



ESTUDIOS CULTURALES

Comunicación



ANUARIO ININCO INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN



ESTUDIOS CULTURALES

Cultural Studies

Les études culturelles

Os estudos culturais

Studi culturali

Kulturwissenschaften



28 **2016**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
ESTUDIOS CULTURALES Y COMUNICACIÓN

ISSN: 0798-2992

RAÚL BALBUENA BELLO
(México)



Masculinidad, patriarcado y belleza: prácticas sociales y principios de organización social. Aproximaciones desde la sociología

Masculinity, patriarchy and beauty: social practices and principles of social organization. Approaches from Sociology

Doctor en Ciencias Sociales por el Colegio de la Frontera Norte e investigador de tiempo completo en el Instituto de Investigaciones Culturales-Museo de la UABC; algunos de sus artículos publicados son: "La construcción sociocultural de la homosexualidad. Enseñando a vivir en el anonimato"; "Los embargos de la cultura gay" en Los Procesos Socioculturales en Baja California; "Tijuana, las esquinas del sexo, los rincones del placer" en Revista Ciudades; "Región y globalización: el problema de la identidad" en Revista Estudios Fronterizos. Ha contribuido en trabajos curatoriales, entre los que se encuentran la exposición "Símbolos y signos" (2006-2007) y la exhibición colectiva "Mujeres en Plural" en el Museo Universitario (2008); además de haber realizado la investigación: Configuración de las relaciones sociales a partir de la masculinidad, registrado en el Departamento de Posgrado e Investigación de la UABC. Correo electrónico: duharpin@hotmail.com

Recibido: 17 / 04 / 2016 • Aceptado: 30 / 05 / 2016

© De conformidad por su autor para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autor de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1° Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.

RESUMEN

RAÚL BALBUENA BELLO

Masculinidad, patriarcado y belleza: prácticas sociales y principios de organización social. Aproximaciones desde la sociología

El presente artículo ofrece al lector una sucinta reflexión sobre la forma en que la masculinidad, el patriarcado y la belleza femenina, pueden ser analizadas desde la sociología a través de las discusiones teóricas-conceptuales relativas a las prácticas sociales. El objetivo es ofrecer una reflexión sobre la forma en que la masculinidad construye y da sentido al mundo, instalándose como un principio organizativo. Se concibe a la masculinidad tal y como la propone Connell (2003), ya que sus reflexiones permiten expandir y explicar la masculinidad, por sí misma, puede organizar prácticas sociales: la paternidad, la sexualidad, el cortejo, la homosocialización, incluso, la Nación. Y junto a ello, la reflexión sobre la manera en que los hombres producen y consumen la belleza femenina.

Descriptores: Belleza / Masculinidad / Prácticas sociales / Patriarcado

ABSTRACT

RAÚL BALBUENA BELLO

Masculinity, patriarchy and beauty: social practices and principles of social organization. Approaches from Sociology

The present article offers the reader a brief reflection on how masculinity, patriarchy and feminine beauty can be analyzed from sociology through theoretical-conceptual discussions of social practices. The aim is to offer a reflection on the way in which masculinity builds and gives meaning to the world, establishing itself as an organizing principle. Masculinity is conceived as proposed by Connell (2003), since his reflections allow us to expand and explain that masculinity, by itself, can organize social practices: paternity, sexuality, courting, homosocialization, even Nation. And along with it, reflection on the way men produce and consume female beauty.

Keywords: Beauty / Masculinity / Social Practices / Patriarchate

RÉSUMÉ

RAÚL BALBUENA BELLO

Masculinité, le patriarcat et la beauté des pratiques sociales et les principes d'organisation sociale. Les approches de la sociologie

Cet article donne au lecteur une réflexion sur la façon dont la masculinité succincte, le patriarcat et la beauté féminine peuvent être analysées de la sociologie à travers des discussions théoriques et conceptuelles concernant les pratiques sociales. L'objectif est d'offrir une réflexion sur la façon dont la masculinité construit et donne un sens au monde, le règlement en tant que principe d'organisation. la masculinité telle qu'elle est conçue et proposée par Connell (2003), que leurs réflexions permettent d'élargir et de la masculinité expliquer elle-même peut organiser des pratiques sociales: le rôle parental, la sexualité, la parade nuptiale, homosocialization même la nation. Et avec cela, en pensant à la façon dont les hommes produisent et consomment la beauté féminine.

Mots-clés: Beauté / Masculinité / pratiques sociales / Patriarchie

RESUMO

RAÚL BALBUENA BELLO

Masculinidade, patriarcado e beleza práticas e princípios de organização social sociais. Abordagens da sociologia

Este artigo dá ao leitor uma reflexão sucinta sobre como a masculinidade, patriarcado e beleza feminina pode ser analisado a partir de sociologia através de discussões teórico-conceituais relativas às práticas sociais. O objetivo é oferecer uma reflexão sobre como a masculinidade construído e dá sentido ao mundo, estabelecendo-se como um princípio organizador. masculinidade tal como é concebido e como proposto por Connell (2003), como suas reflexões permitem expandir e da própria masculinidade explicar pode organizar práticas sociais: parentalidade, sexualidade, namoro, homosocialization mesmo o nação. E com isso, pensando em como os homens produzem e consomem beleza feminina.

Palavras chaves: Beleza / Masculinidade / socialmente práticas / patriarcado

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene por objetivo ofrecer una reflexión sobre la forma en que la masculinidad “construye” y da sentido al mundo, instalándose como un principio organizativo. Pienso en la masculinidad tal y como lo propone Connell (2003) puesto que sus reflexiones permiten expandir y explicar (más allá de la forma en que los hombres, no sólo concentran estatus y autoridad, sino) que la masculinidad, por sí misma, puede organizar prácticas sociales: la paternidad, la sexualidad, el cortejo, la homosocialización, incluso, la Nación. Me concentro, sin embargo, en pensar en la forma en que los hombres producen y consumen la belleza femenina.



