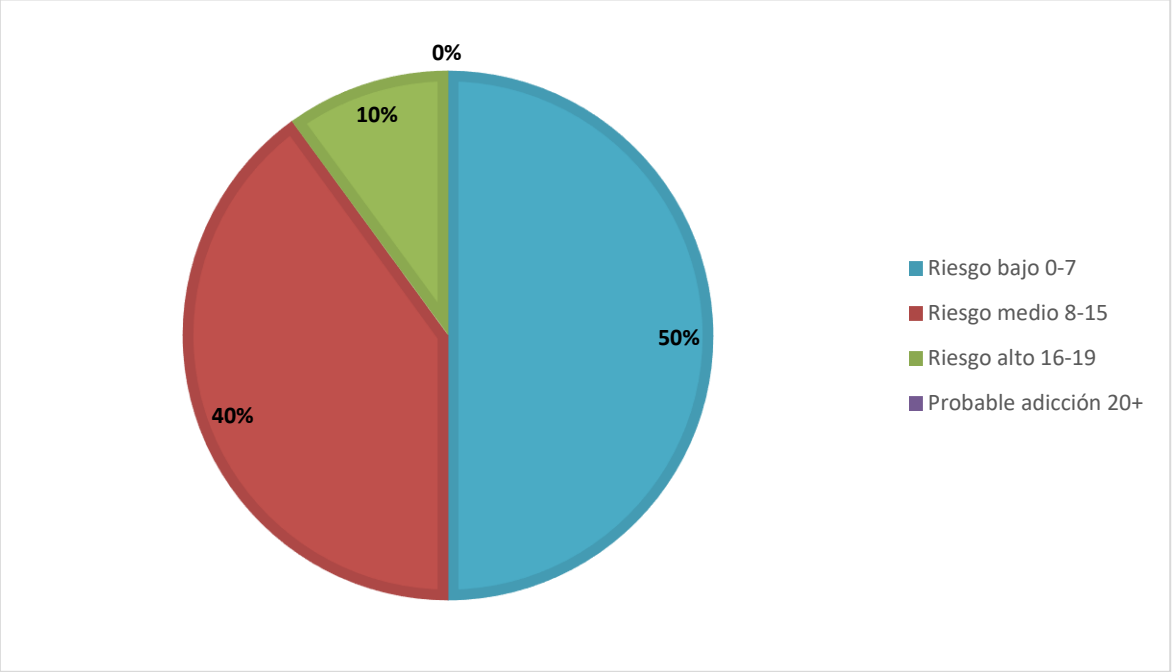
La categoría consumo de alcohol da cuenta de cómo esta práctica se inserta en las dinámicas sociales y emocionales de los participantes, organizándose en una forma atravesada por normas culturales, expectativas grupales y mandatos de género. Los discursos analizados evidencian que el consumo de alcohol cumple funciones de socialización, validación grupal y regulación emocional, especialmente en contextos donde la expresión del malestar se encuentra restringida.

Estos hallazgos se analizaron en conjunto con los resultados obtenidos mediante la aplicación del cuestionario AUDIT, instrumento que permitió identificar diferentes niveles de riesgo asociados al consumo de alcohol entre los participantes. El 50% de los participantes se ubica en un nivel de riesgo bajo, el 40% presenta un nivel de riesgo medio y el 10% un nivel de riesgo alto (ver figura 1). Esta distribución permite situar las narrativas de socialización y las prácticas de consumo descritas por los participantes dentro

de un contexto donde el alcohol forma parte de las dinámicas relacionales del entorno universitario.

Figura 1.

Clasificación de los niveles de consumo de alcohol según el AUDIT



El consumo de alcohol aparece en los discursos de los participantes como una práctica social integrada en la vida universitaria. Esta conducta se vincula con el ocio y con dinámicas de socialización, validación grupal y regulación emocional. El consumo de alcohol en jóvenes suele estar influido por normas sociales y expectativas culturales que legitiman su uso en contextos de interacción social (OMS, 2014, p. 12).

Un 100% de la población participante coincide en que el consumo de alcohol forma parte de las dinámicas de socialización en el contexto de la educación superior, especialmente en espacios de interacción grupal y pertenencia. En este sentido, se señala que “siempre hay el elemento del alcohol cuando se trata de pertenecer al grupo o de compartir con los demás” (EU9). Además, se indica que el consumo de alcohol se encuentra ampliamente normalizado dentro de la vida universitaria: “cualquier motivo es

una excusa para tomar" (EU6) y que "si estoy feliz, tomo; si estoy triste, tomo" (EU3). Asimismo, el 70% de los participantes interpreta el consumo de alcohol como una práctica asociada a la identidad masculina, en la que el consumo y la tolerancia al alcohol adquiere un valor simbólico dentro del grupo de pares: "en muchos contextos el resistir al trago es una muestra de masculinidad, y beber hasta embrutecerse se llega a interpretar como una muestra de hombría" (EX1).

