



Construcción de masculinidades igualitarias atractivas

La transmisión de valores a través de actos comunicativos en contextos

Juan Carlos Peña Axt

ADVERTIMENT. La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX (www.tdx.cat) i a través del Dipòsit Digital de la UB (diposit.ub.edu) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX ni al Dipòsit Digital de la UB. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX o al Dipòsit Digital de la UB (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

ADVERTENCIA. La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR (www.tdx.cat) y a través del Repositorio Digital de la UB (diposit.ub.edu) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR o al Repositorio Digital de la UB. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR o al Repositorio Digital de la UB (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

WARNING. On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX (www.tdx.cat) service and by the UB Digital Repository (diposit.ub.edu) has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized nor its spreading and availability from a site foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository is not authorized (framing). Those rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.

Universidad de Barcelona
Facultad de Economía y Empresa
Doctorado en Sociología
Barcelona

Construcción de masculinidades igualitarias atractivas

La transmisión de valores a través de actos comunicativos en contextos

Tesis para optar al grado académico de Doctor en Sociología

Presentada por: Juan Carlos Peña Axt

Directoras: Dra. Marta Soler Gallart

Dra. Adriana Aubert Simón

Doctorado en Sociología bienio 2006-2008

Walking Around (Fragmento)

**Sucede que me canso de ser hombre.
Sucede que entro en las sastrerías y en los cines
marchito, impenetrable, como un cisne de fieltro
Navegando en un agua de origen y ceniza.**

**El olor de las peluquerías me hace llorar a gritos.
Sólo quiero un descanso de piedras o de lana,
sólo quiero no ver establecimientos ni jardines,
ni mercaderías, ni anteojos, ni ascensores.**

**Sucede que me canso de mis pies y mis uñas
y mi pelo y mi sombra.
Sucede que me canso de ser hombre.**

**Sin embargo sería delicioso
asustar a un notario con un lirio cortado
o dar muerte a una monja con un golpe de oreja.
Sería bello
ir por las calles con un cuchillo verde
y dando gritos hasta morir de frío**

**No quiero seguir siendo raíz en las tinieblas,
vacilante, extendido, tiritando de sueño,
hacia abajo, en las tapias mojadas de la tierra,
absorbiendo y pensando, comiendo cada día.**

**No quiero para mí tantas desgracias.
No quiero continuar de raíz y de tumba,
de subterráneo solo, de bodega con muertos
ateridos, muriéndome de pena.**

Pablo Neruda "Residencia en la Tierra II"

Dedicada a Vicente y Guillem.

A Vanessa por su amistad, compañía y sobre todo por el amor que hemos compartido durante estos años

Agradecimientos

Agradecer en primer lugar a mis padres. Mi papá quien apoyo este proyecto hace años ayudando a disipar dudas que pudiera haber tenido. Mi mamá por su amor, palabras de apoyo y confianza en los momentos más difíciles. Mis herman@s Rodrigo, Jissella, Vania y Valeria. Agradecer a mi familia adoptiva, Paqui y Guillermo quienes me han cuidado como un hijo. Al abuelo Antonio y mis cuñadas Sara, Andrea. Agradecer a los compañeros de CREA en especial a Rosa, María y Gregor. A mis amigos de reuniones Luis y Andrés que ayudaron muchas veces a no desviar el camino. A Uri, quien ha estado a mi lado desde el comienzo a final de este trabajo. Por último agradecer a mis directoras de tesis, Marta y Adriana ya que sin su trabajo y paciencia esta tesis no sería posible.

ÍNDICE

Introducción	13
Justificación.....	21
Capítulo I Marco teórico	25
I.I.I Intencionalidad de los actos comunicativos	32
I.I.II Actos comunicativos de poder y dialógicos.....	36
I.II.I Teoría de la elección emocional	40
I.II.II La elección comunicativa.	42
I.III Masculinidad	47
I.III.I Masculinidad Hegemónica.....	47
I.III.II Nuevas masculinidades	67
I.III.III El lenguaje de la ética y el lenguaje del deseo hacia masculinidades .	77
I.IV Socialización	81
I.IV.I Familia.....	81
I.IV.II Familia y masculinidad	84
I.IV.III. La escuela y socialización	90
I.IV.IV Redes sociales y masculinidad	92
I.V Amor romántico.....	96
I.V.I Socialización y amor romántico	106
I.VI La violencia contra las mujeres y socialización preventiva de la violencia de género	108
I.VI.I Violencia contra las mujeres.....	109
I.VI.II Socialización preventiva de la violencia de género	116
I.VII A modo de conclusión.....	120
II. Diseño de la investigación	123
II.I Objetivos e hipótesis de investigación.....	126
II.I.I Objetivos de la investigación.....	126
II.I.II Hipótesis de investigación.....	128
II.II Metodología Comunicativa Crítica.....	129
II.II.I Dimensiones de la metodología comunicativa	131
II.II.II Postulados	132
II.II.III Criterios de rigor científico	135
II.III Técnicas de recogida y análisis de la información	136