Pero así como entiendo que no existe una sola masculinidad, y que no todos los hombres son dominantes o violentos, también, matizo la idea de que todas las mujeres intentan alcanzar los estereotipos de feminidad disponibles. Sin embargo, puedo afirmar que para muchas de ellas es importante “producirse”: es decir, sentarse al espejo diariamente para “mejorar” su apariencia física y entrar en un proceso de “embellecimiento” y *glamurosidad*. Es imperante, entender, que la belleza misma es un dispositivo, que se encuentra disponible, que es una disposición del sistema social.

Echo mano, por otra parte, de la categoría de patriarcado para abordar una discusión sobre la “apropiación masculina del mundo y así abordar los principios organizativos que establece dicha apropiación. Así, asumo que las relaciones sociales derivadas de la masculinidad ameritan una teorización, particularmente sobre la forma en que ésta, articula las distintas opresiones y marginaciones. Estamos ante un escenario en el que los cuerpos femeninos aceptables, o “los cuerpos que importan” (para usar el título de la obra de Judith Butler), por mucho, son los que cumplen con las expectativas de la audiencia masculina, y que de muchas formas son reproducidos por las mujeres, pues como dice Bordo, los cuerpos de las estrellas de cine y modelos funcionan como las normas de la percepción masculina y femenina, alterando nuestras nociones no sólo de lo que es bello, también de lo que es normal en un cuerpo femenino (1999: 282-283).

PRÁCTICAS SOCIALES

Una de las preocupaciones fundamentales dentro de la sociología, particularmente la francesa finisecular del siglo XIX, ha sido, además de la delimitación teórica y epistémica, la disciplinar. Tal delimitación debió incubar ideas que luego han sido retomadas y desarrolladas por distintas corrientes sociológicas, por ejemplo, la formulación del “hecho social”, y la recomendación de tratarle como “cosa”, ambas, recomendaciones de Durkheim (1998).

Cuando Durkheim establece una diferencia entre hechos sociales y psíquicos, también tiene la intención de diferenciar entre las manifestaciones colectivas de las individuales, entreverando, por supuesto, el dilema sociedad – individuo. Luego de una profunda argumentación al respecto, Durkheim afirma que los hechos sociales deben reconocerse e investigarse por sus particularidades: “Afirmamos que son maneras de hacer o de pensar, reconocibles por la particularidad de que son susceptibles de ejercer una influencia coercitiva sobre las conciencias particulares” (1998: 18). Aunque puede leerse en Durkheim una especie de atomización o anulación de los individuos, sus postulados sobre “lo colectivo” son altamente útiles pues de ellos se deriva lo siguiente.

Por un lado, exterioridad, y por otro, imposición. Es decir, todo lo que obra fuera de la mente, es producto social y, por tanto, impuesto: coacción. Así, “las creencias y las prácticas sociales obran sobre nosotros desde el exterior” (1998: 20). Estas prácticas, según afirma Durkheim, sólo pueden penetrar en los individuos a fuerza de la imposición, pero para que tal imposición se lleve a cabo, debe ser regulada, normada, generalizada; a merced de la fuerza social. La normalidad, al referirse “a los hechos que presentan las formas más generales” (1998: 61), contiene criterios de integración (inclusión); lo patológico, al no concentrar generalidad, de exclusión. Habría que reconocer, sin embargo, que los parámetros de normalidad y de patológico, no pueden aplicarse indistintamente a cualquier tipo social; lo normal y lo patológico deben explicarse en los “límites”¹ de un tipo social (1998: 61). ¿Qué es lo exterior al individuo, que por intermedio de lo colectivo, hace

¹ El entrecorillado es mío.

fuerza en él para imponérselo? Aunque parece algo irresuelto en *Las reglas del método sociológico*, Durkheim ya fija las coordenadas para que trabajos posteriores se ocupen de aquello que, podemos decir, forman lo exterior al individuo: las prácticas sociales.

Georg Simmel desarrolla una serie de reflexiones sobre las formas de socialización, y de entre muchas interrogantes, las siguientes tienen especial significado para el presente documento porque empatan, con la que he planteado tres líneas arriba: “cuando tal sujeto aparece ¿cuáles son los supuestos que implica su conciencia de ser un ser social?... ¿Cuál es el *a priori*² que posibilita y forma la estructura empírica del individuo como ser social? ¿Cómo son posibles... la sociedad en general, como forma objetiva de almas subjetivas?” (2014: 119). Los individuos, según plantea Simmel, son al mismo tiempo “producto” y “miembros” de la sociedad, representan, por tanto, “coexistencia”, y “sucesión social” (Simmel, 2014: 129); de ahí también, nuestro involucramiento en la producción de las sociedades. Este punto de vista, se nos plantea como una suerte de recursión dado que el individuo aparecen como el *a priori* y el *posteriori* en la formación de “la estructura empírica del individuo”, en “su ser social”. Nuestra socialización, siguiendo la explicación de Simmel, nos coloca (como individuos), comprendidos dentro de la vida social en el mismo momento que nos encontramos “frente a ella” (2014: 130). En contraste con la determinación exterior que plantea Durkheim, para Simmel, el individuo tiene una “posición unitaria” caracterizada por esta “relación de interioridad y de exterioridad entre el individuo y la sociedad” (2014: 130), cuya categoría sintética es la de “ser social” (2014: 131).

Si, por un lado Durkheim afirma que los hechos sociales son “exteriores” al individuo y (según podemos interpretar), la sociedad es externa a él; y por otro lado, Simmel nos presenta una recursión planteada en la relación individuo – sociedad, entonces ¿qué alimenta al ser social? ¿La formación social, la conformación de las sociedades, puede reducirse a los sentidos brindados por la relación exterioridad/interioridad o bien, a la relación sociedad/individuo? ¿Si este mundo, tal como ha señalado parte

² Las cursivas son del autor.

del pensamiento feminista, es masculino y patriarcal, es por el hecho mismo de que estamos, al mismo tiempo, comprendidos y frente a la vida social? ¿Cómo, bajo qué parámetros producimos exterioridad? ¿De qué forma legamos “herencia social”? Mi punto de vista puede empatar con la propuesta de *habitus*, de Bourdieu. En una versión más sintética y precisa, Pierre Bourdieu define al *habitus* como:

“sistema de disposiciones adquiridas por aprendizaje implícito o explícito que funciona como un sistema de esquemas / schèmes / generativos, es generador de estrategias que pueden ser objetivamente conformes con los intereses objetivos de sus autores sin haber sido expresamente concebidas con este fin.”