El 90% de los participantes describe el consumo de alcohol como una práctica asociada a espacios de encuentro, ocio y convivencia entre pares. Las narrativas lo sitúan dentro de dinámicas cotidianas de socialización universitaria, en las que beber forma parte de actividades compartidas que acompañan celebraciones, reuniones, momentos de interacción grupal y también situaciones vinculadas a experiencias emocionales diversas, como la tristeza o el malestar personal. En este sentido, el alcohol aparece integrado a las formas de interacción dentro del contexto estudiantil, adquiriendo un significado social que trasciende el acto individual de consumir.

Si bien el consumo de alcohol se presenta como una práctica ampliamente extendida en el contexto universitario, no todos los estudiantes lo experimentan de la misma manera en términos de frecuencia, intensidad y contexto de consumo. En este sentido, emergen diferencias en las formas de relación con el alcohol, ya que el 70% de los participantes refiere que su consumo está mediado por decisiones personales relacionadas con el contexto, las compañías y las circunstancias en las que se bebe. Esto se expresa en relatos donde los participantes señalan que eligen con quién y en qué espacios consumir alcohol. Asimismo, otros participantes refieren que estas decisiones dependen de factores individuales, indicando que "depende de la persona" (EU8), o que existe cierto grado de control frente a la presión grupal. De este modo, el consumo puede comprenderse como

una práctica heterogénea, en la que coexisten distintas formas de interacción con el alcohol dentro del grupo estudiado.

La presión social y grupal constituye otro factor relevante en el consumo de alcohol entre los estudiantes. La conformidad con las normas del grupo puede incrementar la probabilidad de adoptar conductas de riesgo durante la juventud (APA, 2022, p. 45).

Un 90% de los participantes señalaron haber sentido presión social como un factor ligado al consumo de alcohol: “muchas veces uno termina tomando por la presión, por ejemplo, a mí me pasó que por la presión del grupo fui obligado a cambiar e incluirme en este tipo de actos” (EU1).

A lo expuesto, el 30% de los participantes indica que las mujeres también influyen en el consumo de alcohol, evidenciando que estas dinámicas no se limitan exclusivamente a espacios de interacción entre hombres. Este hallazgo permite matizar la noción teórica de los espacios de homosocialización, que plantean que las prácticas de consumo masculino se desarrollan principalmente en contextos entre varones. Los resultados obtenidos sugieren que el consumo de alcohol también se configura en interacciones mixtas, donde las mujeres pueden participar activamente en las dinámicas de presión y socialización, ampliando así la comprensión del fenómeno más allá de lo exclusivamente masculino.

En aquellos casos en los que existe una negativa a participar, esta suele resultar difícil de sostener, debido a que “en algunos grupos no existe un ‘no’ como respuesta, siempre están insistiendo para que tomes” (EU3), y que en ocasiones “te obligan, te ponen el vaso en la boca o te siguen insistiendo hasta que terminas aceptando” (EU5). La presión social se vincula con el temor a la exclusión del grupo, lo que conduce a que: “el miedo al rechazo es lo que hace que los hombres hagamos cosas que en realidad no queremos hacer” (EX1).

Las narrativas de los participantes muestran que el consumo de alcohol se encuentra atravesado por dinámicas de interacción grupal en las que la aceptación y la pertenencia adquieren relevancia. En los relatos, la insistencia, las bromas o las invitaciones reiteradas aparecen como parte de las prácticas habituales dentro de ciertos grupos de pares. Estas experiencias se describen en el marco de relaciones sociales donde las decisiones individuales se interpretan en función de las expectativas y normas que circulan dentro del grupo.

El consumo de alcohol también aparece asociado a la gestión del malestar emocional. Las dificultades en la regulación emocional pueden conducir al uso de estrategias desadaptativas, como el consumo de sustancias, para reducir temporalmente el malestar psicológico (Linehan, 2015, p. 34).

En un 80% de los participantes el consumo de alcohol se vincula a una formade escape emocional: “había momentos en los que tomaba para desconectarme del problema y dejar de pensar por un rato, aunque después todo siga igual” (EU1). El alcohol puede facilitar la expresión emocional que tiende estar restringida en los hombres, dado que: “muchas veces se justifica diciendo que como está borracho es pasable, entonces se permite mostrar esa vulnerabilidad” (EX1). Además, la narrativa indica que el alcohol permite “expresar lo que no se puede decir sobrio” (EU2) y que incluso algunos consumen en soledad ante conflictos personales.