II.III.I Relatos comunicativos	137
II.III.II Relatos comunicativos a familias	139
II.III.III Grupos de discusión comunicativos.....	139
II.IV Análisis de la información	141
II.IV.I Procedimiento del análisis de la información.....	142
II.IV.II Cuadro de análisis	144
II.IV.III Sujetos de investigación	147
II.V Contexto del estudio de caso.....	149
Análisis de la información	158
Análisis del contexto escolar	162
III. Actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad tradicional o hegemónica en el contexto escolar.....	163
III.I. Violencia.....	163
III.II. Amenaza de cambio y desprestigio de las nuevas masculinidades	168
III.III. Violencia verbal	170
III.IV. Mujeres como objetos	173
III.V. La atracción y deseo a la violencia	175
III.VI. Eterno mejor amigo.....	182
III.VII. Utilización del lenguaje	186
III.VIII. A modo de conclusión.....	191
IV. Actos comunicativos que promueven nuevas masculinidades en el contexto escolar.....	193
IV.I. El rechazo a la masculinidad tradicional	197
IV.II Reconocimiento de las nuevas masculinidades.....	202
IV.III. Reconocimiento de las nuevas masculinidades a través de la amistad	204
IV.IV. De la amistad al amor.....	207
IV.V. Solidaridad como parte de la amistad.....	216

IV.VI. Seguridad	217
IV.VII. La ambigüedad de la belleza	223
IV.VIII. Buenos	227
IV.IX. Relaciones igualitarias.....	232
IV.X. Las chicas toman la iniciativa	233
IV. Actos comunicativos y masculinidad en la familia.....	235
IV.I. Actos comunicativos en las familias que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica	237
V.I.I Padres y uso del lenguaje sexista	238
V.I.II. Padre y trato diferenciado entre hijas e hijos	241
V.I.III. La paternidad tradicional	243
V.I.IV. Ausencia del atractivo en las nuevas masculinidades.....	244
V.II. Actos comunicativos en las familias que superan el modelo de masculinidad hegemónica y actúan como elementos de transformación social	245
V.II.I La utilización del lenguaje.....	246
V.II.II Vínculo emocional madre/hija.....	252
VI. Actos comunicativos en las redes sociales	256
VI.I Actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica a través de las redes sociales.....	258
VI.I.I. Los celos y control en la red	259
VI.I.II Engaños e infidelidades.....	260
VI.II. Actos comunicativos que visibilizan y dotan de atractivo sexual a las nuevas masculinidades en las redes sociales.....	263
A modo de resumen	269
VII. Conclusiones	272
VII.I. Introducción	272
VII.II Contrastación de Hipótesis y Objetivos.....	278
VII.II.I Hipótesis I.....	278
VII.II.II Hipótesis II.....	285
VII.II.III. Objetivo General.....	290
VII.II.IV Objetivos Específicos	293

VII.III Propuestas para la superación de la masculinidad hegemónica 298

Bibliografía 302

Introducción

El estudio sobre la masculinidad es un tema que durante este último período de tiempo ha adquirido una relevancia destacable, especialmente si consideramos hechos como los de violencia de género que se hace cada vez más visible en sociedades occidentales. Qué significa ser hombre y por qué las chicas se enamoran de quienes no deben, son preguntas cuyas respuestas ayudarían a resolver una problemática tan importante. En nuestras sociedades, herederas de una estructura patriarcal de dominación masculina (Beavouir, 2001), existe un modelo de masculinidad hegemónica vinculado a características agresividad, dureza o imposición a la mujer (Connell, 2005; Kimmel, 2000). Pero también existen características y aptitudes en algunos hombres que no están ligadas a una masculinidad hegemónica. Muy por el contrario promueven un trato igualitario en todos los espacios sociales, especialmente en el doméstico. Este tipo de masculinidad, conocida como masculinidad igualitaria o nuevas masculinidades (Seidler, 1994; Kimmel, 2000; Gilmore, 1994; Flecha, 2013), es el objetivo de un movimiento que se promueve a través de asociaciones como “AHIGE” (asociación de hombre por la igualdad de género) o “Homes en Diàleg” (Hombres en Diálogo) asociación que trabaja por una sociedad en la que hombres y mujeres tengan una convivencia basada en la igualdad trabajando además por un reconocimiento de las nuevas masculinidades alternativas.

El estudio de las masculinidades durante estos últimos años, ha logrado una notoriedad dentro de las ciencias sociales como muy pocas otras líneas de estudio (Connell, 2005; Kimmel, 2000, 2008; Lomas, 2004; Fernández, 2011).

Esto sin duda está relacionado con el aumento que existe en la violencia contra las mujeres (Valls, Oliver & Puigvert, 2008) y que sin duda está relacionado con un problema de cómo nosotros los hombres, entendemos nuestra masculinidad (Kimmel, 2008). A título personal podría enumerar varias razones para justificar mis motivaciones para centrar mi investigación en masculinidad. Sin embargo, la principal razón está en el problema de la violencia contra las mujeres. Si bien el problema de la violencia contra las mujeres se da de forma transversal (Flecha, Melgar, & Valls, 2008; Melgar, 2009), personalmente de una u otra forma durante los primeros años de mi vida he tenido que convivir con ello. Mujeres y hombres muy cercanos mí, han estado ligados a este flagelo durante muchos años. Esto para mí es suficiente motivación para realizar una investigación de estas características, porque el principal objetivo de esta investigación es plantear y poner en cuestión el modelo de hombres del cual se enamoran las mujeres, es decir, a través de esta investigación se profundiza en los actos comunicativos que permiten visibilizar nuevos modelos de atractivo (Duque, 2006; Puigvert, 2008) hacia hombres.

