

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.

Tu cuerpo, mi cuerpo, nuestros cuerpos. Masculinidades y feminidades en construcción.

Sandra Milena Alfonso Parra.

Cita:

Sandra Milena Alfonso Parra (2009). *Tu cuerpo, mi cuerpo, nuestros cuerpos. Masculinidades y feminidades en construcción. 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/000-062/2140>

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>.

Tu cuerpo, mi cuerpo, nuestros cuerpos

Masculinidades y feminidades en construcción

Sandra Milena Alfonso Parra

Socióloga, Universidad Nacional de Colombia

Estudiante Maestría en Estudios de Género,

Universidad Nacional de Colombia

sanco204@hotmail.com

“Las concepciones de la belleza, los significados de su procedencia, las explicaciones sobre como observarla y como adquirirla (si ello es posible) generan valores sociales y formas de diferenciación. La belleza implica juicios, valoraciones y aseveraciones sobre qué es mejor o peor, qué es bueno y qué es malo, qué es más y qué es menos y por esta vía organizan jerarquías dentro y fuera de los grupos sociales y en donde los medios de comunicación contribuyen en la reproducción de una idea determinada concepción.”

Los conceptos de feminidad y masculinidad son centrales para comprender la construcción social del cuerpo, ya que por medio de estos se cristalizan los roles y disposiciones sociales tanto del género masculino como del femenino, los cuales solo se pueden leer en una relación de contrarios, fruto del pensamiento binario impuesto por occidente: por la negación “del deber” ser masculino se construye el “deber ser” femenino y viceversa, proceso cultural arbitrario que trae como consecuencia una carrera interminable de reafirmación y búsqueda de reconocimiento como un ser mujer -femenina- y un ser hombre -masculino- y donde el cuerpo representa la máxima expresión de ello: “Actuar sobre el cuerpo, la consigna de ser hombre encarnada por el deportista y el militar, es situada por la interpretación de las relaciones sociales de sexo propias de la cultura tradicional en entera oposición al contenido del ser mujer pues en su caso el cuerpo se impone sobre el agente como madre o bella.” (Vélez, 2003: 55). Esta

reafirmación por medio de la negación del otro obedece a los imaginarios de género que circulan en la sociedad, los cuales tienen como punto de partida la imagen construida desde lo biológico-natural por medio de la socialización y culturización, de esta forma los imaginarios actúan como mecanismos que vinculan a los hombres y mujeres a determinadas características construidas socialmente, pero los cuales por ser construcciones tienen la posibilidad de transformarse por medio de múltiples discursos que se separen de los discursos dominantes.

Es en el cuerpo de los sujetos donde se inscriben directamente las demandas de discursos dominantes, ya sean sociales, culturales, políticos o académicos. (Foucault, 1992) Carvajal retoma a Foucault para señalar que en el cuerpo se inscriben roles y determinaciones sociales que se traducen en demandas materiales específicas tanto para los hombres como para las mujeres, siendo el cuerpo entonces un campo de luchas, configuraciones y reconfiguraciones: *“El cuerpo materia es atravesado por múltiples discursos y demandas sociales que lo convierten en el lugar donde dichas demandas se materializan: se exige un actuar determinado, una forma de vestir, presentarse ante los demás, etc. Foucault denomina este proceso encarnación.”* (Carvajal, 2004: 172).

Es necesario comprender las relaciones de subjetividad que se establecen en torno al cuerpo, ya que la subjetividad de cada agente social en torno a su cuerpo, se encuentra atravesada por el reconocimiento de un otro, reconocimiento que se encuentra determinado por variables de raza, género, edad, estratificación social y que condiciona las experiencias, concepciones y configuraciones individuales del cuerpo. *“Cuando nos acercamos al cuerpo, nos enfrentamos a sentimientos de temor o de escepticismo, incluso de incertidumbre. Con ello se registran o acentúan imaginarios que adjudican a cada quien una casilla étnica, moral y social, dejando a la persona en una posición concreta en cuanto cuerpo-imagen vista u oída por otro cuerpo-imagen.”* (Munévar, 2004: 50). De esta manera, la búsqueda del reconocimiento y la reafirmación como ser hombre o ser mujer se encuentran condicionadas por otro u otra, un otro(a) que se guía por las pautas socialmente establecidas y los modelos hegemónicos de masculinidad y feminidad para reconocerle como tal, como portador y portadora de la Hexis corporal legítima, la cual se encuentra entramada con la clase social, el sexo y la raza.

