

MASCULINIDADES: SU REPRESENTACIÓN EN LA FICCIÓN TELEVISIVA

Adiel Martínez Hernández*

RECIBIDO: 30 de noviembre de 2011

ACEPTADO: 30 de marzo de 2012

CORREO ELECTRÓNICO: adielmuere@hotmail.com

* Adiel Martínez Hernández es maestro en Comunicación Organizacional de la Universidad del Distrito Federal plantel Santa María.

PALABRAS CLAVE | género, masculinidad, comunicación, estereotipos, discurso televisivo.

KEYWORDS | gender, masculinity, communication, stereotypes, televised discourse.

RESUMEN

El presente artículo es un análisis del discurso televisivo sobre su representación de la masculinidad en una serie unitaria de ficción dramática llamada *Lo que llamamos las mujeres*, que se trasmite en México por la cadena Televisión Azteca. Aquí se exponen los conceptos de género, masculinidad hegemónica y emergente, así como su relación con la comunicación de masas y los estereotipos masculinos. El artículo busca mostrar que dicho programa de ficción hace una representación estereotipada de la masculinidad que exalta las características de una masculinidad hegemónica.

ABSTRACT

This article is an analysis of television discourse on its representation of masculinity in a dramatic fiction series unit called *Lo que llamamos las mujeres* in Mexico is transmitted by the network TV Azteca. This introduces the concepts of gender, emerging and hegemonic masculinity and its relationship with mass media and male stereotypes. The article aims to show that those programs of fiction make a stereotypical representation of masculinity that enhances the characteristics of hegemonic masculinity.

INTRODUCCIÓN

Las interacciones sociales de los últimos tiempos han traído como consecuencia una significativa transformación en las relaciones entre hombres y mujeres. Los roles de género socialmente establecidos se han modificado a partir de que las mujeres han conseguido una mayor participación en las actividades económicas, políticas y sociales. Esto exigió un cambio de la conciencia de hombres y mujeres, una adecuación de sus identidades de género y sus representaciones culturales.

En ese sentido, el presente trabajo hace un vinculación entre comunicación y perspectiva de género a partir de realizar un análisis del discurso televisivo sobre su representación de la masculinidad en una serie de ficción dramática. Se plantea la idea de que dicho producto comunicativo continúa haciendo una representación estereotipada de la masculinidad.

Para ello hago una revisión del género y sus rasgos como proceso social que estructura las interacciones sociales de hombres y mujeres a partir de evidencias ideológicas que dan sentido y significación a los sujetos en cuanto a su identidad femenina y masculina. Además, desarrollamos la noción de masculinidad como un componente del sistema de género y los clasificamos en dos conceptos: el de masculinidad hegemónica y el de masculinidad emergente como elementos de análisis para abordar las nuevas maneras de ejercer la masculinidad en la cultura.

Exponemos las características de la comunicación de masas para destacar su participación en la reproducción, justificación y legitimación de una ideología de género a través de la difusión continua de estereotipos, centrando la atención en los estereotipos masculinos.

Finalmente, hacemos un análisis del discurso televisivo de la serie de ficción dramática *Lo que llamamos la mujeres* que transmite la cadena TV Azteca para identificar la representación que hacen de la masculinidad en sus aspectos hegemónicos y emergente.

La masculinidad como objeto de estudio, desde una perspectiva de género, está dando sus primeros frutos. Gracias a los estudios sobre las mujeres, que se rastrean desde los años setentas y que permitieron la conformación de un cuerpo teórico y metodológico, se hizo posible el abordaje del hombre, analizando y criticando su identidad masculina, su transformación histórica, su posición en el poder, en la economía y en general su participación en la cultura.

CONSTRUCCIÓN CULTURAL DEL GÉNERO Y SU IDEOLOGÍA

Si pensamos que existen diferencias significativas entre hombres y mujeres, y que tales diferencias no sólo son producto de determinaciones biológicas, sino que además, y de manera importante, son resultado de hechos sociales, históricos y culturales, entonces estamos hablando de un sistema de género. Dicho concepto lo define Teresita de Barbieri como “los conjuntos, prácticas, símbolos, representaciones, normas y valores sociales que las sociedades elaboran a partir de la diferencia sexual anátomo-fisiológica y que dan sentido a la satisfacción de los impulsos sexuales, a la reproducción de la especie humana y en general al relacionamiento entre las personas” (De Barbieri, 1992: 151).

A partir de esta premisa analizaré la categoría “género” para abordar el tema de la representación de la masculinidad en las series de ficción dramática de la televisión mexicana. Lo anterior con la intención de mostrar que dichos productos comunicativos continúan haciendo representaciones estereotipadas de la masculinidad que justifican y legitiman la masculinidad hegemónica.

Las relaciones de género que expresan tanto mujeres como hombres se argumentan a partir de un discurso ideológico que la sociedad occidental capitalista ha instituido para explicar y legitimar las diferencias biológicas de las personas y regular sus actividades sociales. Como lo dice Humberto Abarca, “las ideologías de género son construcciones discursivas que surgen en sociedades estructuradas con base en relaciones asimétricas entre los sexos” (Abarca, 2000: 1).

Tales discursos cumplen la función de asignar tareas y roles a hombres y mujeres, y nunca en la misma proporción. Por lo que el género se vuelve un sistema de significados que organiza y da sentido a la interacción social de los sujetos, pero donde dichas significaciones pueden ser consideradas evidencias ideológicas de ese sistema de género (Portal, 2009).

Es importante destacar que hacer un análisis de estas construcciones discursivas nos da la posibilidad de hacer una estimación del sistema de relaciones de género y la ideología que las legitima. Por ello se trata de hacer hincapié en el carácter relacional, histórico y cultural de la categoría género. Nos permitirá comprender que las relaciones entre hombres y mujeres, la asimilación de una identidad de género y las ideologías de género propiamente dichas son por entero contextuales, es decir, ofrecen la posibilidad de ubicarlas en un contexto espacio-temporal determinado.