(Bourdieu, 2011: 118-119).

Me parece que existe similitud entre la dicotomía exterior / interior planteada por Simmel, pero también una clara diferencia, sobre todo en dos elementos de esta definición (de *habitus*): el aprendizaje, y la idea de esquemas generativos de estrategias. Si bien, Bourdieu ha demostrado a través de toda su obra que las *clases* que nos *enclasan* son asumidas y reproducidas por los individuos, también permite suponer que los “esquemas”, que funcionan como “principios generadores de estrategias” están estrechamente relacionadas con “formas consuetudinarias”, cotidianas, de “hacer sociedad”. Es decir, “lo dispuesto”, sólo puede ser aprendido y reproducido en “la práctica”, a través de las prácticas sociales. Y aprovechando el pie: me interesa rescatar la referencia a las prácticas sociales tal como las definen Castro y Chapman (et al.) (1996). De acuerdo con los autores:

“las sociedades son aglomerados de interés conformados por hombres y mujeres (agentes sociales) y las condiciones materiales en las que viven (mundo de los objetos)”. Hombres, mujeres, y condiciones materiales integran las *condiciones objetivas de la vida social*. Los acontecimientos que ponen en relación estas tres categorías objetivas constituyen las *prácticas sociales*”, las cuales plasman en un sentido concreto toda la combinatoria potencialmente ilimitada entre las tres condiciones objetivas de la vida social. Las prácticas sociales, al gestar, formar o mantener mujeres, hombres y condiciones materiales, proponen también su articulación y establecen de este modo las reglas del juego social, un juego siempre mediatizado por las propias condiciones objetivas, ya que sin ellas nunca sería posible.

(Castro y Chapman et al, 1996: 35).

En otros términos, la sociedad se objetiva a partir de la relación de tres condiciones o categorías objetivas: agentes sociales, mundo de los objetos, y la confluencia de estas dos: las condiciones objetivas de la vida social. Sin embargo, cabe recuperar la propuesta de los campos del mismo Bourdieu, según la cual, el campo se define al poner objetos en juego, e intereses irreductibles al objeto en juego (2011: 113). ¿Cómo interpretar entonces las prácticas sociales luego de lo que propone Bourdieu?. Si las sociedades humanas se caracterizan a sí mismas a través de sus prácticas sociales, es decir, a través de sus “acontecimientos”, y dado que los acontecimientos “constituyen la realidad social, (Castro y Chapman et al., 1996: 35), es posible entender que las prácticas sociales también se articulan alrededor del “objeto puesto en juego”; se infiere además, que existen “personas dispuestas a jugar el juego, dotadas con los habitus que implican el conocimiento y el reconocimiento de las leyes inmanentes del juego, de los objetos en juego” (Bourdieu, 2011: 113).

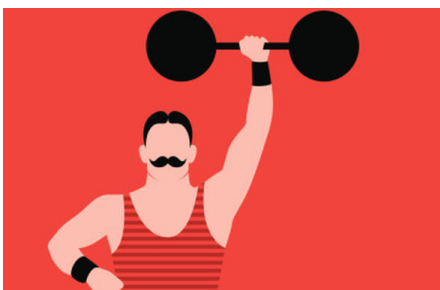
Así, podemos pensar entonces, que las prácticas sociales pueden pertenecer a tres campos, o bien, a tres ámbitos o esferas: parental (encargada de garantizar la creación, el mantenimiento y la formación de hombres y mujeres), económico (encargado de garantizar la producción de las condiciones materiales para la vida social), y político (crea las categorías sociales que trascienden la condición sexual) (Castro y Chapman et al., 1996: 35). Finalmente, entiendo que las prácticas sociales son formas recurrentes o pautas de comportamiento; incluso, conductas “habituales” (con significado cultural) que indican la existencia de “tradiciones”. Por esto mismo, las prácticas sociales estructuran la sociedad a través de normas (disposiciones) y definen posibilidades de acción, pues contienen, además, cúmulos de experiencia. A partir de esto ¿Podemos al final, arriesgarnos a afirmar que la nuestras prácticas sociales se articulan alrededor del patriarcado y la masculinidad?

En mi consideración, podemos entender que el patriarcado es un principio de organización social basado en una jerarquía masculina, cuyas prácticas sociales (“acontecimientos”), para hombres y mujeres, no se presentan de la misma forma, aunque tampoco se presenta de la misma forma entre hombres, y entre mujeres. Como “modo” recurrente, como “forma” de hacer algo aceptado, avalado y compartido, las prácticas sociales que provienen de un

lógica masculina, patriarcal, han delineando un mundo con lugares y actividades específicas para unos y para otros. Antes de entrar de lleno a esta reflexión, me ocuparé de una breve discusión sobre masculinidad.

MASCULINIDAD

Gilmore (1994: 215-217), en su obra *Hacerse Hombre. Concepciones culturales de la masculinidad*, se pregunta por la existencia de estructuras profundas de masculinidad, por la existencia de un arquetipo global o una masculinidad universal. Aunque al final de su obra concluye que no se podrían dar respuestas deterministas y absolutas a dichos cuestionamientos, existe otra pregunta fundamental y actual ¿Por qué en tantos lugares se les pide a los varones que actúen como hombres, que sean hombres? (1994:21).



