

SOCIEDAD, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DESIGUALDAD DE GÉNERO: LA NECESIDAD DE UNA DECONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD MASCULINA.

Por Carlos Iván Sambade Baquerín¹

Universidad de Valladolid

1. Introducción.

La igualdad política y social entre varones y mujeres sigue constituyendo una asignatura pendiente del proceso de democratización de las sociedades occidentales. La sociología ha confirmado la realidad del “techo de cristal” como instancia limitadora del acceso de las mujeres a los espacios más elevados del poder, y en este sentido, nuestras sociedades continúan siendo aún sociedades patriarcales. En este marco social, los varones occidentales seguimos asumiendo y desarrollando de forma consciente o inconsciente y a través de nuestra conducta cotidiana, prácticas de coacción y discriminación de las mujeres concretas. Estas prácticas alcanzan su límite superior en la cruda y desgarradora realidad de la violencia de género. Pero además, esta situación tampoco parece generar un estado de bienestar y felicidad en los varones occidentales, sino más bien lo contrario, un campo potencial de crisis y angustia existencial. El incremento del suicidio de varones en las sociedades europeas durante los últimos treinta años, puede dar buena cuenta de la aseveración precedente. Por lo tanto, desde esta perspectiva, nos parece acuciante la necesidad de realizar una crítica deconstructiva de la identidad masculina, con el doble objetivo de favorecer el proceso de emancipación de las mujeres y de liberarnos a nosotros mismos, los varones, de las garras de la “normalización” patriarcal.

¹ Carlos Iván Sambade Baquerín. Licenciado en Filosofía por la Universidad de Valladolid. Miembro del GIR de la Cátedra de estudios de Género de la Universidad de Valladolid.

Este proceso debe partir del análisis del estado del sistema patriarcal en nuestras sociedades, así como su función de construcción social del varón. Y, en este punto, se pondrá de manifiesto la relevancia de los medios de comunicación como transmisores de elementos constitutivos de la identidad masculina.

En lo relativo al estado del sistema patriarcal en las sociedades occidentales, éste se puede denotar a través de la denominada “crisis del patriarcado”. Hemos comenzado este escrito afirmando que nuestras sociedades, todavía en la actualidad, son sociedades patriarcales. Ahora bien, el ritmo vertiginoso en que acontecieron los cambios socioeconómicos durante el siglo pasado —consecuencia del desarrollo globalizado de la sociedad de mercado y del proceso de democratización de la misma— ha comportado un estado de crisis al sistema de dominación masculina. Una de las características notables de esta crisis es la desestructuración ideológica del patriarcado.

Efectivamente, hoy en día, el discurso de la superioridad masculina es entendido por la opinión pública como un discurso políticamente incorrecto. Pero que este discurso haya sido desarticulado no quiere decir que haya desaparecido. Como veremos, el inconsciente cultural continúa plagado de representaciones ideológicas que disponen prácticas de discriminación de las mujeres en los varones concretos. En este sentido, en la sociedad de la información, los medios de comunicación se han convertido en un transmisor constante y fundamental de modelos, imágenes y estereotipos de género. Por lo tanto, la deconstrucción de la identidad masculina, cuyos objetivos apuntan a contribuir al proceso de la democratización de nuestras sociedades de un modo real y efectivo, no puede prescindir en caso alguno del análisis crítico de los modelos de masculinidad transmitidos en los *mass media* y de su función en el proceso de la construcción social de la subjetividad masculina.

2. La crisis del patriarcado.

En primer lugar, debemos de advertir que hacer referencia al estado de crisis en que se encuentra el patriarcado no implica que éste haya desaparecido. En toda sociedad existente, los puestos clave del poder (político, económico, religioso y militar) siguen estando en manos de los varones, por lo que, en consecuencia, podemos afirmar que toda sociedad conocida, del pasado y del presente, es patriarcal. Ahora bien, la evolución de la sociedad capitalista hacia la sociedad de consumo y la acción política del movimiento feminista produjeron durante la segunda mitad del siglo XX, un vertiginoso conjunto de cambios sociales en Occidente, en concreto, en el *estatus* de ciudadanía de las mujeres. Desde esta perspectiva, podemos hablar de crisis del patriarcado, una crisis que se caracteriza fundamentalmente por estos dos aspectos.

