

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

La construcción de la estética corporal masculina a partir de las 5 películas más taquilleras en el 2008.

Laura Sánchez Mariles y Tania Belinda Jiménez Langarica.

Cita:

Laura Sánchez Mariles y Tania Belinda Jiménez Langarica (2009). *La construcción de la estética corporal masculina a partir de las 5 películas más taquilleras en el 2008. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/1781>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/evbW/Sg6>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades
División de Estudios de la Cultura
Departamento de Estudios de la Comunicación Social

“La construcción de la estética corporal masculina a partir de las 5 películas más taquilleras en el 2008.”

Lic. Laura Sánchez Mariles

Lic. Tania Belinda Jiménez Langarica

Índice

1. Introducción.....	3
2. Planteamiento del tema.....	4
3. Estrategia metodológica	6
4. Presentación de resultados.....	8
5. Conclusiones.....	13
6. Bibliografía.....	14

Introducción

La relevancia que está adquiriendo el cuerpo en la actualidad como un espacio de expresión de las identidades de los sujetos es visible esencialmente en los jóvenes. Cotidianamente observamos en los espacios públicos, principalmente de las ciudades, una diversidad de estilos indumentarios que portan los Hombres.

Esta diversidad en la apariencia corporal de los hombres es posible debido a la oferta de una gran variedad de objetos destinados al cuerpo, que ha aumentado desde la segunda mitad del siglo pasado con la masificación de la producción, permitiendo la adquisición de estos productos por sujetos pertenecientes a distintos estratos sociales.

La existencia de una industria del cuerpo muestra que la concepción actual del cuerpo gira en torno a un discurso que considera el cuidado corporal una obligación de los sujetos, necesaria para su identificación y diferenciación con los demás. Este “cuidado del cuerpo” se fundamenta en dos valores asociados a la estética corporal actual: la juventud y la salud, como expresiones de belleza.

La estética corporal contemporánea se traduce en cuerpos esbeltos y atléticos, que para las mujeres implica la construcción de un cuerpo delgado pero resaltando las zonas corporales asociadas a la feminidad como la cadera y los pechos. Por su parte, los hombres deben tener cuerpos atléticos en los que se marquen los músculos.

Actualmente se están elaborando una serie de productos, que forman parte de la industria del cuerpo, enfocados a los sujetos masculinos y la configuración de la estética corporal masculina vigente. Esta estética corporal constituye el punto de referencia para la creación de la apariencia corporal de los hombres.

Los hombres son unos de los principales receptores de la estética corporal masculina ya que se les asocia con el periodo de vida en el que los sujetos deben definir las características de su personalidad y, por lo tanto, de su identidad. Esta estética corporal se difunde principalmente a través discursos e imágenes mediáticas que tienen fines mercantiles.

Sin embargo, la construcción de esta estética hegemónica se ve influenciada por otras instituciones que prevalecen como referentes importantes para los sujetos, como la familia, la escuela, el trabajo y la pareja. Los discursos de estas instituciones con respecto a la estética corporal no necesariamente concuerda con los discursos y las imágenes difundidos por el mercado y los medios de comunicación.

Planteamiento teórico del problema

La centralidad que está teniendo el cuerpo en la actualidad como un espacio que mediante su estética permite a los sujetos construir sus identidades, surge en un contexto que diversos autores, siguiendo a Lyotard, han llamado posmoderno (Barba, 2007). Este es un contexto que se caracteriza por una serie de transformaciones en las condiciones sociales, políticas, económicas y culturales.

El retorno al cuerpo, como lo denomina Melucci (Citado por Giddens, 1995: 276), que se refiere a la necesidad de buscar nuevos tipos de identidades que ya no estén sostenidas en los principios que caracterizaron el ideal del hombre moderno, como la racionalidad, sino que se relacionen directamente con la corporalidad de los sujetos.

La necesidad de tomar al cuerpo como punto de partida para la construcción de la identidad, expresa la creciente fragmentación de sentido que experimentan los sujetos en su vida cotidiana al debilitarse los lazos que anteriormente funcionaban como los reguladores de las relaciones sociales. En términos de Touraine (1997), esta ruptura de los vínculos sociales establecidos en la modernidad, se traducen en la desinstitucionalización y la desocialización que han provocado que el sujeto se vuelque sobre sí mismo y se defina por lo que es y ya no por lo que hace (39).