Gilmore afirma que a pesar de que no existe una masculinidad universal sino muchas divergencias, se pueden encontrar paralelismos de elementos que se generalizan en las culturas, ya que en todas, el hombre debe preñar a la mujer, proteger a los que dependen de él y mantener a los familiares, esto es, según Gilmore, *el varón preñador-protector-proveedor* (1994: 217). De acuerdo con el autor, esto permite el dominio masculino sobre la mujer, y que use la fuerza física para someterla, cuestión que no podría funcionar del todo sin un *sistema moral especial* que asegure la aceptación voluntaria de la sometida. Estas formas elaboradas y sutiles de sometimiento tienen que ver con lo que Pierre Bourdieu denominó, la *violencia simbólica*. Es decir, la violencia imperceptible y consensuada por parte del violentado, y que se ha construido sobre ciertas expectativas sociales mediante creencias inculcadas (Bourdieu, 1999, p. 173).

Por su parte, Connell (2003), realizó un trabajo de enorme importancia, y que gira en torno a la pregunta ¿Por qué “*masculinidades*” y no *masculinidad*? El principal señalamiento de Connell es el reconocimiento de las masculinidades múltiples. Para este autor es importante reconocer que no existe una sola masculinidad, y que mantener un principio de heterogeneidad,

permitirá entender las relaciones entre los diversos tipos (de masculinidad) (2003: 116) que se enlazan con componentes de raza, clase social y género. Hombres gays; hombres orientales, afroamericanos, arios; hombres de clase media, de clase baja o alta; hombres rurales, hombres urbanos, hombres travestis, entre otras expresiones, pueden ejemplificar este punto. Así mismo, dice este autor, se debe reconocer que cada masculinidad tiene un carácter dinámico y matizado, no estático.

Sin embargo, Connell, reconoce la existencia de la *masculinidad hegemónica*, que define como, “la configuración de la práctica de género que incorpora la respuesta aceptada, en un momento específico, al problema de la legitimidad del patriarcado... que garantiza la subordinación de las mujeres” (2003: 117), es decir, se trata del concepto de masculinidad dominante (en una sociedad) y que tal como afirma Connell, legitima el patriarcado. A partir de ésta hegemonía masculina, se gestan relaciones de subordinación sobre las mujeres, pero también sobre otros hombres; además, se generan complicidades entre hombres, lo que incluso puede dejarnos pensar en distintos órdenes de subordinación. En este sentido puede pensarse que un hombre blanco heterosexual y de clase alta, ocupa una posición hegemónica, en contraposición de la marginación que puede adquirir un hombre gay de clase obrera.

En tal sentido, dice Connell, las masculinidades son prácticas personales, pero también colectivas (2003: 154), que se reproducen socialmente, y se heredan generacionalmente mediante compromisos, por ejemplo de padre a hijo (203: 174)³. Así, afirma que la masculinidad posee una estructura extensa, por lo que no es un suceso aislado, ni un objeto lógico del cual se pueda generalizar. La masculinidad se construye y se configura, dice el autor, en base a la diferenciación que hace respecto a lo femenino. Esta oposición a la feminidad es una constante en cada civilización o grupo humano, que a la vez inscribe a los sexos en tipos dicotómicos: sin feminidad no existe la masculinidad, y viceversa (2003: 104). De esta manera, los campos o ámbitos sociales se caracterizan porque contienen, como práctica social, los sentidos conscientes que los hombres atribuyen a su propia masculinidad,

³ De ahí, según mi opinión, la posibilidad de hablar de prácticas sociales masculinas, organizadas a través o partir de un sistema de dominación jerárquico, el patriarcado.

es decir lo que dicen los hombres respecto a ser hombres (aunque también se incorporan los sentidos que otorgan las mujeres al concebir la masculinidad) (Connell, 2003: 71)⁴.

En un sentido más crítico, se han desarrollado trabajos relativos a la producción de conocimiento, en los que se afirma que en las ciencias (sociales y naturales), el varón ha ocupado un lugar hegemónico, produciéndose un sesgo masculino, lo que a su vez ocasiona que los espacios laborales asociados a la producción del conocimiento se encuentren dominados por hombres. Incluso, como ha dicho Gutmann: hasta hace poco tiempo, son contados quienes dentro del estudio del hombre “realmente examinan a los hombres como hombres” (1998: 48). Es decir, no es común que se lleve a cabo un proceso reflexivo: mientras que existe una mínima reflexión e inquietud masculina para hablar de sí mismos (Gutmann, 1998: 48), las mujeres han generado gran cantidad de conocimiento y reflexión respecto a ellas mismas, incluida la discusión sobre la “condición” de las mujeres, y el concepto mismo de “mujer”, propio de la década de los años noventa del siglo pasado. Estas reflexiones han sido llevadas a un nivel mucho más trascendente, como las Convenciones de México, 1976; Copenhague, 1980; Nairobi, 1985; y Beijing, 1995, que han marcado puntos importantes en la lucha de las mujeres contra toda discriminación y contra toda forma de violencia. Algunas autoras, han reflexionado sobre los logros de la lucha del feminismo, particularmente en lo gubernamental y en la derivación de políticas públicas que han tenido como objetivo, la igualdad y la lucha contra la violencia hacia las mujeres. Sin embargo, las fracturas en el movimiento y las organizaciones de mujeres, propiciaron desencuentros que terminaron por disociar las estrategias y las acciones (Maier, 2006: 45).

Por otra parte, el patriarcado, concepto fundacional de las críticas y reflexiones sobre la condición de sumisión de la mujer, y una de las herramientas conceptuales más poderosas derivadas del pensamiento feminista y desarrollado para señalar la prevalencia de una dominación masculina (tal como Bourdieu titulara una de sus obras), fue ampliamente criticado

⁴ Además, en tales ámbitos (lo que Gilmore llamaría entornos sociales), se demuestra que las ideologías de la virilidad son adaptaciones de dichos espacios, y no solamente proyecciones mentales autónomas (Gilmore, 1994: 219).

por quienes impulsaron la reflexión desde la concepción del género, lo que provocó que las políticas públicas generaran un sesgo importante (Maier, 2006: 46). Así, “su presente desuso faculta la multiplicidad de referencias imprecisas e incompletas que frecuentemente orientan la perspectiva de género en las políticas públicas locales y nacionales” (Maier, 2006: 46).