1. El detrimento de las instituciones patriarcales más básicas y primarias. La citada evolución de la sociedad capitalista hacia la sociedad de consumo (demanda de mano de obra y demanda de consumidores, la mitad de la población no es suficiente para satisfacer estas demandas) y el proceso de democratización de la misma (proceso al que contribuye notablemente el movimiento feminista) han deteriorado en cierta medida la estricta división sexual de funciones y simultáneamente, la propiedad exclusiva de la esfera social pública por parte del colectivo masculino.

2. De este modo, las formas más tradicionales y rudas del patriarcado se debilitan: Las prácticas de dominación han dado paso a formas más sutiles de discriminación y de represión y, consecuentemente, el discurso ideológico del patriarcado se ha desestructurado. En las sociedades occidentales del presente, el discurso ideológico patriarcal es mayoritariamente considerado políticamente incorrecto.

Efectivamente, la ideología patriarcal se ha desestructurado. El discurso sobre la superioridad masculina está mal visto y es manifiestamente rechazado por la opinión pública. Pero, aún deshilvanada, la ideología patriarcal se ha

perpetuado enmascarada bajo la adopción del discurso democrático. El discurso democrático ha sido asumido como propio por la mayoría de los varones occidentales. Ahora bien, este discurso está constituido por una serie de principios abstractos (libertad, igualdad, fraternidad) que no nos ofrecen una pauta normativa de conducta, sino que, más bien, precisan de una reflexión pragmática en cada uno de los distintos momentos conflictivos que puedan acontecer en la vida social.

Simultáneamente, tal y como acabamos de comentar, la ideología patriarcal es políticamente incorrecta, pero el discurso sobre la superioridad masculina no ha desaparecido, sino que desestructurado, ha adoptado una nueva forma en el discurso de la diferencia. No se afirma la superioridad de los hombres, pero sí su diferencia respecto de las mujeres. Consecuencia del androcentrismo propio de toda sociedad patriarcal, esta diferencia sigue siendo entendida por los hombres como una determinación biológica y no cultural. Por lo tanto, latente bajo la nueva ideología democrática, agrupado en el discurso de la diferencia, pervive en el inconsciente cultural un conjunto multidimensional, fraccionado y generalmente incongruente de representaciones ideológicas que originan pautas normativas de conducta al varón, tanto en relación con su pertenencia al colectivo masculino y trato con sus iguales, como en relación con el trato con las “otras”.

En consecuencia, las prácticas de dominación masculina no desaparecen, sino que se debilitan, a la vez que sutilizan, dando lugar generalmente a prácticas de discriminación. Ahora bien, estas prácticas sustentan una realidad social desigual entre hombres y mujeres y por lo tanto, en su conjunto, predisponen estados de dominación de las mujeres en la sociedad. Y en este contexto, acontecen de nuevo las prácticas rudas y primitivas de la masculinidad profunda. Nos referimos, por supuesto, a la preocupante realidad de la violencia de género.

La violencia contra las mujeres es un elemento estructural del sistema patriarcal, constituye el límite superior regulativo desde donde se socializa a las mujeres. Pero podemos afirmar rotundamente que en la actualidad de las sociedades democráticas, la violencia contra las mujeres significa un estado crítico en lo relativo ya no al sistema de dominación masculina, sino a la experiencia vital de los varones socializados en el mismo. Podemos hablar de crisis de la masculinidad en dos sentidos:

1. Respecto de los principios de la sociedad democrática. La violencia de género acontece actualmente en sociedades constituidas a partir de los principios y valores democráticos, valores que fueron asumidos como propios y originales del colectivo masculino. En este sentido, el hombre ha entrado en una especie de esquizofrenia; asume un discurso y es incapaz de actuar coherentemente con el mismo, predica unos valores y los contradice con sus conductas, perpetuando, de este modo, la desigualdad de género.

2. Respecto de las propias prácticas de discriminación y coacción. Las nuevas estrategias de represión se caracterizan por su sutileza y complejidad. Son menos llamativas, pero con una acción constante y destructiva (violencia psicológica). En este marco, la violencia física extrema, el rostro desnudo del poder, aparece en aquellas circunstancias en que los varones se ven incapaces de someter a las mujeres e incapaces de asumir esta realidad. Entendemos que bajo esta conceptualización se podría explicar el creciente número de mujeres que mueren a manos de sus parejas cuando han iniciado los trámites del divorcio o en situaciones semejantes.