Plantear abiertamente ¿de qué tipo de chico se enamoran las mujeres? Tiene una respuesta a veces clara y que no muchos se cuestionan. La respuesta sería simplemente del más se hace notar, el que más llama la atención y el algunos casos la respuesta sería, el más hombre. Este tipo de respuestas son seguramente las que más se repiten cuando se les preguntan a las mujeres o en este caso a chicas, qué tipo de hombres es el que les gusta. Las respuestas de este tipo están asociadas al modelo de masculinidad tradicional o masculinidad hegemónica que más adelante analizaremos en profundidad (Duque, 2006; Padrós, 2012; Gómez, 2004). Pero la cuestión es ¿Cómo

generar otra respuesta a la misma pregunta planteada a las chicas? Es seguro que otra respuesta ya es mucho más difícil de conseguir. Sin embargo, esta tesis tiene la tarea de investigar cómo a través de los actos comunicativos se genera otra respuesta a la misma pregunta. Esto significa que las chicas ya no respondan “*el más chulo*” como se verá durante el transcurso del análisis, sino por el contrario, su respuesta sea “*aquel chico que es muy majo y guapo*”. Este tipo de respuesta es un paso fundamental para terminar con el problema de la violencia de género y discriminación que sufren las mujeres en la sociedad occidental que está vinculado al modelo de atractivos en el que se nos ha socializado (Gómez, 2004, Duque, 2006). Esto debido a principalmente a que quienes ejercen la violencia de género son hombres que siguen el modelo de masculinidad hegemónica (Connell, 2005; Kimmel, 2000) son los que tienen mayor éxito con las mujeres.

Esta tesis por tanto tiene la labor de definir e identificar un tipo de masculinidad alejada de la masculinidad tradicional o hegemónica. Para esto trabajaré el concepto de nuevas masculinidades, nuevas masculinidades alternativas (Flecha, 2013) o masculinidades igualitarias, que se refieren a un tipo de masculinidad muy alejada de la masculinidad hegemónica, que está relacionada con valores como la igualdad y el diálogo. Actualmente no existe consenso en la comunidad científica, acerca de cuál es la mejor forma para denominarlas (Connell, 2011). Al tener estos dos tipos de masculinidades (masculinidad hegemónica o tradicional y nueva masculinidad igualitaria o alternativa), la siguiente tarea será demostrar que la masculinidad hegemónica ya no es el único tipo de masculinidad que atrae a las chicas, sino por el contrario, demostrar que hay chicos que poseen una masculinidad igualitaria

que resulta muy atractiva para algunas chicas. Además llegar a comprobar que entre los chicos adolescentes, ya no existe sólo un tipo de masculinidad hegemónica (con sus variantes que revisaremos más adelante), sino que existen muchos chicos que son de las nuevas masculinidades o alternativas como una forma de elegir y ejercer la masculinidad, es decir, como una nueva forma de ser hombres. El planteamiento de cómo y de quién nos enamoramos se hará desde un punto de vista sociológico, que poco tiene que ver con la actual literatura sobre el amor. Para ello haré una revisión de la bibliografía existente sobre el amor (Giddens, 1995; Beck & Beck-Gernsheim, 1998) y socialización en el amor y sobre la socialización preventiva de la violencia de género (Gómez, 2004; Duque, 2006; Oliver & Valls, 2004). Esto permitirá llegar a establecer cuáles son los principales mecanismos de socialización en el amor y determinar sobre quién nos gusta y por qué nos gusta (Gómez, 2004; Duque, 2006).

Además de en esta tesis doctoral se analizarán los actos comunicativos en contextos educativos de formación profesional, familiares y entre amigos. Para identificar qué interacciones favorecen una masculinidad igualitaria a través del lenguaje del deseo (Puigvert, 2008), y socializan a los jóvenes en nuevos modelos de masculinidad, transformando las relaciones de género superando los procesos de reproducción social como la son las desigualdades de género y la violencia contra las mujeres. El análisis de actos comunicativos incluye tanto el lenguaje verbal como el lenguaje no verbal, el contexto social (o situación de los hablantes en el contexto social) y la consecuencia de la interacción con el objetivo de identificar interacciones dialógicas y de poder presentes en una relación (Soler & Flecha, 2010).