La Hexis corporal legítima, es decir, ese cuerpo que cumple con los parámetros establecidos socialmente y la forma en que correctamente se maneja, actúa como carta de presentación que puede dar acceso y abrir las puertas en todos los órdenes sociales: empleo, amistad, amor, etc. generando de esa manera mayor o menor grado de distinción y créditos a su portador o portadora, produciéndose entonces, un empoderamiento corporal, y en esa misma medida, los agentes sociales pasan a tener entre sus principales preocupaciones la consigna del cuidado corporal y donde su descuido es presentado como una irracionalidad. *“La tendencia social al empoderamiento corporal es pan diario para la población citadina; por ello los transeúntes de las grandes ciudades colombianas apenas toman*

conciencia de que su mirada vaga sin cesar entre imágenes que le recuerdan tercamente la importancia de la apariencia corporal.” (Vélez, 2003: 51). El constante mensaje en la necesidad de vigilar el contorno del cuerpo es una muestra del importante papel que el mismo desempeña ahora en el proceso de interacción social: como capital corporal, señalando a su vez la transformación y proceso de desacralización del cuerpo¹ en Colombia, el cual, es relativamente reciente.

El cuerpo femenino particularmente representa el cuerpo para el otro, el cuerpo para ser admirado, referenciado, criticado y aprobado, y en éste o a partir de éste, se configuran unas determinadas relaciones de dominación y distinción: dominación en la medida en que se genera una lucha por alcanzarle, quien tiene ese cuerpo deseado tienen en sus manos cierto poder: *“El interés que conceden las diferentes clases sociales a la propia presentación, la atención que le prestan, la conciencia que tiene de los beneficios que aquellas aporta y las inversiones de tiempo, de esfuerzos, de privaciones, de cuidados que le otorgan, realmente están condicionadas con las posibilidades de beneficio materiales o simbólicos que razonablemente pueden esperar de la misma.”* (Bourdieu, 1998: 203).

El estar en función y búsqueda constante de ese cuerpo deseado, el cual evidentemente genera beneficios para quién lo posee, un cuerpo que vincula de forma directa una construcción de feminidad y masculinidad específica: la mujer asociada a unos determinados comportamientos y parámetros estéticos que si bien es cierto dejaron de lado el vínculo con el servicio al otro, la maternidad y el cuidado del hogar, ahora se cristaliza en el cuerpo como tal de la mujer, pero que sigue estando en función del otro, de ese que le aprueba o reprueba, que le reconoce y/o le niega. La feminidad se vincula de forma directa a la belleza, delicadeza, cuidado corporal, pequeñez, ternura, suavidad, sensualidad, armonía y delgadez.

Munévar afirma que son múltiples las relaciones de poder que atraviesan el cuerpo físico y como consecuencia de ello cada persona en cuanto ser poseionado en el mundo, constituye y es constituido en alguna relación de poder (Munévar, 2004), las mujeres y los hombres nos encontramos inmersos en dichas relaciones de poder aunque desde mi punto de vista, la posición de la mujer en estas relaciones de poder es compleja y menos positiva porque precisamente se encuentra en función del otro y su feminidad no se reconoce más que por ser bella y sobre todo delicada.