Por lo tanto, la violencia de género hace manifiesta la crisis existencial que atraviesan los varones socializados en el sistema patriarcal. Inseguridad, dependencia, inadaptación al nuevo marco de valores y la subsiguiente violencia de género son algunos de los factores que describen esta situación de crisis. Pero, esta crisis se hace aún más patente tras observar el alarmante incremento del suicidio masculino en los países occidentales durante los últimos treinta años (Anthony Clare, 2000; p. 119). De nuevo, la angustia experimentada por los suicidas halla su origen en la pérdida de espacios

monopolizados por el colectivo masculino, donde tradicionalmente el varón adquiriría su identidad de género.

En resumen, los alarmantes datos referidos a la conducta de los varones tanto en lo relativo al ejercicio monopolizado de la violencia como al incremento del suicidio, ponen de manifiesto la crisis de la masculinidad. En consecuencia, se presenta imperiosa la necesidad de someter la identidad masculina a una crítica deconstructiva, con la doble intención de contribuir al proceso de emancipación de las mujeres, y simultáneamente, de liberarnos a nosotros mismos, los varones, de la normalización patriarcal y sus penosas consecuencias para la integridad del individuo.

3.1. El sistema ideológico patriarcal y la identidad masculina.

En el punto 2 de este escrito, de una forma esquemática, hemos definido el patriarcado como sistema de dominación masculina. Probablemente, deberíamos de ahondar más en esta definición aludiendo a sus características y su naturaleza, pero en este caso, para nuestros objetivos nos bastará con la definición previa, definición que lo determina como un sistema de poder a través del cual los varones ejercen consciente o inconscientemente la dominación / discriminación de las mujeres. A continuación, nos centraremos en el análisis de alguno de sus dispositivos de poder, en particular, de su sistema ideológico y de la función que éste desempeña en la constitución de la identidad masculina.

En el punto precedente, referido a la crisis del patriarcado ya avanzamos alguna de las peculiaridades de su discurso ideológico. En concreto, su desestructuración y su recomposición a partir de representaciones ideológicas no correlativas. A continuación, expondremos más detalladamente las características de este sistema y su funcionalidad en la construcción de la identidad masculina.

En primer lugar, es obligado hacer referencia a la perspectiva desde la que entendemos el concepto de “ideología”. Partiremos del conjunto de teorías que Michel Foucault desarrolla respecto del poder. Consecuentemente, con el concepto de “ideología” hacemos referencia a todo producto sociocultural vertebrado por una relación de poder que simultáneamente enmascara y perpetúa un estado de dominación.

Sin perder de vista nuestra posición teórica, entendemos que el sistema patriarcal de representaciones ideológicas está compuesto por todo producto sociocultural que defiende, tácita o explícitamente, una “verdad” sustantiva del varón que lo diferencia respecto de la mujer (se transmite también una estereotipo o imagen de femineidad) en función de su sexo en cuanto determinante biológico. En nuestras sociedades, múltiples saberes y discursos se encuentran vertebrados por la ideología patriarcal: el discurso moral, la mitología clásica, la literatura contemporánea, el saber histórico, y el propio discurso científico; pero también, las creencias y mitos sociales, desde las más efímeras y coyunturales, hasta aquellas que se perpetúan milenariamente en la tradición. Los medios de comunicación no son en sí mismos un producto ideológico, pero en cuanto se han instituido como el principal transmisor de información, juegan un papel fundamental en la representación e inducción de los productos ideológicos.

Como decíamos, las representaciones ideológicas transmiten una verdad sustantiva sobre el varón, es decir, modos de ser y actuar propios de todo varón. Por lo tanto, las representaciones ideológicas no sólo nos transmiten un conjunto de imágenes sobre lo que es un varón, sino también un conjunto de prácticas propias de un varón.

Diferenciamos fundamentalmente dos tipos de prácticas masculinas: Prácticas masculinas específicas y prácticas respecto del Otro-mujer. Con las primeras nos referimos a un conjunto de prácticas respecto de sí mismo y de los demás varones a través de las cuales se alcanza la identificación con el colectivo masculino, es decir, se adquiere la identidad masculina. Pero, la identidad masculina se configura respecto de otro colectivo concreto, el

femenino, y en este sentido, las prácticas de relación entre varones difieren de las prácticas en relación con las mujeres. Estas últimas son prácticas de dominación o discriminación.