Este trabajo se fundamenta en el trabajo llevado a cabo por Jesús Gómez, que como sociólogo y educador, trabajó como línea de investigación las relaciones afectivo-sexuales. En uno de sus libros sobre las relaciones afectivo-sexuales entre adolescentes “*El amor en la sociedad del riesgo*”, Jesús Gómez (2004) demuestra que la atracción es una cuestión social vinculada directamente al proceso de socialización que viven los individuos y no a la química (flechazo) o biología. Desde este punto de partida quiero intentar llevar a cabo una investigación que demuestre que hoy en día existen jóvenes que, en su carácter igualitario con las chicas, resultan atractivo para éstas. Y por otro lado, y en esta misma línea, demostrar que para las chicas, los hombres que están más próximos a una masculinidad hegemónica continúan teniendo éxito en las relaciones románticas (Duque, 2006; Padrós, 2012; Aubert, Melgar & Valls, 2011), sin embargo, éste modelo de hombres ya no es el único que resulta atractivo para las chicas. Es decir, que en una sociedad como la actual existen muchos indicios para demostrar que estamos frente a situaciones novedosas en el ámbito de las relaciones afectivo-sexuales de los adolescentes, y porque no decirlo de los adultos. Descubrir cómo entre adolescentes además de triunfar el “*chulo*” con las chicas (reproductor cultural de una masculinidad hegemónica o tradicional), también existen jóvenes portadores de una masculinidad igualitaria que logran ser atractivos para las chicas.

Así mi investigación se centra en adolescentes, porque “*están en el amanecer de sus relaciones afectivo-sexuales*” (Gómez, 2004: 5) y pretende analizar cómo se construye la masculinidad igualitaria. Pero la construcción de esta masculinidad, está relacionada con el amor. En este sentido analizaré una masculinidad igualitaria atractiva en los adolescentes, o sea, vinculada al

atractivo sexual que puede ejercer sobre las chicas. Muy probablemente durante el transcurso de esta investigación me encuentre que el modelo hegemónico o tradicional es el que más se repite, sin embargo, esto no significa que debamos obviar modelos alternativos que, aunque ahora menos visibles pueden contribuir, a una transformación social respecto a la forma que tienen los adolescentes de elegir pareja.

Es importante destacar el interés planteado hacia una masculinidad igualitaria con un atractivo sexual, ya que a menudo a aquellos hombres que son representantes del modelo de masculinidad igualitaria suelen ser discriminados en lo que a aspectos del amor se refieren (Gómez, 2004; Duque, 2006). Por un lado las chicas a los hombres que se les suele vincular con este tipo de masculinidades les consideran como amigos y sólo amigos. Esto quiere decir que pueden ser hombres atractivos, majos y muy abiertos al diálogo al momento de establecer una relación, sin embargo, a la hora buscar un hombre para tener una relación romántica, las mujeres buscan a otro tipo de hombres *“y sitúa como amigos a aquellos hombres comprensivos, románticos, sensibles que no siguen el modelo de masculinidad hegemónica con los que se puede entablar una amistad y/o una relación sentimental de estabilidad, pero que no genera excitación”* (Duque, 2006: 75). En segundo lugar, la discriminación que sufre éste tipo de chicos, es la que sufren por parte de otros hombres pues les consideran *“calzonazos”*. Este motivo hace muy importante llegar a investigar sobre el atractivo que pueden ejercer los chicos llamados igualitarios frente a las chicas de su misma edad, *“también las mujeres se han acostumbrado en ocasiones a tratar mal a los hombres que no lo han hecho con ellas. Aquellos que no respondían un modelo de masculinidad hegemónico, ha recibido en*

ocasiones el maltrato de los hombres que si lo seguían y de algunas mujeres que han visto en ellos su oportunidad para imponerse mediante una inversión de roles” (Duque, 2006: 62).

Esta investigación se enmarca en la investigación llamada: *El impacto de los actos comunicativos en la construcción de nuevas masculinidades (2010-2012)* coordinada por el CREA-UB, Centro Especial en Teorías y Prácticas Superadoras de Desigualdades, de la Universidad de Barcelona y que está financiada por el Plan Nacional I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación. Dicha investigación está coordinada por la Dra. Marta Soler. El hecho que esta tesis doctoral estuviera enmarcada en dicha investigación me ha permitido trabajar durante un año como voluntario en el proyecto. Esta experiencia ha sido fructífera tanto como título profesional, como a título personal pues me he permitido conocer a personas que trabajan por transformar desigualdades, investigando y con un compromiso de ser consecuentes con lo que proponen, cualidades que a título personal he visto en muy pocas ocasiones. Sin duda una de las mejores experiencias profesionales que he tenido en mi carrera.

La investigación está dividida en dos partes. En la primera parte consta del marco teórico y del diseño metodológico, capítulos I y II respectivamente. En el capítulo del marco teórico está planteado el estado de la cuestión donde se revisan los principales autores y conceptos centrales en temas de actos comunicativos, masculinidad y socialización e investigación en masculinidad violencia de género y actos comunicativos. En el capítulo del diseño metodológico expongo la metodología comunicativa crítica, con la cual trabajare en esta tesis. Además está la estrategia metodológica de trabajo de

campo y análisis de la información. En la segunda parte de esta tesis está el análisis de los resultados y las conclusiones, capítulos III hasta el capítulo VII. El análisis de los resultados de este estudio estará dividido en dos partes. En la primera parte se presentará el trabajo llevado a cabo dentro del centro de formación profesional en donde se hará hincapié en las interacciones y actos comunicativos entre los jóvenes que permiten una visibilización de una masculinidad igualitaria atractiva, capítulos III y IV. En esta parte del estudio se podrán identificar a aquellos chicos que promueven la masculinidad igualitaria. En la segunda parte del análisis están los resultados de las interacciones que se producen en el contexto familiar e interacciones que se producen en las redes sociales, capítulos V y VI. El capítulo V está dedicado al análisis de los actos comunicativos que se producen en contextos familiares, identificando interacciones que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica, así como actos comunicativos que promueven nuevos modelos de masculinidad. Por último en el capítulo VI, se analizan interacciones que se producen en las redes sociales. Si bien, esta última parte del análisis no estaba considerada, durante el trabajo de campo, ha ido surgiendo como una forma de generar interacciones entre chicas y chicos que he considerado muy importante, por este motivo le he dedicado un capítulo en exclusivo para analizar este tipo de interacciones. Una vez analizados estos contextos de interacciones sobre las masculinidades, en el capítulo VII están las conclusiones y propuestas de esta investigación.