Tanto Marta Lamas (1996) como Mabel Burin (2001) destacan este aspecto de la historicidad del concepto “género” al reconocer que el sistema de relaciones entre mujeres y hombres nunca es igual de una época a otra, ni de una cultura a otra. Este abordaje nos hace entender el género como constructo cultural simbólico, analizable a partir de la asignación cultural de significados.

Otra característica del género que debemos tener presente es su interrelación con otras categorías sociales como la raza, la etnia, la clase y la edad (Burin, 2001), pues todas ellas son parte fundamental en la organización de los sistemas sociales, en la construcción de la realidad social y en la producción simbólica que la explica y legitima. El

sistema de género influye sobre todas estas categorías pero al mismo tiempo es influido por ellas.

También hay que destacar que las instituciones sociales como la familia, la Iglesia, la escuela, el Estado y los medios de comunicación masiva son también importantes fuentes de producción simbólica, las cuales están influidas por esa estructuración discursiva relativa al género, la raza, etcétera.

Es aquí donde cobra importancia la participación del lenguaje; éste es el medio por el cual se construyen y se difunden las concepciones ideológicas de las instituciones antes mencionadas. También es aquí donde se vincula la comunicación con el concepto de género, pues la entendemos como aquel proceso que sirviéndose del lenguaje permite a los sujetos hacer construcciones y apropiaciones de significados.

Hacer esta identificación de los sistemas de género en lo social no implica únicamente describir el hecho de que las personas están divididas en la oposición binaria masculino-femenino, y que tal segmentación es resultado de dicha interacción social. Lo que la categoría género también nos permite vislumbrar es que este sistema de organización plantea una serie de exigencias tanto a hombres como a mujeres.

Para entender el género como proceso habría que identificar que éste se articula por tres instancias (Lamas, 1996). Primero, la asignación o atribución social del género, proceso que está determinado por la apariencia externa de los genitales y que en sí mismo contiene implicaciones ideológicas.

La segunda instancia es la identidad de género, es decir, la internalización que el sujeto realiza de sus experiencias objetivas, las cuales están normadas por los otros a través del lenguaje. Aquí también se observan procesos contradictorios entre la subjetividad individual y las exigencias de la colectividad.

En tercer lugar está el desempeño del papel o rol de género, la manifestación de estas normas y prescripciones dictadas socialmente sobre el comportamiento idóneo de mujeres y varones.

Desde este punto de vista el género es el resultado de la interacción dinámica entre los hombres y las mujeres en un contexto histórico y en una cultura específica. Es decir, el género es una práctica social continua llevada a cabo a partir de la constitución de los cuerpos y sus potencialidades tanto reproductivas, productoras y afectivas (Connell, 2003).

La teoría social ha identificado contradicciones en el proceso de organización social con base en el género. Consideramos que las contradicciones que se dan en la asignación, la identidad, la reproducción de roles o la práctica social cotidiana del género se deben a que están inscritos en un espacio más general: el de las ideologías de género. Como ya mencionamos, tienen el rasgo de ser asimétricas y, por ende, producir relaciones desiguales.

Daniel Cazés considera que la misoginia es la ideología de género que va más allá de una patología social y se convierte en un conjunto de situaciones, condiciones y circunstancias que envuelven el saber humano. La misoginia es vista como un saber de sentido común que comparten las personas, hombres y mujeres, que dan por

sobreentendido y que no someten a crítica. Es cotidiano y se manifiesta a través de signos, señales y símbolos (Cazés y Huerta, 2005).

En tanto ideología, la misoginia se convierte en una concepción del mundo que se caracteriza por desestimar e "inferiorizar" a las mujeres y a todo lo que tenga relación con ellas. Considera los rasgos femeninos como nocivos y negativos y expresa, en consecuencia, rechazo, temor y odio.

Una de las principales exigencia para los sujetos de parte del sistema de género, a través de la ideología misógina, es el comportamiento heterosexual. Tanto mujeres como varones deben tener como único objeto y meta sexual a los miembros del sexo opuesto. En ese sentido, se produce una exclusión de la diversidad sexual y sus prácticas serán consideradas violaciones o transgresiones a las reglas de la heterosexualidad.

La imposición de esta rotunda división genérica hace que el sujeto tienda a reprimir en él y en los otros las conductas que no sean las establecidas para sus géneros. Esto es lo que ha llevado a que los cambios sociales buscados por las mujeres y algunos hombres en la búsqueda de una equidad de género se vean entorpecidos o truncados.

Ni qué decir de la resistencia que en el sector masculino se está expresando ante estos cambios tan significativos producidos por las mujeres. Es aquí donde vemos con mayor claridad el afianzamiento que tiene la ideología de género y su recurrencia para la defensa de la dominación masculina. También vemos cómo las instituciones, que tienen como dirigentes a sujetos masculinos, se resisten a enfrentar las nuevas dinámicas de relación entre mujeres y hombres.

La televisión como institución cultural productora de significados está mostrando a través de sus mensajes dichas resistencias. Insiste en presentar de manera exaltada varios de los estereotipos que se han construido tanto de lo femenino como de lo masculino en su rasgo hegemónico.

LAS MASCULINIDADES HEGEMÓNICA Y EMERGENTE

La idea de masculinidad está enmarcada por la noción de sistema de género que toda cultura posee. El sistema de género ordena la práctica social de los sujetos. Así, la masculinidad sólo puede entenderse como la expresión de dicho sistema a partir de la relación que ésta establezca con la feminidad, pero al mismo tiempo con otras masculinidades. Esta condición va más allá de los rasgos biológicos del hombre, por lo que echa por tierra la idea de una "esencia fundamental".