Fácilmente, podemos observar que las representaciones ideológicas poseen una dimensión normativa. Es decir, los modos de ser y actuar propios de todo varón implican, respecto de la subjetividad individual, el deber de ser y actuar como un hombre es y actúa. ¿Por qué acepta el individuo este conjunto de normas que en cierto sentido son coercitivas con él mismo? Como explicamos, partimos del hecho de que las representaciones ideológicas enmascaran la realidad del poder. Las prácticas que el sujeto desarrolla están contenidas en una supuesta verdad sobre el ser humano, por lo tanto, el sujeto no percibe que se le estén imponiendo ciertas normas de conducta a través de las prácticas que realiza, puesto que estas prácticas son legitimadas por la “verdad” representada en cuanto conductas “normales” o “naturales” de todo individuo humano. Pongamos un breve pero significativo ejemplo: en el siglo XIX el discurso médico definió la femineidad como debilidad y enfermedad, y la masculinidad como fortaleza y salud. Esta caracterización legitimó la división sexual de funciones y la propiedad masculina de la esfera pública, al mismo tiempo que justificaba el conjunto de prácticas de control de los varones sobre las mujeres, a través del confinamiento de estas últimas en el espacio privado. Como decíamos, las conductas masculinas suelen gozar del estatus de la normalidad en la sociedad y cultura donde el individuo las adquiere. Pero además, son interiorizadas a través del proceso de socialización en aquellas instituciones sociales a las cuales el individuo pertenece (escuela, familia, pandilla, etc.). Luego, el individuo no sólo recibe una representación cognitiva de lo que es “normal”, sino que lo siente y experimenta emocionalmente a través de su adaptación e integración en el grupo social. Nótese, que la no adquisición de la norma implica la marginalidad del sujeto en cuanto “no normal”. Por lo tanto, más que de aceptación reflexiva y voluntaria, estamos hablando de interiorización de las normas o “normalización del individuo”.

El sistema de representaciones ideológicas constituye el inconsciente cultural, el conjunto de normas en el que nos encontramos encerrados y desarrollamos mecánicamente. Luego estas conductas se efectúan sin conciencia de su origen o razón en las más diversas circunstancias, lo que hace que el sujeto las considere asumidas con propiedad y reflexivamente.

Como anticipamos, el sistema es múltiple y se encuentra fraccionado, alberga valores y conductas contradictorias en su seno, pero siempre responde al interés del mismo colectivo. No existe una racionalidad específica del sistema articulada en torno a un discurso ideológico; el discurso de la superioridad del hombre sobre la mujer, pero sí múltiples racionalizaciones que en conjunto sustentan un discurso sobre la diferencia “constitutiva” de todo varón respecto de toda mujer. Además, su carácter fraccionario facilita la interiorización de conductas que abarcan toda la experiencia vital del individuo, sin manifestar contradicción alguna entre los modos de ser y actuar relativos a las diversas parcelas de la experiencia vital. Por ejemplo, un hombre puede actuar de un modo imparcial en su vida pública con las mujeres y simultáneamente manifestar conductas agresivas en sus encuentros sexuales. Su actitud en la vida pública y el reconocimiento que seguramente ésta recibirá, le comportan la noción de justicia en su autoconcepto. Y a su vez, su autoconcepto constituye un refuerzo positivo que impide que experimente malestar como consecuencia de sus conductas sexuales.

En conjunto, podemos afirmar que el sistema patriarcal de representaciones ideológicas propone (impone) un conjunto de rasgos de identidad de género. ¿Como? Reduciendo las diferencias potenciales de personalidad entre individuos varones y potenciando las diferencias personales de todo varón respecto de toda mujer a través de las representaciones ideológicas de femineidad y masculinidad. Por lo tanto, la identidad de género no sólo hace que nos entendamos diferentes, sino que, por medio de las prácticas masculinas dispuestas por la sociedad patriarcal, nos hace tener la experiencia vital de que somos desiguales. En definitiva, la identidad masculina produce una distorsión en la manera de ver, juzgar y actuar de los hombres que perpetúa la situación de discriminación que experimentan las mujeres.