Los determinados parámetros conllevan a crear en la mujer una recurrente necesidad de consumo, de allí que la imagen de la mujer en los medios sea potencializada como vitrina para vender diversos productos, para demostrar pero sobre todo para antojar, viendo la mujer enfrentada al dilema entre prácticas liberadoras y formas al servicio de la dominación en torno al cuerpo, lo cual define Cerbino como la tensión dolor-goce: por los flagelos que el cuerpo femenino ha sufrido a manos

¹ El cuerpo ahora, expuesto a la mirada y escrutinio en pasarelas y escenarios del espectáculo visual.

de otros y de sí misma en aras de una causa donde están indistintos el deseo propio y el del otro, de allí que la obsesión de muchas mujeres por cumplir unos determinados parámetros estéticos se encuentre sustentada en las relaciones sociales y sea nutrida por los medios de comunicación. *“La opción por el cuerpo femenino bello y delgado está más allá de un goce estético. Tiene que ver con el poder que ese cuerpo-espectáculo le endosa al momento que se exhibe junto a él.”* (Cerbino, 1998: 169).

Viveros, Olavarría y Fuller realizaron una interesante investigación sobre los modelos de masculinidad en América Latina, modelos que se encuentran en constante negociación con el modelo hegemónico propio del pensamiento patriarcal; los tres coinciden en señalar que el modelo de masculinidad hegemónica obliga a los hombres a pasar por tres estados específicos para alcanzar el reconocimiento como “hombre de verdad”: la virilidad en la juventud, el trabajo y posibilidad de ser proveedor e independiente en la etapa de transición y finalmente el regreso al ámbito privado con la conformación de una familia pero en donde se debe desempeñar como máxima autoridad: *“Para los varones entrevistados la capacidad de proveer y de ser responsables por otros (y, por lo tanto, ejercer autoridad sobre ellos) constituye el punto que diferencia el trabajo como vía de ingreso al espacio masculino y de confirmar la masculinidad, y el trabajo como la consagración de la hombría”:* (Fuller, 2001: 329).

En todas estas etapas el cuerpo representa un necesario punto de referencia y de reafirmación de la masculinidad ya que esas adscripciones con la fortaleza, rudeza, la amplitud, arrogancia, valentía, la protección y ahora también con la estética; una estética que potencializa la fuerza se deben demostrar y aplicar constantemente en diversos ámbitos sociales.

“El cuerpo no es una materia que emerge directamente de la naturaleza, sino que se halla inserto dentro de un sistema de representaciones sociales (...). El discurso sobre el cuerpo de los jóvenes se centra en temas típicos de ese período de la vida: cortejo, competencia con otros varones y preparación para ingresar al mundo del trabajo. Para ellos el cuerpo emite señales que muestran que el joven es atractivo, capaz de luchar y trabajar.” (Fuller, 2001:283).

El premio de los modelos hegemónico de masculinidad y feminidad son la distinción, la aprobación que encuentran los agentes sociales; el sentirse admirada la mujer y reafirmado el hombre, pero más que ello aceptada y aceptado por el otro(a), lo cual repercute en su forma de percibirse y relacionarse con el otro, *“Las mujeres que cuentan con ese capital corporal, obtienen de su cuerpo una doble seguridad: creen en el valor de la belleza y en el valor del esfuerzo para embellecerse, y asocian así el valor estético con el valor moral, se sienten superiores tanto por la belleza intrínseca, natural de su cuerpos, como por el arte de embellecerlos y por todo lo que se denomina la compostura, virtud inseparablemente moral y estética que constituye negativamente lo “natural” como dejadez.”* (Bourdieu, 1999: 204).

Viveros (2002) señala como el reconocimiento de los hombres como cumplidor o quebradores, dos expresiones de la masculinidad, se vincula a lo estético pero desde la fuerza; la fuerza para conquistar, procrear, proveer, trabajar, proteger, luchar y ganar.

Los medios de comunicación desempeñan un papel importante en esa producción y reproducción de los modelos hegemónicos y subalternos de masculinidad y feminidad porque estos encierran dicho concepto dentro de unos determinados y deseados parámetros, sancionando a veces implícita, a veces explícitamente todas aquellas formas e imágenes de mujeres que no son jóvenes, esbeltas, sensuales, sexuales y delgadas, y de hombres que no son fuertes, atléticos, corpulentos, bellos y bandidos, lo cual repercute de forma decisiva en la concepciones que hombres y mujeres se hacen del otro y de sí mismos.