Por ello, para tener una idea más adecuada de la masculinidad se deben identificar los procesos y relaciones en las cuales los hombres viven sus vidas con y junto a las mujeres. Así la práctica social de la masculinidad se manifiesta de forma general en tres dimensiones. La primera son las relaciones de poder como relaciones de dominación de un grupo de hombres sobre las mujeres, teniendo en cuenta que los hombres también interactúan entre ellos; destaca que la relación existente entre los diversos tipos de masculinidades se pueden dar por dominación, subordinación, complicidad o marginación (Connell, 2003).

Otra de las dimensiones es la de las relaciones de producción donde también un cierto tipo de hombre obtiene ventajas sobre la división social del trabajo. Una última dimensión es la de las relaciones afectivas, es decir, los vínculos emocionales que los hombres establecen con las mujeres y los hombres que las más de las veces se dan de forma rígida, reprimiendo el sentimiento humano.

Por ello cuando se habla de masculinidad hegemónica se hace referencia a la posición de dominio que ocupan ciertos hombres en determinadas relaciones de género. Es el ejercicio del poder y de autoridad desde una posición privilegiada. Este modelo hegemónico de la masculinidad se convierte en muchas sociedades en el elemento estructurante de las identidades individuales y colectivas del hombre. Se instituye como una serie de mandatos que operan a nivel subjetivo mediante pautas identitarias, afectivas, comportamentales y vinculatorias.

La masculinidad hegemónica es aquella que los varones manifiestan en sus relaciones de género y que tienen como característica el rasgo misógino, sexista, homofóbico, racista y patriarcal. Implica la dominación y la exclusión de todos aquellos que se entiendan como diferentes a dicho modelo. Por lo tanto, este tipo de masculinidad se vuelve un ideal para muchos hombres y mujeres, principalmente de las sociedades occidentales.

Entre las características de personalidad que deben expresar los hombres, además de las arriba mencionadas, están la actividad, la protección y provisión del hogar, la honorabilidad y el orgullo, la responsabilidad y la autonomía, la fuerza y la valentía, la inexpresividad emocional, la racionalidad, la presencia pública y la preferencia heterosexual (Parrini, 2005).

La hegemonía masculina requiere, además de la subordinación de las mujeres, de la subordinación de los hombres, aquellos que estén más allegados a los rasgos opuestos al modelo hegemónico. Es la masculinidad homosexual la que se aproxima más al conjunto de rasgos de lo femenino y, por lo tanto, se convierte en la oposición de la masculinidad hegemónica. De ahí la exclusión y la opresión de los sujetos que se atrevieron a transgredir el sistema de género con prácticas distintas.

El conjunto de características de la masculinidad hegemónica hace prácticamente imposible la existencia de hombres que las manifiesten en su totalidad. Es aquí donde se da la oportunidad para la relación de complicidad entre los hombres. Muchos de ellos, a pesar de no cumplir con los requisitos mencionados, salen beneficiados sobre todo en la manifestación del dominio sobre las mujeres.

Estas exigencias de la masculinidad hacen que ésta sea vista con un carácter dialéctico, es decir, que lleva implícita su contradicción. Por un lado, cumplir con dichas características significa la obtención de privilegios y reconocimientos sociales para los hombres, pero al mismo tiempo se vuelve una responsabilidad que desgasta, produce malestar y angustia en los varones.

Para Mauricio Menjívar la masculinidad es refugio e impugnación y ese es su carácter contradictorio. "Así el mensaje que da origen a la masculinidad es profundamente dual. La virilidad aparece más endeble y precaria que sólida, así como condenada al inacabable juego validación-impugnación" (Menjívar, 2004: 12).

Es aquí donde se puede identificar la existencia de los otros tipos de masculinidad. Las masculinidades emergentes son aquellas que ofrecen oposición y resistencia al modelo hegemónico (Montesinos, 2005). En tanto este modelo ofrece contradicciones y discontinuidades, hace posible que los hombres reaccionen de forma diversa, ya sea atacando, negando o pervirtiendo dicho modelo de masculinidad.

Se observa de cierta manera la atenuación o disminución de la presencia del modelo hegemónico de la masculinidad en la sociedad moderna debido a las transformaciones históricas y culturales que han llevado a que los mandatos culturales de la hombría pierdan fuerza (Abarca, 2000). Por la dinámica social, económica y cultural en la que la mujer está teniendo mayor participación, la construcción de la masculinidad está expresando cambios significativos.

COMUNICACIÓN DE MASAS Y ESTEREOTIPOS MASCULINOS

La importancia de hacer una indagación sobre el papel que juegan los medios de comunicación en la difusión de estereotipos masculinos es importante; el discurso de la cultura de masas se convierte en fuente principal de información para la comunicación de las personas, para la representación que se hacen del mundo, así como para la adopción de patrones culturales que determinan sus conductas. En relación con la construcción de las identidades masculinas y femeninas, la comunicación masiva se convierte en una de las instituciones sociales que influye en el proceso de internalización de rasgos y características asignadas a cada género.

Consideramos que los mensajes de los medios son instrumentos que buscan perpetuar la condición privilegiada de ciertos grupos e instituciones. En consecuencia, su función es la de ser medio para el mantenimiento del poder y la opresión. En ellos se construye y reproduce la desigualdad sociocultural que crea un abismo en las relaciones entre los géneros.

También mediante la difusión de estereotipos que fragmentan la imagen de hombres y mujeres, asignando espacios sociales de acción que son excluyentes para uno y otro género. Se impone así una determinada manera de entender el mundo a partir de la división desigual entre mujeres y hombres.

Se distingue el hecho de que la comunicación de masas pretende arraigar en el pensamiento de sentido común la idea de que hay una diferencia natural entre el habla masculina y el habla femenina. Esto trae como consecuencia que se crea que hombres y mujeres piensan y se expresan de manera diferente por una cuestión biológica. Con ello se desconoce u oculta el hecho de que si existen diferencias en los estilos lingüísticos se debe a cuestiones culturales que privilegian más el estilo masculino y menosprecian el habla femenina.