En esta definición del sujeto, la corporalidad adquiere un papel central. El cuerpo se concibe como un sistema de acción y un modo de práctica que permite el mantenimiento de la identidad en las interacciones cotidianas y uno de los aspectos del cuerpo que adquiere mayor relevancia es la apariencia corporal, entendida como lo que “(...) concierne a todas aquellas características de la superficie del cuerpo, incluidas las formas de vestir y acicalarse, que son visibles a la propia persona y a otros agentes y sirven habitualmente de indicios para interpretar acciones” (Giddens, 1995: 128)

La construcción de la apariencia corporal de los sujetos depende de los discursos sociales prevalecientes en un contexto espacio – temporal determinado sobre la estética corporal. Entendiendo estética, (Audi, 2004:320) como esta característica estrechamente conectada con la experiencia sensorial y los sentimientos, que denota elementos social y culturalmente asociados con la belleza.

Como establece Maffesoli (2007) “(...) la vida de nuestras sociedades integra cada vez más lo sensible, las sensaciones de su estructura en su conjunto. Las diversas modulaciones de la imagen son su expresión privilegiada” (39). De esta manera, la propuesta de la estética corporal valorada en nuestros días se difunde principalmente, a través de las imágenes mediáticas.

El mercado y los medios de comunicación son dos instituciones que impactan cada vez más en la vida cotidiana de los sujetos y por ende, en la vida social. Estas instituciones mantienen una relación interdependiente. Mediante los medios se transmiten las imágenes y los discursos sobre la estética corporal masculina encaminados a fomentar la compra de productos y servicios pertenecientes a la industria del cuerpo. Por su parte, los medios de comunicación requieren de la publicidad como una fuente sustancial de ingreso.

La cantidad y variedad de imágenes relativos a la estética corporal son comprensibles en un contexto donde predomina la estética del consumo Bauman (1998), que se caracteriza por pretender socializar a todos los sujetos como consumidores mediante la producción y difusión de mundos carnavalescos que prometen momentos de mayor placer corporal y satisfacción que la cotidianeidad racional. (Langman, 2003: 245)

En este sentido, los grupos juveniles o tribus urbanas, se han convertido en una de las principales fuentes de propuestas estéticas debido a su capacidad de apropiación y transformación de elementos de la estética corporal hegemónica en la construcción de su apariencia corporal. Esta diversidad y versatilidad de los jóvenes permite observar que son un grupo de sujetos clasificados bajo el concepto (jóvenes) pero que en realidad incluye una heterogeneidad de sujetos que además se diferencian por otras categorías sociales, tales como el género, la educación y la posición socioeconómica.

Estrategia metodológica

Nuestro estudio se basa principalmente en lo que es el enfoque cualitativo. Para realizar esta investigación nos enfocamos en el análisis de las imágenes y también un poco en el análisis del discurso, ya que buscamos encontrar las características asociadas a la estética corporal masculina que comparten cinco de las películas más taquilleras del 2008.

Para la selección de películas se tomó en cuenta la muestra anual que sale de la revista Telemundo, en el que se incluyen las 100 películas más taquilleras de ese año en la República Mexicana, entre las características tomadas en cuenta en la revista se encuentran: el ingreso anual que se tiene por película, el director, el país de procedencia, el número de espectadores y el número de semanas que permanecieron en pantalla.

Para la delimitación de nuestra muestra consideramos algunos criterios que nos parecieron los más importantes para propósitos de este análisis:

1. Que la película estuviera dentro de las 100 más taquilleras del 2008.
2. Que la película fuera, al menos clasificación B.
3. Que la película no se ubicara dentro de la categoría de fantasía o ciencia ficción.
4. Que la película tratara temas relacionados con la vida cotidiana.

Con estos criterios las películas que cumplieron las características fueron las siguientes: Rudo y Cursi director Carlos Cuarón, Bajo la Misma Luna directora Patricia Riggen, ambas de México y Estados Unidos. Las otras 3 películas son solamente producciones estadounidenses: Antes de Partir de Rob Reiner, Juno: Crecer, Correr y Tropezar de Jason Reitman, y por último Locura de Amor en Las Vegas de Tom Vaughan.