“Es que a uno lo juzgan por ser feo, o por ser gordo, o porque uno no se maquilla ya lo critican, vea, yo pregunto, ¿Es qué acaso me hace menos mujer no ser como esas “viejas” de las revistas o de la televisión? ¿A uno lo hace menos mujer ser fuerte? que a uno le guste jugar fútbol y esas cosas, que supuestamente solo pueden hacer los hombres, es que uno no puede ser atractivo si es gorda o si no tiene el peinado de moda, o si no se viste con esa ropa de moda.”²

Para Florence Thomas el universo femenino es interno, en contraposición al masculino que es externo, y el mismo se divide en dos formas de feminidad: la feminidad seductora y la feminidad oficiosa y reproductora, al estar constreñidas a dichas formas de feminidad la existencia o muestra de una mujer diferente es tomada como una introyección y asimilación de los valores masculinos: *“La única manera de ser diferentes es ser igual a un hombre porque la sociedad se desarrolla en torno a una dialéctica de amo-esclavo, sujeto-objeto, absoluto-relativo.”* (Thomas, 1993: 4).

En el siglo XX se impuso la idea de la democratización de la belleza, donde ser bella deja de ser un privilegio y se convierte en una posibilidad para todas las mujeres, pero más que posibilidad se hace una obligación: *“Embellecerse, maquillarse, la voluntad de permanecer joven y de agradar ya no aparecen como un lujo más o menos culpable, sino como un deber de toda mujer. (...) El primer deber de una mujer es ser atractiva.”* (Lipovetsky, 1999: 148). Este proceso va de la mano con el surgimiento de la prensa femenina, porque gracias a la misma se hizo posible que las representaciones sociales ligadas a la belleza y feminidad adquirieran un carácter masivo.

La prensa femenina actúa como plataforma para que el mercado y la lógica “producción-consumo” se legitimen ya que la idea de democratización de la belleza hace referencia a todos aquellos mecanismos o productos a los cuales la mujer puede o –debe- apelar para ser reconocida

² Extracto de una entrevista realizada a una mujer de 21 años para el desarrollo de un trabajo titulado: Imágenes y Temáticas en las Revistas Femeninas Juveniles: Revista Tú y Seventeen.

socialmente como bella, sin embargo en este proceso se encuentran relaciones de “poder-posibilidad” , porque si bien es cierto esa idea de poder tener ese “determinado cuerpo” tiene cabida en todas las mujeres, los medios de comunicación emiten un discurso que apunta hacia una diferenciación estética produciendo de paso una cosificación femenina.

“Mientras en la publicidad se ven cuerpos delgados producidos por tratamientos de estética, según modelos difundidos en los medios masivos, se da la voz de alerta por el incremento “obligado socialmente” de anorexias y bulimias con cifras que hablan de problemas de salud pública. El flujo de información que se recibe permanentemente hace que la autoimagen se quede en negaciones o rechazos del cuerpo, con formas destructivas de auto-afirmación y rebeldía, con baja autoestima vinculada a factores que estigmatizan y culpabilizan a los sujetos, principalmente a las mujeres cuando enferman.” (Munévar, 2004:47).

A través del cuerpo se entretajan formas de relación social, donde la obtención y cumplimiento de unos determinados cánones estéticos potencializan las relaciones de dominación y distinción social: por medio de la construcción de feminidad desde el cuerpo se sustenta la relación de subordinador-subordinado en el cual la mujer siempre se posiciona desde la necesidad del reconocimiento por parte del hombre y donde el empoderamiento corporal pasa a jugar un papel fundamental por los beneficios que genera especialmente para quien se acompaña de ese cuerpo, aunque no desconozco los posibles beneficios para quien le posee, sin embargo considero que la mujer continúa estando en función de él. El hombre por su parte busca un reconocimiento de sus pares y de las mujeres vinculado directamente al ser “hombre de verdad”, fuerte, independiente, activo e insensible, un hombre viril, con capacidad reproductiva y capacidad proveedora. (Fuller, 2004: 329).