Justificación

La investigación tiene como principal objetivo la identificación de actos comunicativos que promueven nuevas masculinidades atractivas. Esta investigación está orientada a identificar cómo funcionan los actos comunicativos en la formación profesional que fomentan nuevas masculinidades igualitarias asociando un lenguaje de la ética y del deseo en una sola persona (Puigvert, 2008). La necesidad de hacer estudios sobre nuevas masculinidades está argumentada en investigaciones sobre los problemas que tiene el modelo de masculinidad tradicional en el contexto educativo (Connell, 1987; Willis, 2008; Mac an Ghail, 1996). Problemas como la violencia, el racismo son sólo algunos de los aspectos estudiados y que indican que existe una necesidad de un cambio de modelo de masculinidad en el ámbito educativo. Además de estos problemas existe en el modelo tradicional de masculinidad una fuerte tendencia al fracaso escolar, debido a asociar el trabajo escolar como algo afeminado que pertenece a las mujeres u otro tipo de hombres (Lusher, 2011; Mac an Ghail, 1996). En este sentido los jóvenes consideran que tener un éxito escolar es propio de mujeres y no de hombres.

Además de estos argumentos se considera oportuno realizar esta investigación en la formación profesional, porque es una instancia educativa que prepara a los jóvenes para ir directamente al mercado laboral. Es decir que la mayoría de los jóvenes que han participado de la investigación están en sus últimos años de educación, para entrar directamente al mundo laboral. Por otro lado, he elegido la educación como un tema transversal en la investigación, porque la escuela y en este caso el instituto de formación profesional, son parte de las

principales instituciones en la que los individuos son socializados. Además es donde los jóvenes pasan la mayor parte del día, por lo cual adquiere para ellos una importancia muy relevante respecto a los que ocurre en sus vidas.

Además de los problemas que produce a los propios chicos el modelo de masculinidad tradicional. Existe otro que justifica aún más la investigación que se presenta y es el problema de la violencia de género contra mujeres y chicas (Valls; Duque & Puigvert, 2008). La violencia hacia las mujeres no es propio del ámbito privado tal y como se verá, sino que además es un problema que se produce en muchos espacios cotidianos donde comparten hombres y mujeres (Oliver & Valls, 2004). Es este sentido hay que señalar que los problemas de violencia de género contra las mujeres está sustentada por el modelo de socialización del atractivo, que promueve a hombres tradicionales como los hombres atractivos (Gómez, 2004; Duque, 2006; Padrós, 2012). De esta forma la investigación se centra en la visibilización de nuevas masculinidades igualitarias o nuevas masculinidades alternativas (Flecha, 2013). Este nuevo modelo de masculinidad se caracteriza principalmente por un trato igualitario con sus novias o compañeras de ligue. Esta visibilización se realiza a través de actos comunicativos que incluyen actos verbales y no verbales (Soler & Flecha, 2010). De acuerdo a esto, los nuevos modelos de masculinidad son modelos que están alejados del modelo tradicional y con ello de la violencia que le caracteriza, y los problemas propios de este tipo de modelo de masculinidad como el fracaso escolar. La intención es potenciar los nuevos alternativos de masculinidad con el fin de cambiar la socialización del modelo de atractivo.

La importancia del contexto escolar está en el hecho que es una de las principales instituciones socializadoras de las sociedades modernas (Giroux, 1997; Bourdieu, 1998). Además de ser un espacio donde los jóvenes interactúan a diario pasando gran parte de día dentro del instituto. Teniendo en cuenta la importancia de la educación he considerado además la familia y los actos comunicativos que se producen en este contexto, también por la relevancia que adquiere en la socialización y la transmisión de valores de los jóvenes. Constituyendo junto con la educación las dos principales instituciones socializadoras de las sociedades modernas (Bourdieu, 1988). Además de estos contextos socializadores que he mencionado, durante el transcurso de la investigación he debido integrar un tercer contexto, el de las redes sociales. Esto principalmente porque durante el transcurso de la investigación, los jóvenes destacaban que era a través de la redes sociales donde se producían gran parte de las interacciones entre chicas y chicos (Manago; Taylor & Greenfield, 2012).