En el 80% de las narrativas recogidas, el consumo de alcohol aparece asociado a momentos en los que los participantes buscan distanciarse temporalmente de situaciones personales que les generan malestar. En este contexto, beber se describe como una práctica que acompaña experiencias relacionadas con conflictos personales, rupturas afectivas o preocupaciones cotidianas. Los relatos sitúan el consumo de alcohol dentro de formas particulares de gestionar estas vivencias, en un escenario donde las emociones suelen

compartirse de manera indirecta. Asimismo, en este mismo grupo de participantes, el alcohol puede funcionar como un dispositivo socialmente aceptado para expresar emociones que en la sobriedad suelen ser difíciles de verbalizar. Esto sugiere que, en estos casos, la restricción emocional no elimina la necesidad de expresión, sino que puede desplazarla hacia espacios mediados como el consumo de alcohol.

Conclusiones

Las conclusiones que se presentan a continuación responden a los objetivos planteados al inicio de la investigación y sintetizan los principales hallazgos obtenidos a partir del análisis de la información recopilada.

En relación con la identificación de las percepciones sobre la masculinidad hegemónica en estudiantes universitarios, se concluye que los participantes continúan reproduciendo, en gran medida, discursos asociados a normas y expectativas tradicionales de género. Esto se evidencia en los resultados, donde el 90% de los estudiantes vincula la masculinidad con el rol proveedor, mientras que el 100% destaca la importancia de la validación entre pares y el control emocional. Estas dimensiones configuran un modelo de masculinidad basado en la productividad, el reconocimiento social masculino y la restricción emocional.

No obstante, en los hallazgos de identifican tensiones frente a estos mandatos tradicionales, así como espacios de cuestionamiento y cambio, especialmente en lo referente al rol proveedor y a la expresión emocional. Esto sugiere que la masculinidad hegemónica no desaparece, sino que se adapta a nuevas dinámicas sociales, manteniendo su influencia como marco simbólico de referencia en la construcción de la identidad masculina.

En cuanto al reconocimiento de las conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol, se concluye que este se encuentra vinculado a dinámicas de socialización y validación grupal. Los resultados muestran que el 100% de los participantes identifica la presencia del alcohol en espacios de interacción social, mientras que el 90% reporta haber experimentado presión grupal para consumir.

En este contexto, el consumo de alcohol se configura como una práctica que facilita la pertenencia al grupo de pares y que, a su vez, se vincula con procesos de reconocimiento

y validación social entre hombres. Las narrativas evidencian que prácticas como beber más o aguantar más son valoradas dentro del grupo como indicadores de hombría, lo que permite comprender que el consumo adquiere una función simbólica en la construcción de la identidad masculina. En este sentido, el consumo no responde únicamente a fines recreativos, sino también a procesos de legitimación social, donde la tolerancia al alcohol se asocia con la aceptación dentro del grupo masculino.

De igual manera, los resultados muestran que el consumo de alcohol se vincula con la gestión del malestar emocional. En este sentido, el 80% de los participantes refiere utilizar el alcohol como una forma de evasión o desconexión frente a situaciones personales adversas. Además, se identifica que el consumo facilita la expresión de emociones que en la sobriedad suelen estar restringidas, lo que sugiere que el alcohol funciona como un medio socialmente aceptado para exteriorizar la vulnerabilidad. Este hallazgo se relaciona directamente con los mandatos de restricción emocional identificados en la construcción de la masculinidad.

De acuerdo con los resultados del AUDIT, el 50% de los participantes se ubica en un nivel de riesgo bajo, el 40% en riesgo medio y el 10% en riesgo alto, lo que evidencia la presencia de distintos patrones de consumo dentro de la población participante, incluyendo niveles potencialmente problemáticos. En articulación con los hallazgos cualitativos, se concluye que el consumo de alcohol no se presenta como una práctica aislada, sino como parte de un entramado social y cultural en el contexto universitario. En este sentido, los hallazgos muestran que el consumo se inserta en un entramado donde intervienen procesos de socialización masculina, presión grupal y búsqueda de reconocimiento.

Recomendaciones

A partir de los hallazgos obtenidos en la presente investigación, se plantean las siguientes recomendaciones como consecuencia directa de los resultados identificados:

En relación con la persistencia de discursos asociados a la masculinidad hegemónica, y considerando que los resultados evidencian la reproducción de mandatos como el rol proveedor, la validación entre pares y la restricción emocional, se recomienda que las instituciones universitarias desarrollen espacios formativos orientados a la reflexión crítica sobre las masculinidades. Estos espacios deben promover la expresión emocional, la validación del malestar psicológico y la deconstrucción de estereotipos tradicionales de género, así como la construcción de formas alternativas y más saludables de identidad masculina.