Recuperar el patriarcado, según afirma Maier, precisará “los sentidos del género” incorporando “la esencia de poder” derivado de un orden social androcéntrico; igual que mostrará la “mecánica jerárquica relacional entre los géneros” (2006: 46). En otras palabras, ayudará a comprender las formas cotidianas en que se enuncian las disparidades (entre hombres y mujeres) provenientes de un esquema social y cultural fundado en la figura masculina y androcéntrica, cuya pretendida supremacía ha delineado, no sólo formas específicas de ser hombre o mujer, también formas particulares de establecer prácticas sociales (sobre esto último volveré más adelante). ¿De qué manera puede esto explicarse desde una “perspectiva sociológica”?

Cuando Bourdieu aborda “lo que significa hablar”, dice: “Si mi discurso es decepcionante, incluso a veces deprimente, no es porque me divierta desanimar, todo lo contrario. Es porque el conocimiento de las realidades conduce al realismo” (2011: 95). Me aparto (apenado y) parcialmente, de la intención de Bourdieu, tan sólo para subrayar la idea de que el conocimiento de “las realidades” que el patriarcado y la masculinidad comparten, necesariamente ayuda a entender aquello otro que el propio Bourdieu indica cuando afirma que “nunca aprendemos el lenguaje sin aprender, al mismo tiempo, las condiciones de aceptabilidad de este lenguaje” (2011: 98). En un cínico ejercicio de extrapolación puedo decir que aprendemos de la masculinidad (a ser hombres) y del patriarcado (a ser patriarcales), al mismo tiempo que aprendemos que (ser hombres patriarcales) son “rasgos” aceptables en nuestras sociedades y que, además, requieren, exigen el establecimiento de prácticas específicas, es decir, de formas particulares de vincular sentidos, significados a nuestros actos. Atenderé, en lo siguiente a la reflexión sobre el patriarcado como un “gran” principio de la organización social y que, por tanto, posee la capacidad de generar y mantener prácticas sociales, y a su vez, organizándolas.

PATRIARCADO COMO PRINCIPIO ORGANIZATIVO Y GENERADOR DE PRÁCTICAS SOCIALES

El patriarcado, ha dicho hace tiempo Gerda Lerner, apareció antes que la propiedad privada y la división de clases. Se apropió de la capacidad sexual y reproductiva de las mujeres. Institucionalizó la subordinación de las mujeres a través de los primeros códigos jurídicos. Por otro lado, la división creada artificialmente entre “mujeres respetables” y “no respetables” garantizó la cooperación de las mujeres en un sistema social en que el Estado, desde sus inicios, mantuvo la familia patriarcal (1990: 25-27).



Por su parte, Manuel Castells dice que el patriarcado

“es una estructura básica de todas las sociedades contemporáneas” caracterizada por “la autoridad, impuesta desde las instituciones, de los hombres sobre las mujeres y sus hijos en la unidad familiar. Para que se ejerza esta autoridad, el patriarcado debe dominar toda la organización de la sociedad, de la producción y el consumo, de la política, el derecho y la cultura. Las relaciones interpersonales y, por tanto, la personalidad, están también marcadas por la dominación y la violencia que se originan en la cultura y las instituciones del patriarcado”

(2001: 159)

En otras palabras, se trata de un principio de organización social basado en una jerarquía masculina que establece prácticas sociales diferenciadas. En un texto muy lúcido, Linda Nochlin (2007) retoma una pregunta que ilustra esta división: ¿por qué no han existido grandes artistas mujeres? Más allá de ofrecer una respuesta conveniente (para no caer en la trampa del feminismo, según afirma la autora), ofrece una reflexión como la que sigue:

“El hecho es que, hasta donde sabemos, no han existido extraordinarias mujeres artistas, aunque ha habido muchas muy buenas e interesantes que no han sido apreciadas ni investigadas suficientemente. Tampoco se ha dado ningún gran pianista de jazz lituano ni un gran tenista esquimal, por más que hubiéramos deseado” (2007: 21).

Con esta afirmación, escapa a los argumentos de “las prepotentes distorsiones masculinas de la historia” que tratan de equiparar el trabajo de los artistas más reconocidos al de algunas mujeres. Nochlin afirma:

“no existen los equivalentes femeninos de Miguel Ángel o Rembrandt, de Delacroix o Cézanne, de Picasso o Matisse... como tampoco hay equivalentes afroamericanos... el estado de cosas, presente y pasado, en las artes y en cientos de otros campos, es ridículo, opresivo y desalentador para todos, incluyendo a mujeres, a los que no tuvieron la buena fortuna de haber nacido blancos, de preferencia en la clase media y, sobre todo, varones”.

(2007: 21).

La falta está, dice la autora, en nuestras instituciones y en nuestra educación, es decir, en “todo lo que nos sucede desde el momento que entramos a este mundo de símbolos, claves y señales significativos” (2007: 21) y en el cual subyace un orden social, entendido éste, como el mantenimiento de cierta jerarquía, de normas e instituciones. La lectura que nos ofrece Nochlin, coincide con el trabajo de Dana D. Nelson (1998), quien en el pre-facio de su obra afirma que la “masculinidad nacional” en Estados Unidos de Norteamérica, ha sido vinculada a la identidad cívica, diferenciándose del sufragio afroamericano, primero; y del femenino, después. Afirma, también, que los hombres blancos con poder han conformado “bloques de masculinidad” que han generado desigualdades económicas y ha condicionado el mercado profesional. A partir de estos trabajos, queda más o menos claro que existen vínculos entre la masculinidad y la construcción del mundo social, y que las prácticas sociales actúan con reciprocidad. En tal sentido, la estética, así como el arte, puede ser entendida como un producto de y para la ventaja de los hombres, y que determina nuestras relaciones sociales en distintas intensidades.