Teniendo en cuenta estos tres contextos en los cuales se desarrollan actos comunicativos y como mencioné antes existe la preparación para el trabajo que se da en la formación profesional. Además existe en estos centros otras características particulares que se refieren principalmente que en la formación profesional se dan características de ambientes muy masculinizados, es decir al haber una preparación directa para el mundo laboral, existe en la formación profesional una asociación con una masculinidad obrera (Willis, 2008; Connell, 1987; Mac an Ghail, 1996). Además el instituto en donde se realiza la investigación tiene una doble particularidad. Primero y como he mencionado antes existe una masculinización de la formación profesional y en este instituto

sólo uno de los grados que ofrece hay exclusivamente hombres. Mientras que por otro lado, existen dos grados que tienen la particularidad de ser todo lo contrario, ya que existe presencia casi exclusiva de chicas. Esta situación le da a las interacciones que se producen dentro del instituto la particularidad que se generan en ambientes diferenciados, dentro de la clase con personas del mismo sexo y que se mezclan en interacciones de amistad y de amor durante los descansos. Así por ejemplo tenemos interacciones entre chicos que se hostigan en un ambiente que se da solo entre chicos. Mientras que por otro lado existen interacciones entre chicas y chicos que se dan gracias a la amistad y encuentros en el patio. En este sentido, para mí es importante descubrir cómo se construyen y potencian nuevas masculinidades atractivas. Porque se dan interacciones en ambientes bien diferenciados y que se mezclan en determinados momentos.

Es importante señalar que además de la importancia investigativa que tiene éste instituto en cuanto a interacciones, se debe mencionar que ha sido una tarea un tanto dificultosa encontrar un instituto de formación profesional que accediera a participar de la investigación abriendo sus puertas para ello. Por este motivo la investigación se realiza puntualmente en Hospitalet del Llobregat. Es decir, existen razones netamente metodológicas y practicas por la cual la investigación se realiza en esta ciudad del área metropolitana. La principal razón que justifica esta decisión, es que ante la dificultad de encontrar un instituto que participe en la investigación, el instituto que accede a autorizar la entrada a sus dependencias es el Instituto Jaume Balmes de Hospitalet del Llobregat.

Capítulo I Marco teórico

La investigación sobre masculinidades, nuevas masculinidades igualitarias y actos comunicativos ligadas al atractivo sexual, como las que presento en esta tesis doctoral, requiere del análisis conceptual de las distintas áreas temáticas de investigación para unas adecuadas de las descripciones conceptuales o contextualización conceptual de los temas a tratar a lo largo de esta investigación. Además de una descripción conceptual sobre los modelos de atracción y socialización de los mismos. Para todo este análisis comenzaré de por el desarrollo de investigaciones sobre los actos comunicativos, comenzando por Jon Searle (Searle, 1986) y Habermas (Habermas, 2001) hasta llegar a los aportes de los mismos, hechos por Ramón Flecha y Marta Soler (Soler & Flecha, 2010) sobre actos comunicativos dialógicos y de poder. Además de hacer una descripción sobre la intencionalidad de los actos comunicativos. Una vez hecha la conceptualización de los actos comunicativos, haré una asociación entre los comunicativos y emociones a través de Elster (Elster, 1999). En lo que refiere a los estudios sobre masculinidad basare el desarrollo conceptual en dos líneas. La primera basándome en el análisis realizado en la teoría social hecha por Connell (Connell, 2005) donde desarrolla el concepto de masculinidad y sobre todo el concepto de masculinidad hegemónica. La segunda línea conceptual sobre masculinidad está dirigida a la investigación teórica sobre nuevas masculinidades (Gómez, 2004; Fuller 2001; Seidler, 2006). Continuando con esta línea sobre las nuevas masculinidades, existe una vinculación con el atractivo sexual de estas a través del lenguaje (Puigvert, 2008) y sobre cómo nos socializamos hacia un determinado modelo de masculinidad al cual le otorgamos atractivo (Duque, 2006). Para esto, haré

una revisión de las principales corrientes de pensamiento sobre el análisis del amor, como Giddens, Beck y Gómez (Beck & Beck-Gernsheim, 1998; Giddens, 1995; Gómez, 2004).

Además de masculinidades y actos comunicativos, esta investigación está dirigida a la transmisión de valores a través de los actos comunicativos. Entendiendo la transmisión de valores, como un proceso de socialización continua que se lleva a cabo y se produce en distintos ámbitos, como son la familia y la escuela (Berger & Luckmann, 1968; Gómez, 2004). Añadiendo una forma de socialización no contemplada en un principio y que tiene que ver con la socialización y construcción de identidad a través de las redes sociales, y cómo los medios de comunicación en la red se han transformado en una forma de interacción directa entre las personas. Para continuar con las descripciones sobre las principales formas de socialización como son escuela y familia. La investigación está vinculada de forma directa a los actos comunicativos y masculinidades, en específico a las nuevas masculinidades igualitarias. Por ello esta tesis se enmarca en una línea de investigación que desde hace años se desarrolla en CREA-UB y se trata de la socialización preventiva de la violencia de género. Para ello he de dedicar un apartado para tratar sobre éste tema tan importante para esta investigación, como es la violencia de género y además sobre la socialización preventiva de la violencia de género, que es el fin principal de esta investigación (Flecha, Puigvert, & Redondo G., 2005; Oliver & Valls, 2004). Como he mencionado antes, el análisis conceptual de los temas a tratar en esta investigación comenzara por el análisis y estudio de los actos comunicativos.