Considerando que el consumo de alcohol se encuentra vinculado a dinámicas de socialización masculina y validación grupal, tal como se evidenció en los resultados, se recomienda implementar programas de prevención que no solo aborden el consumo desde una perspectiva informativa, sino que también integren el análisis de las presiones sociales y los mandatos de género que influyen en estas prácticas, permitiendo intervenir no únicamente en la conducta de consumo, sino en los factores sociales que la sostienen.

Dado que los hallazgos muestran que el consumo de alcohol aparece como una estrategia de afrontamiento frente al malestar emocional, se recomienda fortalecer los servicios de apoyo psicológico dentro de las universidades, promoviendo el acceso oportuno a atención en salud mental. Asimismo, es pertinente desarrollar estrategias psicoeducativas que fomenten el uso de recursos de afrontamiento más adaptativos, reduciendo la dependencia del alcohol como mecanismo de regulación emocional.

En función de los niveles de riesgo identificados mediante el AUDIT, donde se evidencian casos de consumo medio y alto, se recomienda diseñar e implementar programas de detección temprana y seguimiento para estudiantes en situación de riesgo, lo que permitiría intervenir de manera preventiva y reducir posibles consecuencias negativas asociadas al consumo problemático.

Finalmente, considerando la complejidad del fenómeno identificado, resulta fundamental ampliar el alcance del estudio mediante la incorporación de muestras más diversas que permitan profundizar en la comprensión de la relación entre masculinidades y consumo de alcohol en el ámbito universitario. En este sentido, la integración de variables interseccionales como edad, nivel socioeconómico, procedencia geográfica, pertenencia étnica, trayectoria académica o carrera universitaria aporta una perspectiva más compleja del fenómeno estudiado. De igual manera, el análisis comparativo entre distintos grupos de varones, así como entre estudiantes de diferentes géneros, permite identificar posibles variaciones en los patrones de consumo y en las percepciones asociadas a la construcción de la masculinidad. Complementariamente, la incorporación de diseños metodológicos mixtos o longitudinales favorece una comprensión más amplia de cómo estas dinámicas se configuran, reproducen y transforman a lo largo del tiempo dentro de la experiencia universitaria.

Referencias Bibliográficas

American Psychiatric Association. (2022). *DSM-5-TR: Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (5.ª ed. rev.). APA Publishing.

Arias, L., y Peña, J. (2025). Masculinidades en transformación: Significados de los relatos de universitarios del sur de Chile. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales, 81*, 179-197.

Borsari, B., y Carey, K. (2001). Peer influences on college drinking: A review of the research. *Journal of Substance Abuse, 13*(4), 391-424.

Bourdieu, P. (1998). *La dominación masculina*. Anagrama.

Castillo, R. (2024). Análisis del origen del machismo para determinar conductas de masculinidad o estereotípicas en progenitores y estudiantes uleamistas. *Ergonomía, Investigación y Desarrollo, 6*(3), 124-140.

Connell, R. (1995). *Masculinities*. University of California Press.

Connell, R., y Messerschmidt, J. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society, 19*(6), 829-859.

Courtenay, W. (2000). Constructions of masculinity and their influence on men's well-being: A theory of gender and health. *Social Science & Medicine, 50*(10), 1385-1401.

D'Ovidio, A. (2020). Roles y estereotipos de género: Experiencias de socialización en adolescentes. En *XII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología* [Presentación de trabajo]. Universidad de Buenos Aires.

Eagly, A., y Johannesen, M. (2004). *Teoría del rol social: Diferencias y semejanzas de acuerdo al sexo: Consecuencias en las preferencias para elección de pareja de mujeres y hombres* [Traducción académica]. Cátedra I Psicología Social.

Gamarra, C. (2023). Estereotipos de género y conductas sexuales riesgosas en estudiantes universitarios. *HOLOPRAXIS. Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación, 7*(2), 70-85.

Gutiérrez, A. (2024). Comportamientos de riesgo entre jóvenes. *Trabajo Social UNAM, 34*, 82-94.

Gutiérrez, M. (2024). *Regulación emocional y conductas de riesgo en jóvenes universitarios*. Editorial Síntesis.

Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.

Jessor, R. (1991). Risk behavior in adolescence: A psychosocial framework for understanding and action. *Journal of Adolescent Health, 12*(8), 597-605.

Kaufman, M. (1987). The construction of masculinity and the triad of men's violence. En M. Kaufman (Ed.), *Beyond patriarchy: Essays by men on pleasure, power and change* (pp. 1-29). Oxford University Press.

Keijzer, B., Cuellar, A. C., Valenzuela Mayorga, A., Hommes, C., Caffe, S., Mendoza, F., Cayetano, C., y Vega, E. (2022). Masculinidades y salud de los hombres en la Región de las Américas. *Revista Panamericana de Salud Pública, 46*, e93.