ESTÉTICA MASCULINA, PRINCIPIO DE ORGANIZACIÓN SOCIAL

Aquí me referiré a la estética con una definición simple, aquella que se refiere a la precepción de la belleza. De acuerdo con Fernando Molina, la “belleza” ha tenido distintos abordajes. Algunos sitúan “lo puramente bello en una entidad metafísica, frente a otros que lo consideran meramente

fenoménico o sensible". Entre estas reflexiones, se encontraba otra que, según Molina perduró hasta el siglo XVIII, la que confrontaba la belleza natural con la artificial, y en la que se consideraba que la belleza artificial era una imitación de la natural. Pero ¿cómo debería ser esta imitación? ¿Cuál de las dos es superior? Más aún ¿percibimos la belleza de los objetos o nuestra percepción nos engaña? ¿La belleza es objetiva (algo gusta porque es bello)? ¿O es subjetiva (es bello porque gusta)? (Molina, 2000: 236).

Para traspasar estas cuestiones, podemos decir que, después de todo, la belleza continúa siendo un ideal, que según Arteaga, es "una creación humana, fruto de su capacidad de abstracción" (en Molina, 2000: 238). Aunque se ha reflexionado con más amplitud sobre la belleza en el arte, creo que estas cuestiones son pertinentes para acercarme a la belleza que ha sido concebida desde una óptica masculina y que, tal como ha dicho Elsa Muñiz, "en nuestras sociedades la belleza y la norma van de la mano cuando se trata del cuerpo de la mujer" (2011: 11). Se trata, claro, de una norma masculina, pues parafraseando la reflexión de MacKinnon (1989) cuando afirma que "los intereses de la sexualidad masculina crean lo que significa sexualidad como tal" (1998: 229), podríamos afirmar que los intereses de la estética masculina crean lo que significa belleza como tal, pero también crean y asocian los sentidos de glamur a lo femenino. En su lugar, lo masculino ha creado una virilidad que al pasar el tiempo (los años), es interpretado de forma radicalmente opuesta a las circunstancias de las mujeres, pues como dice Le Breton en la presentación que hace al texto de Elsa Muñiz:



"Las huellas de la edad en las mujeres son signos de una falta de autocontrol inmediatamente criticable, ya que irrumpen en el escenario social con una apariencia marcada principalmente por su rostro. Los mismos cambios en los hombres, por el contrario, avivan su virilidad. Incluso se habla actualmente de los "bellos viejos", de "verdor", a pesar de su edad, y en vano se buscaría calificativo del mismo orden aplicado a las mujeres. Si la mujer tiene un cuerpo

que la define, para bien o para mal, el hombre es más bien su cuerpo y no le implica problema alguno. Juzgado por sus obras, el hombre queda eximido de esta preocupación, su envejecimiento no afecta su atracción” (en Muñiz, 2011: 12).

En todo caso, a los hombres se les reconoce, rememora y admira, por su valor, mientras que a las mujeres, entre muchas cosas “propias” de la feminidad, por su glamur, que para decirlo en términos poco académicos, el Diccionario de la lengua española, define como “encanto sensual que fascina”. Para muchas mujeres, ser joven (o por lo menos aparentarlo), ser bella y seductora, se relaciona con este “encanto sensual que fascina”, y en tales casos, culmina en una necesidad por alcanzar dicho encanto. Visto desde un punto de vista sociológico, el glamur aparece como marca social que se reproduce cotidianamente a través de nuestras relaciones más insignificantes y que generan grandes preocupaciones en muchas mujeres puesto que ahí se ha depositado gran parte del éxito social. Para decirlo en otras palabras, la estética masculina que ha definido estándares de belleza, resulta ser el acontecimiento que pone en relación a hombres y mujeres con sus condiciones materiales. Y quizá no debería parecernos extraño tomando en cuenta que existe todo un dispositivo que liga los ideales con el consumo (incluidos medios de comunicación impresos, escritos y cibernéticos).

En un trabajo sobresaliente titulado “Fabricándose a sí mismas: la construcción de feminidades productivas en mujeres trabajadoras de Mexicali”, Kenya Herrera analiza a mujeres que trabajan para empresas que venden productos de belleza. Estas mujeres, según indica Herrera, “se crean y recrean en pos de definirse frente a las necesidades de subsistencia cotidiana”, pero esa construcción aparece sancionada o determinada por un “discurso global de la feminidad” representada por los supervisores de estas empresas quienes logran controlar los cuerpos femeninos en el espacio laboral”. Aunque esta idea es retomada de Salzinger (2003), es altamente útil a Keyna para explicar los procesos por los cuales, las mujeres que trabajan para Mary Kay, también se encuentran (de alguna forma) controladas por este mismo discurso.

En espacios de empresas multinivel como Mary Kay, dice Herrera, se ofrece un “discurso específico sobre el tipo de feminidad que se requiere

para producir ganancias a la empresa. Se les enseña a cambiar su apariencia para alcanzar un ideal femenino a través de la ropa, peinados y maquillaje determinados". Existe, por tanto, una alegoría, una ficción del cuerpo femenino que no hace más que acentuar la aceptación de los imperativos masculinos sobre la forma en que las mujeres deben lucir. Y tal como dice Herrera, estos espacios que les permiten cumplir con el mandato femenino tradicional, también les permite "vivir la idea de ser una mujer autosuficiente y exitosa". En casos como estos, es más visible la forma en que la estética masculina opera puesto que aunque empresas como Mary Kay poseen departamentos de ventas compuestos por mujeres, y que además, ofrece productos de belleza para mujeres, la belleza a la que apelan tanto las empresas como las mujeres, es la determinada por la estética masculina.