Es en esa posición de subordinación socialmente asignada a la mujer y manifestada también a través del cuerpo, donde es posible considerar los procesos de transformación, ya que si bien es cierto, la cosificación y objetivación del cuerpo de la mujer en y por los medios de comunicación es mayor que a la cosificación masculina, dicha condición posibilita un proceso de deconstrucción por parte de las mujeres – y también de los hombres- hacia los modelos que producen y reproducen los medios de comunicación, desde la postura teórica de Alain Touraine, la capacidad de reflexión de crítica de la mujer es más notable por ser ella justamente quien más ha padecido la condición y posición de subordinada:

“Al transformarse el conjunto de la sociedad en un conjunto de mercados, de bienes intercambiables, y al buscar ante todo los actores sociales su provecho económico, las mujeres encuentran en ese mundo mercantil una liberación de las coacciones del modelo antiguo, pero sufren también una presión más fuerte, que las transforma en objetos sexuales (...). Sin embargo, la economía del mercado se acompaña de la construcción de un espacio

a la vez privado y abierto, construcción desarrollada más integralmente por las mujeres como agentes de reflexión y crítica”. (Touraine, 2005: 231).

Las prácticas estéticas y orientadas hacia las construcciones hegemónicas de feminidad y masculina adscritas al cuerpo, son definidas como una relación de dolor-goce que posibilita y se encuentra atravesada por procesos de negociación e interacción de los hombres y las mujeres con dichos modelos de feminidad y masculinidad que se hacen tangibles en el ámbito del consumo o la recepción. Detrás de la idea de la democratización de la belleza, desarrollada por Lipovetsky, se encuentran presentes la objetividad y subjetividad de los hombres y las mujeres que se enfrentan y consumen los mensajes que emiten los medios de comunicación en general y la revista SOHO en particular, dicha tensión se refleja en los procesos de negociación que establecen los hombres y las mujeres con dichas construcciones ello porque, la idea de alcanzar la hexis corporal legítima como engranaje para el reconocimiento y la aceptación social se contraponen a las condiciones objetivas y particulares de las y los agentes sociales de poder o no alcanzarle; ante dicho escenario, las mujeres y los hombres establecen relaciones de negociación con dichas construcciones, negociación que apunta hacia la adecuación y transformación de las construcciones hegemónicas de feminidad y masculinidad en la vida personal y particular, en las representaciones de género y las vivencias desde el mismo y en la construcción de identidad de género a través de la hexis corporal de las y los agentes sociales.

Las relaciones y procesos de negociación se establecen a través de la construcción, deconstrucción y reconstrucción que realizan los hombres y las mujeres con los modelos hegemónicos de feminidad y masculinidad, modelos que al ser resultado de la cultura y la sociedad patriarcal se esgriman como únicos y legítimos, pero los cuales son de complicado acceso al erigir pautas y/o características que difícilmente hombres y mujeres pueden encarnar, caracterizar y ajustarse armoniosamente y por completo, trayendo ello como consecuencia procesos de desgarramiento, angustia, inconformidad o conformidad, aceptación o resistencia por parte de los hombres y las mujeres ante dichas construcciones.

La capacidad y posibilidad de resistencia definida desde Touraine como la posibilidad de análisis, reflexión, crítica y decisión de los agentes sociales, representa un elemento importante en la eternización de los modelos hegemónicos de feminidad y masculinidad o al contrario, en la emergencia de los modelos subalternos.

“El sujeto se forma en la voluntad de escapar a las fuerzas, las reglas y poderes que nos impiden ser nosotros mismos, que tratan de reducirnos al estado de un componente de un sistema y de su control sobre la actividad, las intenciones y las interacciones de todos. Esas luchas contra lo que nos arrebatara el sentido de nuestra existencia son siempre luchas

desiguales contra un poder, contra un orden. No hay sujeto si no es rebelde, dividido entre la cólera y la esperanza.”(Touraine, 2005: 129).

Entre la necesidad subjetiva y la posibilidad objetiva se entretejen relaciones de poder pero también de negociación, la cual es posible por la capacidad activa de las mujeres y los hombres de reflexionar y establecer relaciones de negociación con las construcciones de feminidad y masculinidad que circulan en la sociedad y dentro de ella en los medios de comunicación.