I.I Actos Comunicativos en las relaciones interpersonales

La importancia que tienen los actos comunicativos en la construcción de nuestra percepción del mundo, es una cuestión que se plantea desde las primeras investigaciones llevadas a cabo por Austin (Austin, 1971) y por su discípulo Jon Searle (Searle, 2001). Es a través de los actos comunicativos como construimos nuestra percepción del mundo. Es gracias a nuestra capacidad de lenguaje que construimos sentido, evaluamos y por supuesto nos comunicamos (Habermas, 2001). Por ello, la importancia de los actos comunicativos para construir, visibilizar y promover nuevas masculinidades igualitarias. Cuando se hace referencia al concepto de actos comunicativos, no solo se hacen referencia a los actos de habla, sino también al lenguaje verbal y no verbal entre personas que normalmente ocupan diferentes posiciones dentro de la estructura social (Searle & Soler, 2004).

El análisis de los actos comunicativos en todas sus dimensiones permite identificar cuando una relación es dialógica, por tanto basada en interacciones de igualdad y dialogo, y cuando es de poder, predominando interacciones coercitivas y faltas de libertad. Así para identificar qué tipo de interacciones se dan entre las personas, es necesario diferenciar los actos comunicativos que reproducen relaciones de poder existentes y los actos comunicativos que generan relaciones igualitarias y transformadoras. De acuerdo a esto, existen una gran cantidad de interacciones que sobre las que centrare la investigación. Designando como los actos comunicativos de poder a aquellos actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica. Por otra parte, aquellos actos comunicativos dialógicos están relacionados con

aquellas interacciones que promueven nuevas masculinidades igualitarias. La conceptualización de los actos comunicativos fue comenzada por Austin (Austin, 1971), estableciendo tres características fundamentales que posee cada acto de habla. La primera se refiere al contenido locucionario de una emisión, este contenido de la emisión está directamente relacionado con el significado de la emisión. La segunda característica se refiere al contenido ilocucionario de una emisión, este contenido ilocucionario se refiere a la fuerza que incluye la intención del hablante. Por último está el contenido perlocucionario de una emisión, este último contenido está relacionado con la acción resultante. Austin (Austin, 1971; Searle & Soler, 2004) plantea que toda emisión completa incluye un indicador de la fuerza ilocucionaria como parte del significado, por tanto lo que Austin denomina actos locucionarios son en realidad actos ilocucionarios.

El principal autor en teorías contemporáneas en el estudio de los actos comunicativos es sin duda el sociólogo y filósofo alemán Jürgen Habermas. En su propuesta teórica plasmada en su libro *“La teoría de la acción comunicativa”* (Habermas, 2001), Habermas plantea que la acción comunicativa es una acción orientada al entendimiento entre los participantes y la búsqueda del consenso (Habermas, 2001a) basada en una racionalidad comunicativa. Según Habermas, las pretensiones de validez de cada emisión (acto de habla) se han de consensuar en base a la mejor argumentación y no en base a la imposición o poder. Además plantea que la principal vía de entendimiento está basada en los actos de habla, con la intención de dominar la situación en el mundo. Por tanto la acción comunicativa debe tener dos características: primero el uso del lenguaje ilocucionario y segundo, basarse en pretensiones de validez. Con ello

los participantes de la acción comunicativa, persiguen de común acuerdo sus respectivos planes de acción, sobre la base de una definición común de la situación. El éxito o fracaso conseguido a través de los actos comunicativos de habla, según Habermas depende del buen o mal uso de los esfuerzos por dominar la situación en el mundo.

La teoría de la acción comunicativa es una teoría que integra en su análisis dos componentes que hasta ahora se habían estudiado por separado, y son el mundo de la vida y el análisis de los sistemas sociales. Por ello, ésta propuesta teórica se ha transformado en referente sociológico a nivel mundial y Habermas, es uno de los sociólogos más citados por la comunidad científica internacional. La propuesta de Habermas, es que para poder superar las limitaciones de las perspectivas de la teoría de la acción y la teoría de sistemas, hay que lograr comprender ambas perspectivas desde ambas perspectivas es decir teoría de sistemas integrada con teoría de la acción (Habermas, 2001). Habermas comienza su análisis sobre la situación del sujeto en el mundo de la vida, para ello plantea que un individuo/sujeto tiene tres formas de relacionarse con el mundo (Habermas, 2001a). Cada una de esas formas de entender el mundo están relacionada con: el mundo objetivo; el mundo social, y el mundo subjetivo. Cuando un sujeto tiene la pretensión de llegar a un acuerdo con otro sujeto, la argumentación la realiza enfocada en uno de estos tres mundos. Por ejemplo cuando dos compañeras describen como atractivo a un hombre de masculinidad hegemónica. En ese momento denota que se está refiriendo a los tres mundos descritos por Habermas: el mundo social, una estructura social desigual donde el hombre violento es el atractivo y el exitoso. El mundo objetivo, una conversación entre dos

compañeras. Y por último el mundo subjetivo, donde estas chicas han sido socializadas hacia un determinado modelo de atractivo.