Kimmel, M. (2008). Guyland: The perilous world where boys become men. Harper.

Lagarde, M. (1996). La perspectiva de género. En *Género y feminismo: Desarrollo humano y democracia* (pp. 13-38). Horas y HORAS.

Linehan, M. (2015). *Manual de tratamiento de los trastornos de la regulación emocional*. Editorial Desclée de Brouwer.

Lozano, J. (2022). *Masculinidades, consumo de alcohol y salud mental*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Lozano, M. (2022). Conductas de riesgo en universitarios: Una revisión sistemática. *Revista Científica de Psicología Eureka, 19*(M), 227-241.

Menéndez, L., y Arroyo, Z. (2022). Roles de género y su influencia en las relaciones interpersonales de las familias. *Polo del Conocimiento, 7*(5), 473-495.

Merlyn, M., Díaz, E., y Merlyn, S. (2025). Hombres en el espejo del género: Percepciones sobre discriminación, beneficios, violencia y adhesión a estereotipos. *Veritas y Research, 7*(2), 221-235.

Olavarría, J. (2001). *Hombres: identidad/es y violencia: 2.º Encuentro de Estudios de Masculinidades: Identidades, cuerpos, violencia y políticas públicas*. FLACSO Chile; Universidad Academia de Humanismo Cristiano; Red de Masculinidades.

Organización Mundial de la Salud. (1993). *Clasificación estadística internacional de enfermedades y problemas relacionados con la salud* (10.ª ed.). OMS.

Organización Mundial de la Salud. (2001). *AUDIT: Cuestionario de identificación de los trastornos debidos al consumo de alcohol: Guía para su uso en atención primaria* (2.ª ed.). OMS.

Organización Mundial de la Salud. (2014). *La OMS pide a los gobiernos que redoblen sus esfuerzos para prevenir las defunciones y las enfermedades relacionadas con el alcohol* [Comunicado de prensa].

Organización Mundial de la Salud. (2016). *Clasificación internacional de enfermedades CIE-10*. OMS.

Organización Mundial de la Salud. (2018). *Global status report on alcohol and health*. OMS.

Organización Mundial de la Salud. (2022). *Informe mundial sobre violencia y salud*. OMS.

Organización Panamericana de la Salud. (2020). *Alcohol y salud en las Américas*. OPS.

Peralta, R. (2007). College alcohol use and the embodiment of hegemonic masculinity among European American men. *Sex Roles, 56*(11-12), 741-756.

Pinto, G. (2023). *La defensa de masculinidades hegemónicas en el siglo XXI: Análisis de incels (celibato involuntario)* [Trabajo de integración curricular, Pontificia Universidad Católica del Ecuador].

Ramírez, J. (2020). *Hombres, masculinidades, emociones*. Universidad de Guadalajara.

Rivas, H. (2005). ¿El varón como factor de riesgo? Masculinidad y mortalidad por accidentes y otras causas violentas en la sierra de Sonora. *Región y Sociedad, 17*(número especial), 1-30.

Rivas, J. (2023). *Negociando con la masculinidad hegemónica: Una aproximación etnográfica con jóvenes universitarios de Quito* [Trabajo de titulación, Universidad Politécnica Salesiana].

Sambade, I. (2019). Masculinidades y transformación social: Un análisis crítico de las políticas queer en la interpretación de Judith Butler. *Encrucijadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales*, *17*, 1-17.

Suárez, B. (2023). *Formas históricas de masculinidad en estudiantes varones de la Carrera de Gestión Social y Desarrollo de la UPSE, 2023* [Trabajo de integración curricular inédito]. Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Torres, L., Gómez, R., y Castro, M. (2021). Masculinidad: Una mirada a los universitarios. *Revista de Educación y Psicología, 1*(2), 45-57.

Villacrés, D. (2019). *Las masculinidades como condicionantes de la expresión afectiva en hombres: Estudio realizado desde la psicología social en hombres y mujeres de 20 a 30 años en la ciudad de Quito en el periodo enero-agosto 2019* [Disertación de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador].

Viveros, M. (1997). Los estudios sobre lo masculino en América Latina: Una producción teórica emergente. *Nómadas*, *6*, 1-10.

Anexos

Anexo 1: Guía de entrevista a estudiantes varones.

Pontificia Universidad Católica del Ecuador | MANABÍ

CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

Guía de entrevista a estudiante universitario

Tema de investigación: Masculinidad hegemónica y conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2.