Bibliografía

- ADORNO, Theodor y HORKHEIMER, M. (1981). La industria de la cultura: ilustración como engaño de las masas. En: Sociedad y comunicación de masas, Fondo de Cultura Económica, México
- BALLÉN, Guachetá, Elizabeth (2004). Tesis de Maestría: Feminidades y Masculinidades en la Telenovela Colombia "Yo soy Betty la fea", Universidad Nacional de Colombia
- BOLIVAR, Ingrid, VANEGAS, Julio y VÁSQUEZ, Maria de la Luz. (2001) Estetizar la política: Lo nacional de la belleza y la geografía del turismo, 1947-1970. En: "Belleza, Fútbol y Religiosidad Popular: Escenarios de producción de lo Nacional, Ministerio de Cultura, Bogotá.
- BOURDIEU, Pierre (1998). La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto, Ediciones Taurus, Madrid.
- CARVAJAL, Diógenes (2004). Generalización del SELF. En: Hacerse mujeres, hacerse hombres, Siglo del Hombre Editores, Universidad Central, Bogotá.
- CERBINO, Mauro (1998). Para una antropología del cuerpo, En: Culturas Juveniles en Guayaquil: Cuerpo, Música, Sociabilidad y Género, Ediciones Abya-Yala, Convenio Andrés Bello, Ecuador.
- DAVIS, Enriqueta (1998). El Espejo de Eva, Editora Sibauste, S.A., Panamá.
- DELGADILLO, Ingrid (2002) Tesis de Maestría: Consumo Televisivo Femenino el caso "Yo soy Betty la Fea", Universidad Nacional de Colombia.
- GARCÍA, Carlos Iván (2004) Editor. Hacerse mujeres, hacerse hombres, Siglo del Hombre Editores, Universidad Central, Bogotá.
- FOUCAULT, Michel (1997). La Voluntad de Saber, En: Historia de la Sexualidad I, Siglo Veintiuno Editores, México.
- HALBERSTAM, Judith (2008). Masculinidad femenina, Traducción Javier Sáez, Egales Editorial, Barcelona-Madrid.
- LA DECLARACIÓN DE LA COLECTIVA COMBAHEE RIVER: Combahee River Collective (1988). "Una declaración feminista negra", en Cherrie Moraga y Ana Castillo (eds.) *Esta puente, mi espalda. Voces de mujeres tercermundistas en los Estados Unidos*.
- LAVERDE, María Cristina (1992) "La Imagen de la mujer en los medios de comunicación en Colombia" En: Encuentro de Comunicadoras, Bogotá.
- LIPOVETSKY, Gilles (1999). Activismo Estético y Prensa Femenina, En: La Tercera Mujer: Permanencia y revolución de lo femenino. Editorial Anagrama, Barcelona.
- MUNÉVAR, Dora Inés, TORRES, Martha (2004) Representaciones corporales, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- MUÑOZ, Darío Reynaldo (2004). Imaginarios de Género. En: Hacerse mujeres, hacerse hombres, Siglo del Hombre Editores, Universidad Central, Bogotá.
- THOMAS, Florence (1993). Medios y Género: una Síntesis, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- TOURAINE, Alain (2005). Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy, Editorial Paidós, Barcelona.
- VÉLEZ, Beatriz (2003). "Cuerpos y Espectáculos". En: El tiempo contra las mujeres. Debates feministas para una agenda de paz. Corporación para el desarrollo humano HUMANIZAR. Bogotá.
- VIVEROS, Mara (2002). De Quebradores y cumplidores, CES, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- VIVEROS Mara, OLAVARRÍA José, FULLER Norma (2001). Hombres e Identidades de Género, Investigaciones desde América Latina. Universidad Nacional de Colombia, Centro de Estudios sociales CES.

Trabajos de investigación

- ALFONSO, Sandra, ALZATE, Isabel (2006). Imágenes y temáticas en las revistas femeninas juveniles –Revista Tú y Revista Seventenn-. Para el curso: Lenguajes y Cultura: Principios para el análisis de los discursos mediáticos IECO, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.