La relación entre el sexismo del lenguaje y los medios de comunicación se identifica a su vez por la circunstancia de que los mensajes de los medios están contruidos bajo estos mismos códigos lingüísticos basados en estereotipos de género. El discurso de la prensa, la radio, el cine y la televisión refleja esa asimetría social a partir de expresiones que atribuyen cierto poder y privilegio a la masculinidad hegemónica,

excluyendo y omitiendo a las mujeres y hombres que salen de esa normatividad que exige el estereotipo masculino.

En ese sentido, debemos precisar las características del estereotipo como medio de representación de la realidad. Un estereotipo es una construcción simbólica que sirve para dar legitimación a la realidad social. Su arraigo y aceptación social se debe a que es un medio que facilita la explicación e interpretación del mundo. Al mismo tiempo se vuelve un elemento de integración social, pues permite a los sujetos saberse parte de una cultura. En el proceso de construcción de identidades masculinas y femeninas, el estereotipo juega un papel muy importante.

En tanto constructo social, el estereotipo es identificado como una forma simbólica con ubicuidad histórica y espacial (Thompson, 2002). Un estereotipo tendrá un carácter dinámico que va a depender de las transformaciones sociales. Lo interesante es que en tanto el estereotipo es un medio para la cohesión social, se buscará por parte de las instituciones dominantes que éste cambie poco y que sus transformaciones sigan sirviendo a sus intereses.

Otra característica del estereotipo es que no es del todo falso pues su elaboración está hecha a partir de una selección de elementos que se pueden localizar en la realidad. Lo que ocurre es que dicha selección se hace de manera sesgada. Es decir, que en su producción y transmisión hay una intencionalidad en tanto entendamos el estereotipo como forma simbólica. La intención es dar una visión parcial de la realidad que sirva para el control y la dominación por parte de los grupos de poder en el sistema social.

El desarrollo de los medios de comunicación de masas hizo que los estereotipos llegaran a un mayor número de personas convertidas en consumidores de mensajes. Estos estereotipos ya expresaban una jerarquía en las relaciones entre mujeres y hombres.

Así comenzó a construirse un estereotipo de la masculinidad que sirviera de guía comportamental para todos los hombres. Los rasgos de valor, fuerza, racionalidad, control pasional, honorabilidad, autonomía, rectitud moral, salud mental y sexual se convirtieron en normas exigidas a los varones. Hasta nuestros días y en nuestra cultura mexicana se sigue manifestando este hecho. El "macho mexicano" sigue siendo un modelo imperante en el imaginario de muchos sujetos. En él se quiere depositar la esencia del hombre del México actual.

Los mensajes de los medios nacionales siguen repitiendo el estereotipo del mexicano valentón, mujeriego, dominante, sexista, celoso y golpeador. Al mismo tiempo condena otras expresiones de la masculinidad como afeminadas o de falta de hombría. Son realmente escasos los personajes, las situaciones o los temas en los mensajes de los medios en que se resalte una masculinidad emergente.

Los medios hacen una selección de características de la realidad para hacer verosímiles sus mensajes y, en ese sentido, tener mayor aceptación y credibilidad como informadores del entorno. Así, los mensajes han construido y transmitido estereotipos masculinos bajo las siguientes características de representación:

- a) *El hombre como amo del espacio público.* Los medios tienden a ubicar la participación del sector masculino en actividades propias del espacio público. Como líder político, empresarial, deportivo, etcétera. Con intención de arraigar en la conciencia la idea de que ese es el lugar de acción y dominio del hombre.
- b) *La ausencia masculina en el ámbito doméstico.* Las representaciones del hombre en el hogar son escasas y cuando lo hacen sus acciones tienen que ver con el disfrute y el descanso. Ya sea que estén acompañando a la familia en una actividad lúdica o bien como meros testigos de cómo los demás miembros realizan las actividades domésticas.
- c) *La masculinidad hegemónica en la intimidad.* Los mensajes de los medios explotan poco el carácter sentimental del hombre en sus relaciones personales. Por el contrario, lo representan siempre en una situación de dominio y control emocional.
- d) *El hombre como sujeto sexual.* Aquí la construcción del estereotipo se basa principalmente en las características del cuerpo masculino como fuente de placer. La virilidad y la potencia sexual se convierten en las cualidades a explotar. El hombre es representado como un sujeto siempre listo a proporcionar la satisfacción sexual, con una virilidad inagotable.

Las masculinidades emergentes, que poca cabida tienen en los mensajes de los medios, también se han sometido al proceso de "estereotipación". Aquí se hace presente la intención discriminadora de los grupos sociales con respecto a estos tipos de masculinidad. Los estereotipos de estas masculinidades al fragmentar la realidad fomentan la marginación y la exclusión. Estos son algunos de los estereotipos:

- a) *El hombre sometido.* Viene a ser la representación del hombre que no cumple cabalmente con las características de la masculinidad hegemónica. Es débil de carácter, esmirriado, tiene una carencia (debilidad visual, baja estatura, calvicie, alergia, etcétera) que le impide realizar actividades físicas extraordinarias. Es tímido y sumiso con las mujeres. Es temeroso y servil con los hombres machos quienes lo rechazan o lo someten a burlas.
- b) *El homosexual.* Una variante de la masculinidad que históricamente ha sido excluida y reprimida socialmente es la del hombre homosexual. Su representación siempre ha tenido implícita la condena a la segregación y a la exclusión social. Actualmente el colectivo homosexual le ha exigido a los medios el derecho a ser presentados en toda su pluralidad identitaria. Aunque los medios siguen teniendo una mirada muy estrecha con respecto a este tipo de orientación sexual.
- c) *La belleza masculina.* Recientemente se ha construido mediante la influencia de la industria cosmética la figura masculina del metrosexual, un sujeto preocupado por su aspecto físico que lleva su cuidado personal a extremos de compulsión. Con él se pretende sintetizar la idea del hombre posmoderno. Su cuerpo es estímulo visual para sí mismo, ya no únicamente para el deleite de las mujeres.