Acabamos de afirmar que todo varón configura su subjetividad a través de un proceso de socialización (normalización) ejercido bajo el prisma de un conjunto de representaciones de identidad de género que lo hace partícipe del colectivo masculino, teniendo en cuenta que esta identidad es común para todos los varones y que los procesos de socialización son análogos, es difícil no concederle pertinencia a la obligada pregunta acerca de la homogeneidad de los varones. ¿Son todos los hombres iguales (idénticos)? La respuesta obvia es que no. La interiorización de los patrones normativos se encuentra condicionada por las circunstancias sociales, psicológicas y biográficas en las que se produce el proceso de socialización del varón en cuestión. En este sentido, cada varón tiene una personalidad única, pero además, es importante señalar que este proceso no siempre resulta exitoso, sino que se producen desviaciones respecto de la normalización patriarcal. Existen varones sensibles, poco competitivos, o gustosos de cooperar con las mujeres. Pero, por otro lado, es difícil que un varón se desvíe absolutamente respecto de los patrones normativos patriarcales. Además, la desviación respecto de la condición masculina no implica una discrepancia activa contra el sistema patriarcal. Las razones de este hecho son manifiestas; el varón desviado o no, obtiene una situación de ventaja sobre las mujeres en el sistema patriarcal, y en cualquier caso, aunque sea en los aspectos más superficiales, el varón se siente parte integrante del colectivo masculino.

4. Los medios de comunicación como agentes de socialización.

El alcance de la función socializadora de los medios de comunicación suscita un debate vigente. Nuestra posición al respecto parte de la consideración de la potencia que los medios de comunicación poseen para la representación simbólica, y por lo tanto, para la construcción de identidades culturales, entre ellas la identidad masculina.

En lo relativo al proceso de socialización, los *mass media* constituyen grupos de referencia, frente a grupos como la pandilla de amigos, la familia o la iglesia que son propiamente grupos de pertenencia. Ahora bien, dado su alcance público, en los *media* se entrecruzan intereses y contenidos propios de

los agentes de socialización de pertenencia. En este sentido, los media reducen los ámbitos de privacidad donde los grupos de pertenencia ejercían su acción socializadora, lo que por otro lado, conlleva una difusión masiva de las representaciones simbólicas de estos grupos. Por lo tanto, los medios de comunicación se han convertido en los principales transmisores de las representaciones ideológicas constitutivas del inconsciente cultural de las sociedades occidentales.

Los *mass media* construyen representaciones de la realidad, “modelos de realidad” o “realidades posibles”. Y, como decíamos, estos modelos se encuentran cargados de representaciones ideológicas. Este hecho se hace patente en el uso constante de estereotipos y modelos que realizan los media. El ejemplo por antonomasia está encarnado en el discurso publicitario, que prácticamente completa sus contenidos a través de estereotipos. Estereotipos que tal y como explicamos en el punto precedente, gozan del estatus de lo “normal” o “natural” e influyen en el conjunto de la población a través de los *media*, especialmente en aquellos individuos que se encuentran sometidos al proceso de socialización, como los niños y los adolescentes.

La proliferación del estereotipo en los *media* responde a diversos motivos. La limitación de espacio y tiempo propia del medio junto con el propósito de obtener un alcance masivo entre los consumidores determina la necesidad de imágenes esquemáticas y accesibles a cualquier capacidad comprensiva. Además, las audiencias, en cuanto consumidoras, son preferentemente emotivas. De ahí, que los mensajes publicitarios estén dotados de un contexto emocional que favorece las convicciones previas frente al ejercicio reflexivo de la crítica.

Por lo tanto, si bien los estereotipos surgen en el subsuelo social, los medios de comunicación tienen la capacidad de difundirlos, reforzarlos, perpetuarlos e incluso modificarlos, contribuyendo así, de modo notable, a la construcción de las identidades colectivas.

Por ello, toda sociedad que pretenda evolucionar en su proceso de democratización debe de integrar los medios de comunicación en el contexto educativo, con el objetivo de que su función socializadora quede encauzada por la actitud crítica.

5. Publicidad y condición masculina.

Como decíamos, el discurso publicitario contribuye notablemente a la construcción social de la identidad masculina mediante la prolífica transmisión de estereotipos. A primera vista, la inmensa mayoría de la publicidad relacionada con la esfera social pública está dirigida hacia los varones, mientras que la publicidad relativa al ámbito doméstico sigue recayendo sobre las mujeres. Véase, por ejemplo, la publicidad relativa al automóvil; disponemos de turismos para varones jóvenes e impetuosos, para “hombres de negocios” caracterizados por su determinación e iniciativa (recordemos el famoso eslogan “jóvenes pero sobradamente preparados”), para racionales padres de familia que priman la seguridad y el *confort* sobre el resto de las ventajas del automóvil, etc. En definitiva, el estereotipo del varón redundaba en un sujeto de atributos connaturales que lo disponen hacia la esfera pública. Otro estereotipo de masculinidad común es el que define al varón como un sujeto capaz de provocar el descontrol de las mujeres en virtud de sus encantos viriles. En este sentido, podríamos mencionar como caso paradigmático la publicidad de una conocida marca de perfume. Por último, cabe mencionar el reciente e infame *spot* de la “Burger King”, donde se retoma la imagen de un varón primario y esencialmente antisocial.