La muestra de películas obtenidas nos pareció particularmente pertinente al contener dos películas mexicanas, ya que esto permitió esclarecer los parámetros estético-corporales masculinos difundidos no sólo en la cinematografía estadounidense, sino también en aquella que se produce en nuestro mismo contexto y que en las últimas décadas está siendo de mayor interés para la población mexicana.

Para analizar la estética corporal masculina transmitida por medio de las películas, se tomaron en cuenta los siguientes aspectos dentro de cada cinta estudiada: los discursos en torno a cómo debe ser la apariencia corporal de un hombre, las imágenes corporales de los hombres en cuanto a su constitución física, vestimenta y accesorios corporales como aretes, marcas corporales, tintes, cortes de cabello, entre otros. Y finalmente, la presencia de productos enfocados al cuidado y embellecimiento del cuerpo empleados por los personajes masculinos de las películas.

Presentación de resultados

La construcción de la estética corporal asociada a los hombres en las películas analizadas, se realiza mediante la combinación de diversos elementos, entre los más destacados se encuentran: la constitución física, la vestimenta, accesorios corporales, prácticas cotidianas y frases expresadas sobre las características atribuidas a los hombres.

LA CONSTITUCIÓN FÍSICA

La constitución física de la mayoría de los personajes principales de estas películas, cuando son jóvenes, se caracterizan por mantener la delgadez y el resaltamiento, aunque no exagerado, de los músculos. Es decir, independientemente de que los personajes en su cotidianidad no realicen explícitamente una actividad física que implique algún tipo de ejercicio, mantienen un cuerpo esbelto y atlético. En la película de *Rudo y Cursi* es importante resaltar como a pesar de que se dedican a la práctica del deporte como algo cotidiano no se resaltan los músculos tanto como se podría esperar de atletas.

Los brazos, pecho, abdomen y glúteos son las principales partes del cuerpo de los hombres que sobresalen en estas películas. Esto se observa incluso cuando tienen ropa, sin embargo, es común la presentación de desnudos o semidesnudos, como cuando traen la camisa abierta supuestamente de manera cotidiana y el enfoque en estas partes del cuerpo masculino. En algunas películas a pesar de mostrar los glúteos no se muestra el pene como algo normal, más bien se presenta con un tinte de morbo.

La exposición constante de partes del cuerpo masculino se realiza mediante el uso continuo de playeras abiertas, camisas con botones desabrochados y la presentación de hombres en ropa interior, como ocurre con *Eugenio* en la película de *Bajo la Misma Luna*. El uso de los *boxers* o shorts es muy frecuente en la mayoría de los personajes, incluso los mayores, presentándose incluso como el único tipo de ropa interior masculina. Sin embargo, las particularidades de los *boxers* varía principalmente de acuerdo a la edad y al tipo de personalidad adjudicada al personaje.

Otro aspecto que sobresale al analizar la constitución física de los personajes masculinos se refiere a la presencia o ausencia de vello en el pecho, las manos o las piernas. Es común que los hombres mayores, en los que se destaca su característica de ser protectores con la mujer o con su familia, tengan los botones superiores de la camisa abiertos de manera que sea visible el vello en el pecho, sin embargo, los personajes más jóvenes generalmente no presentan esta característica física.

Otra cuestión a destacar es que la mayoría de los personajes que se presentan como sujetos de las clases bajas, tienden a ser de tez morena o incluso negra como en la película de *Antes de Morir*, donde el “pobre” es una persona negra que desde su juventud es discriminado por tener este tono de piel. Así mismo, en la película mexicana *Bajo la Misma Luna*, es claro que los inmigrantes son mexicanos al ser sujetos morenos, de cabello y vello negro.

EL CABELLO Y EL VELLO FACIAL

El cabello es otro factor importante que define la cuestión del status social. La presencia de cortes definidos es recurrente mientras la posición social del personaje sea más alta; a diferencia de aquellos que pertenecen al status social bajo, donde sus cortes tienden a no ser definidos y desarreglados, incluso dando la impresión de estar un poco sucios. Esto es particularmente visible en la película, *Bajo la Misma Luna*, donde los migrantes mantienen el cabello negro, chino u ondulado, desaliñado.