Entrevistado: _____ Edad: _____

Carrera: _____ Nivel: _____

Nacionalidad: _____Fecha y lugar de aplicación: _____

1. ¿Cómo definiría usted, en sus propias palabras, lo que significa ser hombre?
2. ¿Qué expectativas sociales sobre ser hombre considera que se imponen a los estudiantes varones dentro de los espacios sociales de la universidad?
3. ¿Qué actitudes ha observado en los hombres jóvenes frente a expresar sus emociones, y cómo influyen estas actitudes en la forma en que manejan la vulnerabilidad o búsqueda de apoyo?
4. En su experiencia personal, ¿de qué manera las expectativas sobre cómo debe comportarse un hombre han marcado su forma de actuar o relacionarse con otras personas en la universidad? ¿Podría compartir algún ejemplo?
5. ¿Qué factores considera que influyen o impulsan a los hombres jóvenes a beber en exceso?
6. ¿Qué significado considera que tiene el acto de beber alcohol para un hombre joven, tanto a nivel personal como en su relación con amigos?
7. ¿Alguna vez se ha sentido presionado a beber alcohol como una forma de ser valorado, sentirse parte del grupo o poder expresar sus emociones?
8. ¿De qué manera considera usted que las ideas o expectativas sobre ser hombre influyen en la forma en que los hombres jóvenes deciden cuánto, cómo y con quién consumir alcohol?

Anexo 2: Guía de entrevista a experto en juventudes y masculinidades.

Guía de entrevista a experto en juventudes y masculinidades

Tema de investigación: Masculinidad hegemónica y conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2

Entrevistado: _____ Edad: _____

Profesión: _____ Ocupación actual: _____

Nacionalidad: _____Fecha, lugar y modalidad de aplicación: _____

1. ¿Podría comentar brevemente su formación académica, su trayectoria de trabajo y el vínculo que mantiene con el estudio de las masculinidades?
2. A manera personal, ¿cómo definiría usted la masculinidad desde su experiencia personal y profesional en el trabajo con varones jóvenes y masculinidades?
3. Desde su experiencia profesional, ¿qué ideas, creencias o discursos son más frecuentes actualmente sobre lo que significa la masculinidad entre varones jóvenes?
4. En su práctica profesional, ¿qué actitudes, comportamientos o formas de actuar ha identificado como expresiones habituales de la masculinidad entre los varones jóvenes?
5. Desde su experiencia, ¿qué factores dificultan que los varones jóvenes cuestionen, reflexionen o transformen las normas y expectativas asociadas a la masculinidad?
6. Desde su perspectiva, ¿cuál es la función y significado del beber alcohol para los varones jóvenes?
7. Desde su análisis, ¿de qué manera influyen las expectativas sobre la masculinidad en la forma en que los varones jóvenes deciden cuánto, ¿cómo y con quién consumir alcohol?

Anexo 3: Guía de entrevista a experta en bienestar estudiantil.

Guía de entrevista a experta en bienestar estudiantil

Tema de investigación: Masculinidad hegemónica y conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2

Investigadora: _____

Entrevistado: _____ Edad: _____

Profesión: _____ Ocupación actual: _____

Nacionalidad: _____ Fecha y lugar de aplicación: _____

1. ¿Podría comentar brevemente su formación académica, su trayectoria de trabajo y el vínculo que mantiene con estudiantes universitarios?
2. Desde su perspectiva personal y profesional, ¿cómo definiría la masculinidad en el contexto de los varones universitarios?
3. Desde su experiencia profesional, ¿qué ideas, creencias o discursos observa con mayor frecuencia en los estudiantes varones sobre lo que significa ser hombre?
4. ¿Qué situaciones ha identificado en las que los estudiantes varones adopten ciertos comportamientos para demostrar masculinidad, obtener validación o sentirse parte de sus grupos sociales?
5. ¿Qué factores considera que dificultan que los estudiantes cuestionen o transformen las normas y expectativas asociadas a la masculinidad dentro de la universidad?
6. Desde su perspectiva, ¿cuál es la función y significado del beber alcohol para los varones jóvenes?
7. Desde su análisis, ¿de qué manera influyen las expectativas sobre la masculinidad en la forma en que los varones jóvenes deciden cuánto, ¿cómo y con quién consumir alcohol?

Anexo 4: Cuestionario AUDIT.

Cuestionario AUDIT

1) ¿Con qué frecuencia consume bebidas que contienen alcohol?

- Nunca (0 puntos)
- Mensualmente o menos (1 punto)
- De 2 a 4 veces al mes (2 puntos)
- De 2 a 3 veces a la semana (3 puntos)
- 4 o más veces a la semana (4 puntos)

2) ¿Cuántas bebidas alcohólicas toma en un día normal?

- 1 o 2 (0 puntos)
- 3 o 4 (1 punto)
- 5 o 6 (2 puntos)
- De 7 a 9 (3 puntos)
- 10 o más (4 puntos)

3) ¿Con qué frecuencia toma 5 o más consumiciones en una ocasión?