Si bien hemos centrado este análisis en el discurso publicitario por su inclinación al empleo de estereotipos, cabe afirmar, de nuevo, que los *media* en general, son pródigos en estereotipos. Por lo tanto, los estereotipos de masculinidad mencionados en el párrafo precedente son frecuentes también en el cine, los cómics, las series de TV, etc.

A continuación, dotaremos de unidad sistemática a los estereotipos de masculinidad mencionados, a través de un análisis de la identidad masculina

en relación con la realidad sociohistórica del sistema patriarcal donde se originaron sus contenidos. Es decir, se pretende una breve genealogía de la masculinidad.

Podríamos aseverar que si a lo largo del siglo XX hubiera existido un varón prototípico, entonces hubiera poseído estos atributos: fuerza física, templanza, racionalidad, disciplina, firmeza, independencia e iniciativa. Si además tenemos en cuenta los atributos entendidos como opuestos o contrarios; fragilidad, debilidad, vulnerabilidad, emotividad, dependencia, es decir, los atributos de la femineidad tradicional, entonces se hace manifiesto que frente a este estereotipo, a lo largo del siglo XX, la masculinidad ha representado la fortaleza física y mental. Probablemente, ambos estereotipos tienen un origen común, milenario en lo relativo a algunos de los atributos, en los mitos y creencias populares de la sociedad occidental. Pero, sin duda alguna, merece un comentario aparte el modo en que a lo largo del siglo XIX el discurso médico incorporó a su doctrina los prejuicios socioculturales sobre la femineidad, dotándolos en consecuencia, del carácter objetivo que a dicho discurso se le atribuye. Son muchos los modelos causales que explicaban la debilidad femenina, pero prácticamente todos se centraban en las funciones sexuales de la mujer; el hecho de tener una menstruación cada veintiocho días, de poseer ovarios o de poder quedar embarazada, hacía de la mujer un sujeto cuya racionalidad quedaba mermada por las vicisitudes de su “naturaleza”. En consecuencia, la mujer era concebida como un ser vulnerable, emocionalmente inestable y fácilmente irritable (histérica), en suma, la debilidad encarnada. Y frente a este estereotipo, el modelo masculino aparecía como su contrario positivo. Así, el mero hecho biológico de ser varón significaba fortaleza física y mental.

¿Cuál es el origen de esta racionalización? ¿Qué razón mueve al colectivo científico a extremar y objetivar la imagen tradicional de la femineidad? El hecho de que la comunidad científica estuviera en su conjunto constituida por varones puede suponer un indicio en lo relativo a estas cuestiones. De hecho, esta racionalización de la femineidad y la masculinidad implicaba simultáneamente una justificación de y un instrumento para la

división sexual de funciones y el correlativo monopolio masculino de la esfera pública, quedando las mujeres confinadas en la esfera privada. En la construcción patriarcal de sexo-género, las mujeres no podían votar, formar parte de una investigación científica, dirigir una empresa o desempeñar función alguna de carácter intelectual. Estas actividades serían perniciosas tanto para su salud y sus “funciones propias”, como para la sociedad, dada la imposibilidad de obtener un adecuado rendimiento. Consecuentemente, todas las funciones y privilegios de la esfera pública eran monopolizadas por los varones, quienes en función de su sexo se encontraban biológicamente capacitados para realizar dichas funciones. Véase cómo el conjunto de atributos masculinos citados anteriormente presupone otros dos atributos de segundo orden; competitividad y autoridad. La competitividad es el requisito fundamental para el trabajo en la vida pública; y la autoridad es un atributo propio de los dirigentes, del gobernador.