La barba y el bigote van muy relacionados con el status social al que pertenecen los personajes, ya que la mayoría de aquellos de las clases altas no muestran barba ni bigote y si lo tienen siempre es muy arreglado y definido. En general, la falta de barba y bigote o el cuidado de los mismos se relaciona directamente con el corte de cabello definido y peinado, como ocurre visiblemente con *Mark* en la película de *Juno*. En la Película de *Locura de Amor en Las Vegas*, por ejemplo, se puede notar como hay un personaje no muy agraciado y de status social bajo que es personificado con barba larga y desarreglada al igual que su corte de cabello indefinido y largo.

LA VESTIMENTA

Uno de los aspectos importantes, utilizando para diferenciar a los tipos hombres es la clase social. Se puede observar a lo largo de las películas analizadas, por ejemplo en la de *Rudo y Cursi*, que cuando los personajes se asocian a la clase baja, se demuestra mediante el empleo de camisas y pantalones descuidados, incluso la falta de preocupación de los personajes por su apariencia. En cambio, cuando los personajes se vuelven famosos en el deporte y empiezan a ganar dinero, su apariencia corporal cambia por completo, Rudo y Cursi visten un estilo muy característico de cada personalidad. Cursi usa botas de rancho picudas, fajo con hebilla grande, corbata y hasta sombrero, mientras que Rudo viste pantalones de vestir y camisas fajadas.

En la película de *Antes de Morir* el estilo es un poco más formal a pesar del status social. Esto quizás se relaciona con que gira en torno a dos hombres viejos. La vejez se plantea con un vínculo estrecho con la formalidad de los sujetos, que denote su seriedad y madurez. Sin embargo, es visible que el hombre rico viste de corbata y el otro no, pero cuanto más se junta con el rico cambia un poco la forma de vestir, aumentando la formalidad en la vestimenta. Es importante notar que los colores de su ropa permanecen en la escala de grises.

En términos generales, podemos decir que los colores de la vestimenta de los hombres mayores tienden a no ser llamativos, por lo tanto usan colores oscuros, que se relacionan con la seriedad y/o la elegancia. Mientras que los jóvenes se caracterizan por usar pantalones de mezclilla y camisas estas tienden a ser coloridas, siempre una sobre otra, por ejemplo en la película de *Locura de Amor en Las Vegas*, el personaje principal usa siempre una playera y encima una camisa generalmente abierta, y ésta de cuadros para dar un tono de informalidad. Esto mismo lo observamos en la película de *Juno*, en donde el joven "Bleeker" constantemente usa el tono amarillo.

El uso de marcas en las prendas de vestir no es muy recurrente pero sí se mencionan algunas como en la de *Rudo y Cursi* se menciona que se ve muy bien con su traje *Dolce & Gabbana*. La

referencia a las marcas tiende a ser mención verbal, sin ver el logotipo de la marca explícitamente.

LOS ACCESORIOS CORPORALES

Dentro de los accesorios corporales que destacan en estas cinco películas son: collares, gorros o gorras, tejana, fajos con hebilla grande. Nuevamente encontramos una relación directa entre los accesorios y la posición social de los personajes. Así mismo, hay una estrecha relación de los accesorios con la edad, como se presenta con las gorras deportivas, que generalmente se encuentran en los personajes más jóvenes. Los accesorios se manera recurrente, expresan alguna cuestión afectiva de los personajes, como en la película de *Rudo y Cursi*, donde el collar era un emblema de la necesidad del actor de ser cantante.

LOS DISCURSOS Y LAS PRÁCTICAS

En cuanto a los discursos, llama particularmente la atención una diferencia constante entre las películas mexicanas y las estadounidenses: el empleo constante de groserías y frases con alusiones sexuales, particularmente en torno al tamaño del pene, por parte de los mexicanos. Cuestión no tan recurrente en las películas estadounidenses. Generalmente, este tipo de discurso se relaciona con una personalidad varonil de los personajes, es decir, que demuestra fortaleza, dominación, seguridad, etc.