Incluso, la reflexión de la autora puede servir de reflexión sobre este tema. A partir de su participación como observadora, Herrera dice: "fui testigo de cómo Mary (una de las consultoras de Mary Kay), escenificaba la feminidad a tropezones. A veces usaba demasiado rubor, o las sombras en sus ojos no lucían parejas, en ocasiones tenía cortes de pelo que no le favorecerían". La autora afirma que estas preocupaciones por la construcción de una "feminidad ideal, que exige una apariencia y conducta respetables, es un signo cultural de clase media. La mujer trabajadora no tiene el capital cultural para posicionarse automáticamente dentro de esta feminidad ideal, es una representación cultural que deben esforzarse para alcanzar". Y aquí aprovecho para preguntar: ¿Por qué, según la autora, Mary no se maquillaba adecuadamente? ¿Qué peinados favorecen a las mujeres y cuáles no? ¿Frente a qué deben favorecerles? ¿Más importante aún, por qué la autora se "da cuenta" de ello? Lo que me parece evidente es que la feminidad ideal a la que alude la autora, es justamente, un ideal de belleza que bien puede afirmarse, es consumida (material y simbólicamente) por los hombres, pero que además, ofrece sentido a nuestras prácticas (más allá de las lógicas empresariales en que se hallen). De ahí que, para los hombres, espacios como los de Mary Kay, poseen una alta prohibición dado su carácter "femenino". Acercarse a ellos y a las ideas de glamur que les acompañan, puede mermarles credibilidad como hombres. Por ello es que los hombres deben alejarse del glamur femenino y exacerbar su valor o, en todo caso, sus atributos físicos: musculatura y genitales.

A este respecto, Emilio García ofrece algunas luces cuando afirma que “los estereotipos que la publicidad sostiene y refuerza se sustentan en una serie de convencionalismos iconográficos que se han introducido en la sociedad a lo largo de la historia”. Aunque tales convencionalismos han estado en constante transformación o actualización, debemos entender que, tal como afirma Susan Bordo (1999: 197- 198), actualmente una mujer hermosa puede ser representada fumando un cigarro y ponerse en contacto con su lado masculino, pero su expresión continúa siendo seductora “mirando a través de párpados de largas pestañas a los ojos de un espectador imaginado, como preguntando ¿te gusta lo que ves?” Por su parte, los hombres nunca deben aparecer haciendo esta pregunta, en su lugar, pueden mostrar “su belleza” sólo si se trata de un efecto secundario. Por ejemplo, en las películas de los años cincuenta y sesenta, dice Bordo, se exhibieron los pechos desnudos de guerreros, prisioneros, esclavos y boxeadores. Esta muestra “de piel masculina”, dice la autora, apareció en los espacios cinematográficos “sin molestar” a las normas de género. En todo caso, considero, las subrayó. Tal, como puede apreciarse, existe una liga entre esta exhibición corporal con la valentía, el arrojo y la bravura.

Para finalizar puedo decir, junto con esta autora, que existe cierta dificultad para transmitir a los hombres (sin caer en el hiperdramatismo o que parezca que se carece de sentido), lo que significa ser mujer en esta cultura, en que las imágenes de cuerpos femeninos sin defectos están en todas partes. Y esto es justamente, parte de mi “focus”, poner atención en la forma en que las ideas de belleza o de feminidad idealizada sustentada en estereotipos corporales y delineadas por una mirada masculina aparecen como prácticas tan cotidianas que es difícil no sólo enunciarlas sino reflexionarlas. Creemos que nuestros arreglos corporales, nuestros esfuerzos por ser “bellos” o atractivos son parte de la vida cotidiana y como tal, lo asumimos con “naturalidad”.

Nuestro sistema de sanciones y recompensas (tal como diría el funcional-estructuralismo), se pone en marcha a cada momento en que pensamos en la forma en que nos presentaremos ante los demás. Nuestras demarcaciones de lo glamuroso (femenino), y nuestro interés por subrayar atributos como la valentía o el arrojo, incrementan las diferencias entre

hombres y mujeres, amén de la que se refiere a las sexualidades no heterosexuales. Estamos ante un escenario en el que los cuerpos femeninos aceptables, o “los cuerpos que importan” (para usar el título de la obra de Judith Butler), son los que cumplen con las expectativas de la audiencia masculina, pero que de alguna forma son avalados por las mujeres. Pues como dice Bordo, los cuerpos de las estrellas de cine y modelos funcionan como las normas de la percepción masculina y femenina, alterando nuestras nociones no sólo de lo que es bello, también de lo que es normal en un cuerpo femenino (1999: 282-283). Así, cabría preguntarnos ¿para quienes arreglamos y ataviamos nuestro cuerpo? ¿Qué tipo de belleza queremos alcanzar?

CONCLUSIÓN

Guttman ya ha dicho que los hombres definen su propia masculinidad como todo aquello que no es femenino. La ternura y la delicadeza (supuestos atributos inherentes de toda mujer) son inadecuadas para el hombre, por lo tanto se adquiere el patrón masculino propuesto por el padre y la cultura de la hombría, lo que incluye las valoraciones sobre la belleza femenina y sobre el valor que debe tener todo hombre. Si se toma en cuenta que esta “esencia” femenina ha sido asociada con la delicadeza y la seducción, no es extraño entonces que los hombres dominantes tomen estas definiciones (como instrumentos disponibles) y las utilicen para generar imputaciones lastimosas generando sufrimiento. La ansiedad que despierta en ciertos hombres el hecho de no alcanzar los ideales socialmente establecidos y, consecuentemente, tampoco los “objetos” deseados (hablando en términos sociológicos), generalmente va seguida de un “fracaso social” sólo perceptible en micro mundos amistosos en los que circulan (con cierta facilidad) frases alusivas e este fracaso: “estás muy feo wey”, “estás gordo” o, “estás bien pendejo”.