ANÁLISIS DE LA SERIE DE FICCIÓN DRAMÁTICA

El procedimiento seguido en el análisis del discurso televisivo parte de la complejidad del mismo. Así, la técnica utilizada busca realizar una visión integral del conjunto de componentes que constituyen dicho discurso. Por lo tanto, los programas de ficción televisiva fueron analizados a partir del siguiente esquema:

Esquema de análisis			
Nivel	Unidad	Categoría	Rasgos
Estructura narrativa	Personaje masculino	Masculinidad hegemónica	Sexista
Estructura argumentativa			Acciones
	Ambientes		Clasista
			Patriarcal
			Racional
			Soberbio
			Fuerte
			Valiente
			Libre
			Insensible
			Público
			Ausente en lo privado
Estructura verbal	Expresiones orales	Masculinidad excluida	Pro-feminista
Estructura simbólica	Símbolos		Homofílico
			De diversidad sexual
			Igualitario
			Sumiso
			Emocional
			Humilde
			Débil
			Cobarde
			Sensible
			Excluido del espacio público
			Presente en el hogar

La *estructura narrativa* es el nivel que considera la relación de personajes, hechos y ambientes determinados. La manera en cómo se narren o relaten las historias, es decir, de cómo se organicen las acciones y cómo y dónde interactúen los personajes, nos dará información de la forma en que están siendo representadas las características de la masculinidad hegemónica y de las masculinidades excluidas.

La *estructura argumentativa* está en estrecha relación con la intención apelativa que tiene el discurso televisivo, pues pretende que la audiencia tome partido por una cierta visión de la realidad. La argumentación se estructura mediante la organización temática de los programas, esto es, al darle preferencia a una situación o problemática y su forma de solución.

La *estructura verbal* es el componente oral del discurso televisivo; éste es crucial pues permite rescatar el uso de la lengua para nombrar y significar los actos y los personajes presentados en las historias que conforman los programas a analizar.

La *estructura simbólica* es el nivel que debe atender al uso de recursos visuales: colores, figuras, objetos y lugares, que cultural e históricamente se tienen asociados tanto a lo masculino como a lo femenino.

Los cuatro niveles de análisis se entrecruzan para ofrecernos la posibilidad de rescatar elementos que desde uno solo nos daría una visión limitada de la representación que los programas hacen de la masculinidad, tanto en su carácter hegemónico como emergente.

A este respecto tomamos como categorías para el análisis aquellas que consideramos son expresiones características de la masculinidad hegemónica y que se manifiestan tanto a nivel narrativo, argumentativo, discursivo y simbólico en los programas que conforman nuestro *corpus* textual.

Es por ello que se trabajó con un *corpus* textual que se compone de cinco capítulos de la serie unitaria *Lo que llamamos las mujeres*. Cada uno de ellos aborda temáticas distintas que se rigen por un eje temático general que hace que se distingan como una serie de ficción dramática. Aunque son pocos, consideramos que sus contenidos son representativos de la intención comunicativa de los productores del programa y de la tendencia ideológica que pretende difundir la televisora en general.

Los títulos de los capítulos y las síntesis temáticas son las siguientes:

“Escoger la vida.” Una mujer madura tiene una crisis familiar por su embarazo. El marido y la hija adolescente la critican y la abandonan por su intención de continuar con la gestación. Ella logra dar a luz a un varón y ello hace que el marido recapacite y vuelva con ella para seguir siendo una familia.

“Mi hija la soñadora.” Una adolescente sufre trastorno de déficit de atención provocando el rechazo de los padres. Huye de casa para refugiarse con una tía. Ésta convence a los padres del problema mental de la adolescente y juntos buscan ayuda.

“No puedo vivir sin él.” Dos jóvenes se unen en matrimonio debido a la sobreprotección de los padres. Enfrentan situaciones de infidelidad y violencia intrafamiliar. Los padres reconocen sus errores en la sobreprotección. La pareja pide ayuda psicológica.

“El precio de ser machista.” Un joven quiere ser músico pero se enfrenta al rechazo y la negativa de un padre autoritario y agresivo. La madre secunda las opiniones del padre y el joven sólo recibe apoyo de la hermana. El joven consigue el éxito después de que huye del hogar.

“Así es la vida.” Una hija menor enfrenta los apuros económicos que provoca la enfermedad de su madre. El padre y el hermano mayor las abandonan y ella tiene que dejar los estudios para sobrevivir. Ella encuentra el apoyo de un joven de quien se enamorará. La situación se mejora y la familia vuelve a integrarse.

INTERPRETACIONES

La estructura narrativa de un programa de ficción televisiva hace una representación de la realidad de manera muy particular. Al crearse personajes con características muy establecidas y ponerlos a ejecutar acciones determinadas en ambientes igualmente determinados, se muestra al telespectador una porción del mundo que le sirve de información para comprenderlo. En este caso, las historias que nos presenta *Lo que callamos las mujeres* nos muestran fragmentos de la vida de hombres y mujeres que, se asume, tienen posibilidad de existencia en la sociedad y la cultura mexicana.

Los ambientes en los que dichas historias se desenvuelven adquieren un doble carácter: por un lado, se convierten en elemento referencial para la presentación de una realidad objetiva, es decir, un mundo de cosas, personas y lugares perceptibles visualmente que se confrontan con la experiencia previa del espectador; por otro, sirven de marco o contexto discursivo para que a su vez se difunda una visión ideológica de dicha realidad.

En esta situación se encuentran las emisiones aquí analizadas ya que en ellas sobresale el ambiente de la urbe. Barrios populares, unidades habitacionales, vecindades y casas en zonas residenciales son los espacios físicos en donde los hechos se desarrollan. Tal representación del ambiente físico-geográfico nos permite hacer la primera relación con la condición social de los personajes. La dicotomía entre riqueza y pobreza se hace evidente al presentar situaciones como propias de un sector económico y casi imposibles en el otro.