Es necesario enfatizar el carácter de requisito, expectativa o demanda que posee el factor competitividad. Efectivamente, a todo varón se le supone *a priori*, en virtud de su sexo, un carácter competitivo. Pero, este carácter no es sólo una suposición sino también una exigencia. Éste es el precio que todos los varones deben de pagar por los privilegios de la esfera pública. Un hombre se define por lo que hace, no por lo que es. El varón se realiza en la vida pública, halla su identidad en su trabajo. Por lo tanto, la subjetividad masculina se constituye en el mundo público. No es éste un coste bajo. Pero en todo caso, este coste implica la posibilidad de mantener un estado de dominación del colectivo masculino sobre el femenino, estado que a su vez, permite “disfrutar” las posibilidades de la vida pública y otorga a todo varón un espacio donde ejercer su competencia como gobernador: el hogar. Tal y como sucede con la competitividad, la autoridad es otro de los factores que al varón se le suponen por el mero hecho de ser varón. Ahora bien, si la autoridad es también un requisito o una expectativa, el propio sistema deberá de proveer a los varones un lugar donde desarrollar esa capacidad (si no el sistema produciría sujetos deficientes, frustrados en su misma génesis). Por otro lado, en la vida pública no todos los varones son dirigentes, más bien la mayoría se encuentran subordinados tanto en su trabajo como en el orden político, mientras que sólo

unos pocos desempeñen funciones directivas. Pero todos ellos poseen al menos un espacio donde ejercer su autoridad; el espacio de la intimidad, el hogar, donde el varón se sitúa en la faceta del patriarca. Por lo tanto, incluso en el lugar que se les reserva, la mujeres tienen determinada su función específica; consiste en crear un apacible refugio para el guerrero que retorna al hogar. Es importante resaltar el marco socioeconómico en el que se dio lugar a esta nueva y estricta división sexual de funciones. En el siglo XIX, las sociedades europeas se encuentran en pleno proceso de capitalización de la sociedad industrial. En este marco, la institución de la familia experimenta una serie de transformaciones que fundamentalmente tienden a fortalecer la intimidad del núcleo familiar, a demarcar la esfera de lo privado. Veamos, brevemente, las características de la familia moderna: la unión emocional entre el padre, la madre y los hijos se intensifica; el núcleo familiar desarrolla un fuerte sentimiento de autonomía; se reivindica el derecho a la libertad como pilar básico de la busca de la felicidad; existe una menor vinculación del pecado al placer; y por último, un deseo progresivo de intimidad física. En el proceso de capitalización de las sociedades industriales, la familia moderna aparece como un estadio favorable para la división sexual de funciones a partir de dos fenómenos socioeconómicos: la separación del lugar de trabajo del hogar; y el desarrollo tecnológico del este último, lo que se tradujo en la exigencia de un trabajo exclusivo para el mismo.

Volviendo a la división sexual de funciones y a la monopolización de la esfera pública como señas de la identidad masculina, numerosas conductas tradicionalmente masculinas vendrán determinadas por un conjunto de prácticas que vamos a denominar “la pragmática del control”. Para sobrevivir en el competitivo mundo público, para poder sostenerse en el duro terreno de la vida laboral y sobre todo, para ser un dirigente político, el varón precisa desarrollar al máximo una serie de estrategias y técnicas de control. Los orígenes de esta pragmática se remontan a los pilares de nuestra cultura occidental. Ya en la filosofía clásica, se postula la necesidad del autogobierno, del gobierno de los propios impulsos, como premisa indispensable para el gobierno de los otros. A este respecto, las técnicas de autocontrol constituyen una condición necesaria para el “buen” gobierno de los otros. Pero a nuestro

entender, nos parece manifiesto que aún existiendo una carencia ética en la intencionalidad de la praxis del control de los otros, la técnica del autocontrol posee una impecable efectividad para dicho objetivo, por lo tanto, podemos referirnos a las técnicas de autocontrol como una condición necesaria en lo relativo a la efectividad del control de los otros, independientemente de su disposición ética. Por otro lado, en la modernidad, la pragmática masculina del control se integra en la cosmovisión mecanicista de la realidad. De este modo, el varón concibe su cuerpo (su expresión emocional también) como un mecano que se puede controlar desde el núcleo racional.