Como ideales, tener cuerpos hermosos, caras bellas, ojos expresivos o una boca que se desea, someten constantemente a las mujeres y las impulsa para convertirse en una “clase de mujer” digna de atención y de amor (Bordo, 1999: 285). Sin embargo, no sólo las mujeres se encuentran sometidas a esta dinámica, los hombres también son sometidos a los modelos irrealizables de este “tipo de mujer” que tienen que “obtener” (Bordo, 1999: 285),

siempre que su arrojo le permita lanzarse en la incursión. Me sitúo, entonces, en la línea reflexiva de Guillermo Núñez cuando se preguntan por la posibilidad de “conocer a los varones como sujetos genéricos desde un marco epistemológico que ha sido denunciado por el feminismo como incapaz de dar cuenta de la situación de las mujeres” (2004: 41), puesto que el conocimiento generado hasta ahora, ha sido construido desde la óptica masculina. Pensar en la forma en que los hombres producen y consumen la belleza femenina, ayuda a entender otras problemáticas asociadas, como la seducción femenina.

Entiendo, por otra parte, que no existe una sola masculinidad, como tampoco creo en el hecho de que todos los hombres son dominantes, violentos o tengan “valor”. Prefiero, en todo caso, mantener el argumento de que existe una ideología masculina a la que apelamos todas / todos bajo ciertas condiciones. También matizo la idea de que todas las mujeres intenten alcanzar los estereotipos de belleza existentes, sin embargo, puedo afirmar que para muchas de ellas es importante “producirse”: sentarse al espejo diariamente para mejorar su apariencia física. Pero aunque evidentemente no se trata sólo de una “condición” específica de ser mujer, creo, contrariamente, que prácticamente todas las mujeres entran en este proceso de “embellecimiento”, de *glamurosidad*. Las relaciones sociales derivadas del acontecimiento “de la belleza” ameritan una teorización en la que ésta, sea el concepto o categoría explicativa que articula las distintas opresiones y marginaciones sociales. Considero entonces, que mucha de esa posibilidad se encuentra en el hecho de que la estética masculina, es decir, la apreciación de la belleza desde la óptica masculina, debe ser entendida como un “artilugio” de instrumentos disponibles para aquellos que estructuran el mundo social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORDO, Susan

(1999) *The male body. A new look at men in public and in private*. Farra, Straus and Giroux. U. S. A.

BOURDIEU, Pierre

(1999) *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Anagrama. España.

(2007) *La dominación masculina*. Anagrama. España.

(2011) *Cuestiones de sociología*. Akal/Istmo/Básica de bolsillo. España.

CASTELLS, Manuel

(2001) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad*. Vol. II. Siglo XXI Editores. México

CASTRO V. Pedro, Chapman W. Robert, Gili Suriñach Sylvia, Lull Vicente, Micó Pérez Rafael, Rihuete Herrada Cristina, Risch Roberto y Sanahuja YLL María Encarna.

(1996) "Teoría de las prácticas sociales" en María Ángeles Querol y Teresa Chapa (eds.) *Homenaje al Profesor Manuel Fernández Miranda II*. Servicio de Publicaciones Universidad Complutense. España.

CONNELL, R.W.

(2003) *Masculinidades*. PUEG. UNAM. México

DURKHEIM, Émile

(1998) *Las reglas del método sociológico*. Ediciones Coyoacán. México.

GARCÍA Fernández, Emilio C. e García Reyes, Irene

(2004) "Los estereotipos de la mujer en la publicidad actual" en *Questiones Publicitarias*, vol. 1, núm. 9, pp. 43-64.

LERNER, Gerda

(1990) *La creación del patriarcado*. Editorial Crítica. España.

GILMORE, David D.

(1994) *Hacerse hombre. Concepciones culturales de la masculinidad*. Ediciones Paidós Ibérica. España, Barcelona.

GUTMANN, Matthew C.

(2000) *Ser hombre de verdad en la Ciudad de México. Ni macho ni mandilón*. El colegio de México. México.

HERRERA, Kenya

(2012) "Fabricándose a sí mismas: construcción de feminidades productivas en mujeres trabajadoras de Mexicali". En De la O, María Eugenia (eds.) *Relaciones de género y trabajo en las maquiladoras de México: nuevos actores en nuevos contextos*. CIESAS/CONACYT. México.

LEBON, Nathalie

(2006) *Introducción en Nathalie Lebon y Elizabeth Maier, De lo privado a lo público. 30 años de lucha ciudadana de las mujeres en América Latina*. Latin American Studies Association-UNIFEM-Siglo XXI. México.

MACKINNON, Catherine A.

(1998) *Hacia una teoría feminista del Estado*. Ediciones Cátedra. España.

MAIER

(2006) "Acomodando lo privado en lo público: experiencias y legados de décadas pasadas" en Nathalie Lebon y Elizabeth Maier, *De lo privado a lo público. 30 años de lucha ciudadana de las mujeres en América Latina*. Latin American Studies Association-UNIFEM-Siglo XXI. México.

MOLINA, Fernando

(2000) "Lo bello y lo sublime en la estética de Esteban de Arteaga" en *Cuadernos sobre Vico*, Universidad de Sevilla, núm. 11-12.

MUÑIZ, Elsa

(2011) *La cirugía cosmética: ¿Un desafío a la "naturaleza"? Belleza y perfección como norma*. UAM. México.

NELSON, D. Dana

(1998) *National manhood. Capitalist citizenship and the imagined fraternity of White men*. Duke University Press. U. S. A.

NOCHLIN, Linda

(2007) "¿Por qué no han existido grandes artistas mujeres? en Karen Cordero Reiman e Inda Sáenz (comps.) *Crítica feminista en la teoría e historia del arte*. Universidad Iberoamericana-UNAM-CNCA-FONCA. México.

NÚÑEZ, Guillermo

(2004) "Los hombres y el conocimiento. Reflexiones epistemológicas para el estudio de "los hombres" como sujetos genéricos" en *Desacatos*, núm. 15-16, otoño-invierno, pp. 13-32

SALZINGER, Lslie

(2003) *Genders in production. Making Workers in Mexico's Global Factories*. University of California Press. U. S. A.

SIMMEL, Georg

(2014) *Sociología: estudios sobre las formas de socialización*. Fondo de Cultura Económica. México.