- Nunca (0 puntos)
- Menos que mensualmente (1 punto)
- Mensualmente (2 puntos)
- Semanalmente (3 puntos)
- A diario o casi a diario (4 puntos)

4) ¿Con qué frecuencia en el último año no fue capaz de dejar de beber una vez que había empezado?

- Nunca (0 puntos)
- Menos que mensualmente (1 punto)
- Mensualmente (2 puntos)
- Semanalmente (3 puntos)
- A diario o casi a diario (4 puntos)

5) ¿Con qué frecuencia en el último año no ha sido capaz de hacer lo que cabría esperar normalmente de usted como consecuencia de la bebida?

- Nunca (0 puntos)
- Menos que mensualmente (1 punto)
- Mensualmente (2 puntos)
- Semanalmente (3 puntos)
- A diario o casi a diario (4 puntos)

6) ¿Con qué frecuencia durante el último año ha necesitado un trago por la mañana para ponerse en marcha después de una noche de haber consumido abundante alcohol?

- Nunca (0 puntos)
- Menos que mensualmente (1 punto)
- Mensualmente (2 puntos)
- Semanalmente (3 puntos)
- A diario o casi a diario (4 puntos)

7) ¿Con qué frecuencia durante el último año se ha sentido culpable o arrepentido después de haber bebido?

- Nunca (0 puntos)
- Menos que mensualmente (1 punto)
- Mensualmente (2 puntos)
- Semanalmente (3 puntos)
- A diario o casi a diario (4 puntos)

8) ¿Con qué frecuencia durante el último año ha olvidado lo que ocurrió la noche anterior debido al alcohol?

- Nunca (0 puntos)
- Menos que mensualmente (1 punto)
- Mensualmente (2 puntos)
- Semanalmente (3 puntos)
- A diario o casi a diario (4 puntos)

9) ¿Usted o alguna otra persona ha resultado lesionado/a como consecuencia de su consumo de alcohol?

- No (0 puntos)
- Sí, pero no en el último año (2 puntos)
- Sí, durante el último año (4 puntos)

10) ¿Ha estado preocupado algún familiar, amigo o profesional sanitario por su consumo de alcohol o le ha sugerido que reduzca su consumo?

- No (0 puntos)
- Sí, pero no en el último año (2 puntos)
- Sí, durante el último año (4 puntos)

Recuento total de puntos de criterios: _____

Anexo 5: Consentimiento informado a estudiantes

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Este es un documento que tiene como objetivo informarle de algunos aspectos relevantes que usted tiene que conocer para poder decidir si desea participar voluntariamente en esta investigación, la misma que se realiza dentro de la asignatura Unidad de Integración Curricular (UIC), del 8vo nivel de la Carrera de Psicología Clínica de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, como uno de los requisitos de grado.

PARTE I: INFORMACIÓN PARA EL CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Masculinidad hegemónica y conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2.

Institución: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí.

Investigadora: Cristina Isabel Avellán Mendoza.

Procedimiento: Una vez que usted manifieste su voluntad de participar en este estudio, se procederá a realizar la entrevista semiestructurada correspondiente y la entrega de un instrumento en el caso de los estudiantes. En cuanto a los expertos se procederá a realizar la entrevista semiestructurada correspondiente. Para ello, se utilizarán los siguientes instrumentos:

1. Entrevista semiestructurada.
2. Cuestionario AUDIT

La duración estimada del proceso es de aproximadamente 45 a 60 minutos.

Confidencialidad: Los resultados obtenidos a partir de los instrumentos aplicados serán manejados de manera estrictamente confidencial. Cada instrumento será identificado únicamente mediante un código categórico y numérico, lo que garantiza que su identidad no podrá ser asociada con la información proporcionada. La información que devenga de la entrevista será grabada en formato de audio, su utilización plantea fines estrictamente académicos y será tratada bajo absoluta confidencialidad. Así mismo, la información recolectada será almacenada en un archivo digital protegido y accesible únicamente para la investigadora.

Asimismo, los datos serán conservados por un período de dos años, tras el cual serán eliminados de manera definitiva, conforme a los lineamientos establecidos por la UIC y a las normas éticas de investigación vigentes.

Beneficios: Los resultados de esta investigación contribuirán a generar conocimiento relevante que podría orientar futuras acciones de prevención, intervención y promoción del bienestar en contextos universitarios. Aunque no existen beneficios directos para usted como participante, su aporte será valioso para el desarrollo de futuras estrategias en este ámbito.

Riesgos o molestias: No se prevén riesgos significativos asociados a su participación. Sin embargo, podría experimentar una ligera incomodidad al reflexionar o hablar sobre experiencias relacionadas con masculinidades y consumo de alcohol, lo cual es una reacción esperada dentro de este tipo de procesos. En caso de sentir malestar, usted puede detener la entrevista en cualquier momento.