Aquí podemos hacer el cruce con la condición de género como sistema de relaciones, pues culturalmente se ha tendido a asociar para un solo género la condición económica de la riqueza y la pobreza como propia de su contraparte. Es decir, que se tiende a propagar la idea de que el hombre es el generador de riqueza y, por ende, su legítimo poseedor. Lo que se niega es el hecho de que muchas mujeres han participado a lo largo de la historia en la generación de riqueza para sus comunidades y países.

En cierto sentido algunos de los capítulos aquí analizados nos presentan a personajes femeninos que son económicamente activos y cuyo trabajo es el sostén de sus familias. Por ejemplo, en "Así es la vida" la protagonista tiene a su cargo la manutención de su madre enferma. En "Escoger la vida" el personaje de la tía posee un negocio propio que le permite ayudar a su sobrina embarazada. Pero discursivamente, estos personajes se presentan como casos aislados. Finalmente se argumenta que tales situaciones se deben a la falta de un hombre que lleve las riendas de la economía doméstica.

Lo que vemos es que se omite la existencia de hombres pobres, incapacitados para la producción o simplemente excluidos del sistema productivo. Esta característica de la masculinidad de oponerse al sistema económico hace que este tipo de hombres también sean relegados por la masculinidad hegemónica.

Así, cuando alguno de los personajes representa a un hombre con intereses que no están dirigidos al desarrollo económico y el incremento de la riqueza se le califica peyorativamente y se le cuestiona su falta de iniciativa y de empresa. Tal es el caso de

Marcos, el personaje de "El precio de ser machista", cuyo padre le exigía que dejara de estudiar música para ponerse a trabajar. Aquí vemos que prácticamente se repite la noción ideológica de que el trabajo hace al hombre. Es decir, que el ambiente económico define la masculinidad.

La representación del ambiente físico permite configurar el espacio de acción de las actividades sociales estructuradas por el género. Es aquí donde retomamos los conceptos de espacio público y espacio privado para entender que son los lugares en donde las personas realizan las actividades sociales, a partir de roles que permiten la interacción entre ellas.

Con esta visión se tiende a asociar el espacio público como propio del hombre y en consecuencia su ausencia en el espacio privado. Así como la menor participación de mujeres en lo público y su relegación al espacio privado. Al menos así lo muestran las representaciones llevadas a cabo en estas dramatizaciones, pues en ellas encontraremos a los hombres desempeñando funciones de estudiantes, empresarios, profesionistas, artistas o deportistas siempre en sus instituciones correspondientes. La oficina o el consultorio son lugares frecuentemente presentados en las historias de los programas. En ellos son principalmente los hombres quienes los ocupan.

Cuando llegan a aparecer estos personajes en el hogar, el espacio privado por antonomasia, se les presenta como ajenos a las actividades que se realizan en éste. Si están en la recámara, se les presenta leyendo el periódico o mirando la televisión: actos que nos lleva a asociarlos como conectados todavía con lo público. Ahí mismo, pero en la representación del acto amatorio, se les muestra como dominantes de la situación, hecho que no les hace perder su condición de hegemonía.

La cocina es representada como un lugar eminentemente femenino donde un hombre no tiene cabida. Cuando los hombres llegan a estar en la cocina se les presenta como sujetos ajenos a dicho lugar. Simplemente están de paso, abasteciéndose de energía para continuar con sus actividades públicas. Como en la historia de "El precio de ser machista", donde Marcos quien, estando en la cocina, fue corrido por su madre diciéndole que no debía estar ahí.

Cuáles son entonces los ambientes institucionales allí representados donde los hombres interactúan. Identificamos principalmente tres: el laboral, el escolar y el familiar. Es decir, la empresa, la escuela y la casa se convierten en los lugares donde se desarrollan las historias aquí analizadas. En los dos primeros la presencia masculina domina tanto cuantitativa como cualitativamente con respecto a la participación de las mujeres. En el tercero el hombre está presente pero con distintos matices de participación.

En *Lo que llamamos las mujeres* domina la participación femenina tanto en la historia como en la presencia en el hogar. El hombre se convierte en personaje secundario reduciéndose su presencia en los espacios representados.

La masculinidad en tanto expresión de una relación en un sistema de género está siempre ubicada en un espacio físico socialmente asignado. Aquí se identifica el factor ideológico pues las representaciones de los ambientes institucionales continúan privilegiando lo masculino para el desempeño de sus interacciones.

La concordancia que se establece entre el tipo de personaje, las acciones que realiza y los ambientes en que las ejecuta es tal que cumplen con los requisitos exigidos a la narración. Pero al mismo tiempo, dan satisfacción a los fines discursivos de transmisión de una ideología de género en cuanto a la representación de un sujeto masculino con características estereotipadas. Los personajes masculinos tanto principales como secundarios mantienen rasgos comunes que instituyen el estereotipo masculino.

Todos los personajes masculinos se incluyen en el estereotipo del hombre occidental. Sus rasgos físicos y de personalidad son muy estandarizados. Físicamente son hombres de complexión regular, de estatura media. No son fornidos en exceso pero sus cuerpos sí denotan la práctica de ejercicio. La edad es otro elemento que sobresale en estos personajes masculinos. La juventud se impone sobre la vejez y la infancia. De hecho ninguna de estas historias tiene a un niño como personaje.

Se asume que, según la historia, cada personaje debe tener un conjunto de características distintivas en cuanto a su personalidad. Pero en los capítulos observados hallamos rasgos comunes tanto en los personajes masculinos como femeninos que dan muestra de la intención de universalizar la imagen de la masculinidad hegemónica exaltada. Hecho que requiere el uso del estereotipo ya establecido pero que al mismo tiempo lo re-elabora dándole tintes de actualidad.

Por ejemplo, el joven músico de "El precio de ser machista" representa a un hombre tímido, falto de carácter, sumiso. Todas estas características definen el perfil del personaje como un ser "fracasado" socialmente hablando. Una condición de la masculinidad que no es aceptable pues se considera como la antítesis de lo que un verdadero hombre debe ser.