La primera de las consecuencias en lo relativo a la subjetividad masculina de esta pragmática del control se materializa en un hondo recelo de la intimidad, la afectividad y una fuerte disposición a la represión de la emotividad. En efecto, el varón medio experimenta un profundo recelo a la hora de exteriorizar sus emociones. Oculta sus intenciones, miedos y sentimientos, para expresar aquellas emociones que debería de tener de acuerdo con las expectativas convencionales de la identidad masculina. La consecuencia inmediata de esta materialización conlleva una marcada superficialidad en el carácter del sujeto masculino medio.

La sexualidad masculina representa otro ámbito de la experiencia vital del varón donde la pragmática del control deja una profunda y lastimosa huella. Se puede considerar un caso paradigmático, ya que alberga tanto la cuestión del autocontrol como la del control del otro (la mujer). La sexualidad es entendida desde la identidad masculina como una cuestión de control, pero no de control sobre el propio apetito sexual, que el varón considera imprevisible y caprichoso, sino del control sobre la funcionalidad eréctil del pene. El pene, símbolo del poder y la diferencia masculinas, constituye el instrumento que se ha de controlar (autocontrol) para ejercer el control definitivo sobre el otro. De este modo, la excitación de la mujer, entendida como pérdida de control por parte de la misma, se atribuye a la capacidad instrumental del varón en cuestión, sinónimo de su superioridad y poder fálico. Esta especie de narcisismo fálico conlleva una serie de implicaciones para la sexualidad del varón. En primer lugar, implica la reducción de la sexualidad a genitalidad. Y en

segundo lugar, la vivencia de la sexualidad como confirmación o demostración de la masculinidad y la reducción de las mujeres a terreno donde se desarrolla esa confirmación. Este hecho, junto con la afectividad negativa hacia la mujer que el sistema patriarcal predispone en los varones, constituye un estadio germinal de la violencia sexual contra las mujeres. La pornografía, con sus fantasías de violación, flagelación y dominación, encarna una manifestación explícita de esta tendencia masculina.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

AMORÓS, Cèlia (dir), *10 palabras clave sobre Mujer*, Ed. Verbo Divino, Estela, 1995.

AMORÓS, Cèlia, *La gran diferencia y sus pequeñas consecuencias... para las luchas de las mujeres*, Cátedra, Madrid, 2005.

BADINTER, E., *XY. La identidad masculina*, Alianza Editorial, Madrid, 1993.

BONINO, Luis, *Varones, Género y Salud mental. Deconstruyendo la normalidad masculina*, Icaria, Barcelona, 2000.

BONINO, Luis, *Micromachismos, la violencia invisible*. Madrid: Cecom, 1998.

CLARE, A. *La masculinidad en crisis*. Taurus, 2002.

CORREA, R. ; GUZMÁN, M.^a D. y AGUADED, J. I. *La mujer invisible*. Grupo Comunicar, Huelva, 2000.

De MIGUEL ÁLVAREZ, Ana, “El movimiento feminista y la construcción de marcos de interpretación: el caso de la violencia contra las mujeres”, *Revista Internacional de Sociología RIS*, nº 35, Mayo-Agosto 2003, pp. 7-30.

ECHEVERRÍA, J., *Los señores del aire: telepolis y el tercer entorno*, Destino, Barcelona, 1999.

FISAS, Vincent, *El sexo de la violencia*, Icaria, Barcelona, 1998.

FOUCAULT, M. *Hermenéutica del sujeto*. La Piqueta, Madrid, 1994.

FOUCAULT, M. *Obras esenciales: Estrategias de poder*". Paidós, Barcelona, 1999.

GÓMEZ, B. "Disfunciones de la socialización a través de los medios de comunicación". En www.razon.org.mx. Abril-Mayo, 2005. Núm. 44

GIL CALVO, E., *El nuevo sexo débil*, Madrid: Temas de hoy, 1997.

GIL CALVO, E., *Mascaras Masculinas. Héroes, Patriarcas y Monstruos*, Anagrama, Barcelona, 2006.

MARQUÉS, J. V. y OSBORNE, R.: "Sexualidad y sexismo". Fundación Universidad-Empresa. Madrid.

MYRIAM, M. "Chicos son, hombres serán". J. C. Producción. Madrid, 1995.

PULEO, Alicia H., *Filosofía, Género y Pensamiento crítico*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valladolid, 2000.

SALTZMAN, Janet, *Equidad y género. Una teoría integrada de estabilidad y cambio*, Feminismos, Madrid, 1992.

VERA, J. "Medios de comunicación y socialización juvenil". En *Revista de estudios de Juventud*. Marzo 05. Núm. 68.