Derecho a retirarse: Su participación es completamente voluntaria. Usted tiene el derecho de retirarse de la investigación en cualquier momento, sin necesidad de justificar su decisión y sin que ello implique ningún tipo de consecuencia o perjuicio personal.

PARTE II: FIRMA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo declaro que he leído y comprendido el contenido del consentimiento informado correspondiente a la investigación titulada "Masculinidad hegemónica y conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2". Reconozco que se me ha explicado en qué consiste mi participación, los posibles riesgos que podrían presentarse, así como mis derechos, entre ellos: retirarme en cualquier momento sin consecuencias, mantener mi identidad en el anonimato y que toda la información proporcionada sea tratada con estricta confidencialidad.

Asimismo, confirmo que he tenido la oportunidad de realizar preguntas y que todas han sido respondidas de manera clara y satisfactoria. En consecuencia, manifiesto mi conformidad y acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Nombre del participante: _____

Firma participante: _____

Nombre de la investigadora: _____

Firma de la investigadora: _____

Fecha: _____ Lugar: _____

Anexo 6: Consentimiento informado a expertos

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Este es un documento que tiene como objetivo informarle de algunos aspectos relevantes que usted tiene que conocer para poder decidir si desea participar voluntariamente en esta investigación, la misma que se realiza dentro de la asignatura Unidad de Integración Curricular (UIC), del 8vo nivel de la Carrera de Psicología Clínica de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, como uno de los requisitos de grado.

PARTE I: INFORMACIÓN PARA EL CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Masculinidad hegemónica y conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2.

Institución: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí.

Investigadora: Cristina Isabel Avellán Mendoza.

Procedimiento: Una vez que usted manifieste su voluntad de participar en este estudio, se procederá a realizar la entrevista semiestructurada correspondiente y la entrega de un instrumento en el caso de los estudiantes. En cuanto a los expertos se procederá a realizar la entrevista semiestructurada correspondiente. Para ello, se utilizarán el siguiente instrumento: entrevista semiestructurada.

La duración estimada del proceso es de aproximadamente 45 a 60 minutos.

Confidencialidad: Los resultados obtenidos a partir de los instrumentos aplicados serán manejados de manera estrictamente confidencial. Cada instrumento será identificado únicamente mediante un código categórico y numérico, lo que garantiza que su identidad no podrá ser asociada con la información proporcionada. La información que devenga de la entrevista será grabada en formato de audio, su utilización plantea fines estrictamente académicos y será tratada bajo absoluta confidencialidad. Así mismo, la información recolectada será almacenada en un archivo digital protegido y accesible únicamente para la investigadora.

Asimismo, los datos serán conservados por un período de dos años, tras el cual serán eliminados de manera definitiva, conforme a los lineamientos establecidos por la UIC y a las normas éticas de investigación vigentes.

Beneficios: Los resultados de esta investigación contribuirán a generar conocimiento relevante que podría orientar futuras acciones de prevención, intervención y promoción del bienestar en contextos universitarios. Aunque no existen beneficios directos para usted como participante, su aporte será valioso para el desarrollo de futuras estrategias en este ámbito.

Riesgos o molestias: No se prevén riesgos significativos asociados a su participación. Sin embargo, podría experimentar una ligera incomodidad al reflexionar o hablar sobre experiencias relacionadas con masculinidades y consumo de alcohol, lo cual es una reacción esperada dentro de este tipo de procesos. En caso de sentir malestar, usted puede detener la entrevista en cualquier momento.

Derecho a retirarse: Su participación es completamente voluntaria. Usted tiene el derecho de retirarse de la investigación en cualquier momento, sin necesidad de justificar su decisión y sin que ello implique ningún tipo de consecuencia o perjuicio personal.

PARTE II: FIRMA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo declaro que he leído y comprendido el contenido del consentimiento informado correspondiente a la investigación titulada "Masculinidad hegemónica y conductas de riesgo asociadas al consumo de alcohol en estudiantes universitarios de una institución de educación superior de Portoviejo, 2025-2". Reconozco que se me ha explicado en qué consiste mi participación, los posibles riesgos o molestias que podrían presentarse, así como mis derechos, entre ellos: retirarme en cualquier momento sin consecuencias, mantener mi identidad en el anonimato y que toda la información proporcionada sea tratada con estricta confidencialidad.

Asimismo, confirmo que he tenido la oportunidad de realizar preguntas y que todas han sido respondidas de manera clara y satisfactoria. En consecuencia, manifiesto mi conformidad y acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Nombre del participante: _____

Firma participante: _____

Nombre de la investigadora: _____

Firma de la investigadora: _____

Fecha: _____ Lugar y modalidad: _____