En oposición están los triunfadores, los sujetos que sintetizan la masculinidad dominante. Que contienen en su personalidad elementos que los ponen por encima de los demás. Son fuertes, guapos y galantes, caballerosos, pero sobre todo racionales e insensibles. Varios de ellos convencen y someten con pocas argumentaciones. Como Adrián de "No puedo vivir sin él", es decir, sujetos que son admirados debido a sus cualidades físicas o intelectuales por su respectivos personajes femeninos, quienes sin dudar realizan las órdenes que ellos les dan.

La hegemonía masculina también se expresa en los personajes de edad madura. Principalmente en aquellos que representan a padres de familia. Sujetos que asumen la dirigencia y cuidado de los integrantes del núcleo familiar. El orden patriarcal se continúa y legitima a través de los actos realizados enmarcados en un sistema de valores éticos y morales.

Ismael, personaje de "Escoger la vida", alude a la ética y al sentido común al negarle la maternidad a su esposa. Gerardo de mi "Mi hija la soñadora" hace entrar en razón a su esposa sobre cómo tratar a las hijas. Rogelio de "El precio de ser machista" impone su machismo basado en su autoridad de padre y de proveedor de la manutención de la familia.

Establecimos que en la representación de una historia la argumentación se daba de forma implícita. Esto quiere decir que habrá un sentido subyacente que se estructura también por la relación entre personajes, acciones y expresiones. La argumentación tiene

que ver con el hecho de convencer al telespectador de que aquello que se está mostrando tiene su razón de ser y su justificación dentro de la historia. Es mediante este nivel que se identifican las posiciones ideológicas y las valoraciones morales que los productores y realizadores de los programas que transmiten y difunden a la audiencia.

El análisis nos permitió hallar un sentido implícito que orienta el discurso a la legitimación del hombre como figura central, es decir, como concreción del sistema patriarcal. Donde la autoridad masculina se hace presente en la figura parental al dirigir las voluntades y deseos de los miembros del sistema social.

Los hechos y las características de los personajes masculinos aquí esbozados nos sirven para darnos cuenta que la masculinidad hegemónica se legitima como meta o destino final del desarrollo de la conducta del hombre. Al tiempo que se produce la descalificación de las condiciones y características de la masculinidad emergente al ser representada como un obstáculo.

A la par de las acciones, la importancia de las palabras en la representación de la condición masculina es crucial. La manifestación de la lengua en un uso particular por parte de los hombres nos da cuenta de la diferencia entre las visiones de género y su determinación cultural.

Cuando los personajes masculinos expresan sus opiniones sobre las mujeres se identifica un acto de exclusión y discriminación hacia ellas. Y lo mismo pasa en la dirección contraria, aunque en estos programas ocurra en menor medida.

Aquí el capítulo más significativo es el de "El precio de ser machista", donde las expresiones del padre son excesivamente misóginas y homofóbicas. Dichas expresiones se justifican por la característica del personaje que representa el estereotipo del macho mexicano. Y aunque la intención es hacer una crítica a este tipo de sujeto, sentimos que no se logra pues éste no cambia sus opiniones y, todavía más, son secundadas y admitidas por los otros personajes.

En estas emisiones sobresalieron las expresiones de contenido amenazante de parte de los personajes masculinos a los otros personajes. Especialmente cuando el hombre se dirigía a una mujer para comunicarle sus órdenes o sus pretensiones. De igual manera, cuando se comunicaban con los hombres subordinados a la hegemonía masculina.

Una vez más es Rogelio el personaje que sobresale en amenazas proferidas hacia todos los miembros de la familia, pero principalmente hacia Marcos a quien le advierte que lo va a convertir en un "hombrecito", quiera éste último o no. Le sigue Ismael, quien somete a la esposa a través de insultos y advertencias sobre su embarazo. La llama "vieja", "imprudente" y "tonta".

Aquí destacan las expresiones orales de las mujeres que en muchas ocasiones se presentan como propiciadoras de la agresión verbal de los hombres. También están los silencios que muchas de ellas manifiestan y que dan por sentado el sometimiento a la autoridad masculina. Son pocos los personajes femeninos que se atreven a replicar o debatir el discurso autoritario del personaje masculino. Cuando lo hacen su recurso es poner en duda la hombría o virilidad de los personajes.

Pocas veces hubo una manifestación de igualdad, un diálogo entre los personajes que expresara una relación de equidad. Lo que hallamos fueron actos de condescendencia por parte del personaje masculino hacia el femenino. Es Ramiro el personaje masculino de "Así es la vida" quien hace más concesiones a los deseos y peticiones de Sara, expresándole que le dará tiempo para que lo acepte como novio.

Cuando se realiza la representación de lo masculino y lo femenino a través del audiovisual se recurre siempre a imágenes que el espectador ya tiene aprehendidas culturalmente y que forman parte del contexto en que se desenvuelve. Estas imágenes motivan significaciones que van más allá de la realidad que representan. Poseen un valor simbólico por el hecho de que están cargadas de varios sentidos implícitos en ellas, es decir, son polisémicas. El autor y productor de las dramatizaciones no sólo se sirve de dichas imágenes para transmitir una idea literal sino que a su vez transmite contenidos implícitos en el texto que guían la interpretación de lo representado.

Así, identificamos varios símbolos que expresan aspectos de la masculinidad que asumimos que poseen un carácter ideológico de género. El marco contextual de estos símbolos es la cultura occidental que a lo largo de la historia ha producido y legitimado una serie de características convencionalmente consideradas como propias de lo masculino.

En los programas aquí analizados fue el cuerpo del hombre el objeto que se identificó como símbolo en sí mismo de la masculinidad. Como ya anotamos, la complexión de los actores que representaban a los personajes de las historias posee ciertas similitudes. La complexión, la altura media, la edad, la tez se suman como significantes de un tipo de hombre varonil, fuerte físicamente, cuya potencia sexual no está en duda pues la salud física de su cuerpo se extiende a todos los órganos del mismo. Aquí entonces, una primera significación del cuerpo como expresión de fortaleza.