Así mismo, de manera cotidiana se presentan lo personajes mexicanos masculinos realizando prácticas violentas, tanto en defensa de otro hombre como en contra de niños y mujeres. Es común el golpe y el insulto de los hombres aunque no sean personajes que se planteen como particularmente violentos. Esto se percibe de manera clara en la película “Bajo la Misma Luna”, donde Enrique frecuentemente arremete contra Carlitos, el niño de nueve años.

Otra cuestión importante, en torno a los discursos es la mención recurrente de la marca *Wonderlife* en la película de *Rudo y Cursi*, -un producto que vendía la esposa de Rudo consistente en vitaminas para sentirse mejor y mejorar el rendimiento- parece una analogía a una marca existente en la actualidad (*Omnilife*) que también es promocionada dentro de la publicidad futbolística.

Conclusiones

Son varios los aspectos que resaltan en las distintas películas. Primero, se encuentra la cuestión de las clases sociales, entre más sube el status social, más se emplean prendas formales o elegantes como pantalones de vestir y camisas: lo pulcro, lo limpio es sinónimo de riqueza.

Otra cuestión esencial es la relación que existe entre la estética corporal y la edad de los personajes. La juventud se asocia a una figura esbelta, sin rastros de obesidad, atlética, que frecuentemente se acompaña por alguna actividad deportiva. Esto tiene otra implicación: que los jóvenes se asocian con la salud.

Por otra parte están las diferencias entre las producciones que se centran en el contexto mexicano y aquellas del contexto de Estados Unidos. Las mexicanas tienden a hacer más referencia a marcas de productos específicos, generalmente de productos caros, como *Dolce & Gabbana*, así como contar con un mayor uso de accesorios para recalcar la posición social, actividad e identidad de los personajes.

En cuanto a los jóvenes, es más común que en las películas mexicanas aparezcan personajes jóvenes consumiendo tabaco o alcohol, lo cual, sin embargo, generalmente no implica un deterioro visible de la salud de los jóvenes, si es presentado como una actividad cotidiana secundaria. Así mismo, es de importancia que en las películas estadounidenses los personajes masculinos tienen una constitución física más marcada, con los músculos más definidos, a pesar de la edad de los sujetos.

Lo que es evidente en las cinco películas es que se plantea una relación directa entre la estética corporal y la actitud / personalidad de los sujetos. La apariencia corporal se convierte en uno de los ejes esenciales en torno al cual se construyen las identidades y además, las películas coinciden en ciertos elementos asociados a la estética corporal socialmente aceptada en nuestros contextos como atractiva y bella.

Bibliografía

Audi, R. (2004) *Diccionario Akal de Filosofía*. Madrid: Akal.

Barba, C. (2007) “Teoría social y postmodernidad: una pareja dispareja”. Conferencia presentada en la Academia de Teoría Social de la Licenciatura en Sociología de la Universidad de Guadalajara.

Bauman, Z. (1998) “De la ética del trabajo a la estética del consumo” En: *Trabajo, Consumismo y Nuevos Pobres*. Barcelona: Gedisa.

Bifani-Richard, P. Y Del Pino, M. (2007) Aproximaciones a un método de análisis para aprehender la relación género – consumo en función del deseo. *Revista de Estudios de Género La Ventana*. Vol. 3 (27) pp. 27 - 57

Castoriadis, C. (1998) *Los dominios del hombre. Las encrucijadas del laberinto*. Barcelona: Gedisa.

Langman, L. (2003) Culture, Identity and Hegemony: The Body in a Global Age. *Current Sociology*, Vol. 51 (3/4), 223-247.

Langman, L. (2008) Punk, Porn and Resistance: Carnivalization and The Body in Popular Culture . *Current Sociology*, Vol. 56 (4), 657-677.

Maffesoli, M. (2007) *En el crisol de las apariencias*. México: Siglo XXI.

Reguillo, R. (1994) Las tribus juveniles en los tiempos de la modernidad. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Vol. 5 (15), 171 – 184.

Touraine, A. (1997) *¿Podremos vivir juntos?*, México, Fondo de Cultura Económica