El cuerpo masculino también es fuente de la hombría y su consecuente expresión de machismo. La justificación de los actos misóginos de varios de los personajes se hace a partir de que poseen un cuerpo masculino. El padre de Marcos golpea, grita, ordena y castiga por que es hombre. Adrián, el marido infiel de "No puedo vivir sin él", puede tener varias mujeres porque el cuerpo se lo pide. Se expresa con esto la idea de la "naturaleza" masculina como condicionante del comportamiento del hombre, desconociendo el carácter cultural de dicha práctica social.

La genitalidad y su función reproductiva, aunque no son explicitadas en los relatos, sí se exponen como características de una masculinidad que adquiere una valoración simbólica depositada en el cuerpo. La paternidad como concreción de la esencia de lo masculino demuestra aquí la idea de que los hombres, si tienen hijos, son más hombres todavía. Se destaca así la simbolización del cuerpo con la fertilidad y la procreación.

La vestimenta que cubre el cuerpo también adquiere valor simbólico al significar la pertenencia a una cultura, pero además a una clase social y a un sistema de género. La mayoría de los personajes visten de traje o ropas que les adjudica un nivel económico alto. Los colores de las ropas son de tonos oscuros (negros, grises, marinos) para distinguirse de los colores claros culturalmente asociados a las mujeres.

Los espacios también se vuelven simbólicos de una ideología de género. El lugar de trabajo de los hombres de estas historias se convierte en zona de seguridad y de poder. De esta manera la casa se presenta como símbolo del hogar y la familia feliz. En este espacio la mujer desempeña funciones más importantes, pero según interpretamos en los relatos, el hombre no pierde su hegemonía pues su función de proveedor nunca es sustituida por el trabajo de la madre.

CONCLUSIONES

El análisis nos permitió identificar que los distintos personajes masculinos que participan en las historias de los programas analizados presentan rasgos comunes de lo que definimos como masculinidad hegemónica. Tanto a nivel narrativo, argumentativo, lingüístico y simbólico la representación de lo masculino estuvo caracterizada por un conjunto de elementos propios del estereotipo del hombre occidental de la cultura moderna.

Notamos que las historias giran sobre un mismo eje temático que requiere de la utilización de un tipo de personaje masculino que justifique el desarrollo de las secuencias de la trama. Pero al hacerlo así, los productores y escritores están reduciendo la representación de las múltiples realidades masculinas de la sociedad mexicana. Quedan fuera del espectro de representación muchos hombres que viven su cotidianidad de diversas maneras y que si fueran tomadas en cuenta, permitirían la creación de miles de relatos para su transmisión en televisión.

La importancia de analizar y reflexionar sobre el género y las masculinidades desde la comunicación radica en que se pueden mostrar las particularidades de la producción y difusión a través del discurso de los medios y los rasgos dominantes de lo masculino.

Una investigación con perspectiva de género sobre las masculinidades tiene la posibilidad de mostrar que no existe una esencia masculina. Cada cultura tiene una gama de variantes sobre lo masculino. El análisis del discurso televisivo también permite criticar las evidencias ideológicas que en torno al género han construido las instituciones sociales.

Las nociones de masculinidad hegemónica y emergente son útiles en tanto explican la diversidad que existe en las expresiones del género masculino. Mediante su análisis podemos adoptar una postura política ante el sistema ideológico del género y quizá se puedan abatir los argumentos que las justifican y legitiman. Por otra parte, nos da espacio para la autorreflexión acerca de la propia condición de sujeto masculino. Se confronta y se cuestiona nuestra masculinidad que ya está en constante crisis. 

BIBLIOGRAFÍA

- Abarca, H. (2000). "Discontinuidades en el modelo hegemónico de la masculinidad."
Disponible en:
http://www.jerez.es/fileadmin/Documentos/hombresxigualdad/fondo_documental/Identidad_masculina/Discontinuidades_en_el_modelo_hegem_nico_de_masculinidad.pdf.
- Burin, M. y Meler, I. (2001). *Género y familia. Poder, amor y sexualidad en la construcción de la subjetividad*. Argentina: Paidós.
- Cazés, D. y Huerta, F. (coord.) (2005). *Hombres ante la misoginia: miradas críticas*. México: CEIICH-UNAM y Plaza y Valdez.
- Connell, R. (2003). *Masculinidades*. México: PUEG-UNAM.
- De Barbieri, T. (1992). "Sobre la categoría género. Una introducción teórico metodológica", *Revista Mexicana de Sociología*, año VI, núm. 2.
- Flores, J. (2001). *El paradigma sexual*. México: Lectorum.
- Lamas, M. (1996). *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. México: PUEG-UNAM.
- Lorite, J. (1987). *El orden femenino, origen de un simulacro cultural*. España: Anthropos.
- Menjívar, M. (2004). *De ritos, fugas, corazas y otros artilugios: teorías sobre el origen del hombre o de cómo se explica la génesis de la masculinidad*. Disponible en:
<http://historia.fcs.ucr.ac.cr/cuadernos/c-25his.htm>.
- Montesinos, R. (2002). *Las rutas de la masculinidad*. Barcelona: Gedisa.
- _____ (coord.) (2005). *Masculinidades emergentes*. México: UAM Iztapalapa-Porrúa.

Parrini, R. (2005). "Apuntes acerca de los estudios de masculinidad." Disponible en:
<http://www.eurosur.org/FLACSO/apuntesmasc.htm>.

Portal, M. A. (2009). "Identidades. Una metodología para su análisis." Ponencia dictada dentro del Seminario: Identidades desde una perspectiva multidisciplinaria. México: IIA-UNAM.

Thompson, J. B. (2002). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM Xochimilco.

_____ (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.