“La acción comunicativa se basa en un proceso cooperativo de interpretación en que los participantes refieren simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo, aun cuando en su manifestación solo subrayen temáticamente uno de estos tres componentes” (Habermas, 2001b:172)

Para llegar a esta conceptualización, Habermas desarrolla diferencias entre acuerdo y entendimiento. Al primero se refiere con el reconocimiento intersubjetivo de las pretensiones de validez que el hablante vincula a ella. Y con entendimiento se está refiriendo a la obtención de un acuerdo entre los participantes en la comunicación, acerca de la validez de la emisión. Por tanto, cuando existe consenso, se está haciendo una validez de los tres aspectos a los que el hablante se refiere al mundo, es decir objetivo, social y subjetivo como es el caso de un determinado modelo de atractivo en las relaciones afectivo sexual (Duque, 2006). Con esto Habermas plantea que en la acción comunicativa rige la regla de que si un oyente asiente la pretensión de validez que se tematiza, automáticamente se le reconocen las otras pretensiones de validez, que solo se plantean implícitamente (Habermas, 2001).

La acción comunicativa destaca como una forma de dominar las situaciones en el mundo desde dos perspectivas. La primera es la teleológica, que está referida a la realización de fines relacionada con el poder que se da en un determinado modelo de relaciones afectivas o románticas (Gómez, 2004). La segunda es el aspecto comunicativo, que se refiere a la interpretación de la

situación y la obtención de un acuerdo que para efectos de la investigación y como desarrollaré más adelante, se refiere a un modelo alternativo de relaciones afectivas o románticas. En la acción comunicativa los participantes de la interacción persiguen de común acuerdo sus respectivos planes de acción, basados ambos participantes en una definición común de la situación en el mundo. Por tanto, el éxito conseguido a través de actos de entendimiento constituyen los criterios del buen o mal uso de los esfuerzos por dominar la situación. Una situación determinada representa un fragmento de mundo de la vida, delimitado en vista de un tema. Una acción orientada al entendimiento le es constitutiva la condición de que los participantes realicen sus respectivos planes de común acuerdo en una situación de acción definida común, por ejemplo, cuando unos determinados jóvenes deciden, que el chico que es violento y que no trata bien a las mujeres debe ser censurado, para esto ya no se le sigue como líder de un determinado grupo o se le comienza a ver como poco atractivo (Habermas, 2001).

La importancia que adquiere el mundo de la vida en la teoría de la acción comunicativa, está en que la acción comunicativa tiene lugar precisamente en el mundo de la vida. Según Habermas el actor interpreta su mundo, actúa y desarrolla sus planes de acción. Dentro de las principales características que posee el mundo de la vida, es que el mundo de la vida les presentado de forma a problemática al sujeto. El mundo de la vida, no es mundo personal e individual, sino por el contrario el mundo de la vida es un mundo intersubjetivo. Por contra parte, la importancia que adquiere la acción comunicativa para el mundo de la vida es que permite una coordinación de la acción, de esta forma se crea integración social y solidaridad. Es decir que permite la socialización de

los sujetos y crea identidades personales. Los principales componentes del mundo de la vida son tres, cultura, sociedad y personalidad. La elaboración de la teoría de la acción comunicativa ha significado que el sujeto sea nuevamente el principal objeto de investigación en ciencias sociales en especial la sociología. Esto debido a que durante mucho tiempo el papel del sujeto ha, estado relegado a la función de las instituciones, según algunas teorías funcionalistas desarrolladas en especial durante la década de los ochentas, como la teoría de sistemas de Luhmann que desarrolla su teoría en base a la propuesta de Parsons (Luhmann, 1996). El hecho de elaborar una teoría tan compleja como la de la acción comunicativa, no está exenta de dificultades y algunas deficiencias. En los aspectos positivos está el hecho que permite hacer un análisis del potencial comunicativo del mundo de la vida frente a los sistemas e instituciones. Este ha sido el principal argumento teórico frente a las teorías funcionalistas como la que he nombrado antes.

Dentro de las deficiencias que se pueden encontrar en la teoría de la acción comunicativa de Habermas, está sobre todo el hecho que en su teoría solo tienen cabida los actos verbales. Es decir, dentro de su argumentación no tiene cabida actos comunicativos no verbales como los gestos, ni tampoco las emociones de los sujetos. En esta misma línea y sobre el hecho de considerar sólo los actos verbales como actos comunicativos, Habermas deja de lado el estudio sobre las emociones de los participantes en la interacción. Así como también deja de lado el contexto en el que se produce una interacción, tal como lo expresa Soler (Searle & Soler, 2004) cuando expresa que no es lo mismo que un jefe invite a una secretaria a tomar un café dentro del espacio laboral, pues esto puede ser coercitivo para que ella acepte.

I.I.I Intencionalidad de los actos comunicativos

Searle (2001), es al igual que Habermas uno de los principales exponentes de los actos comunicativos. Sus análisis parten de una base teórica iniciada por Austin (1971) quien fuera además profesor de Searle. En su análisis sobre el lenguaje, Searle profundiza en los actos ilocucionarios pero agrega el componente de intencionalidad de la emisión. Para Searle (Searle, 2001) existen unos componentes fundamentales para comprender como funciona el mundo tal y como lo conocemos. Para esto elabora una teoría donde existen tres componentes, en primer lugar está la mente que se manifiesta a través de la conciencia. En segundo lugar está el Lenguaje, que es una manifestación subjetiva de la conciencia y que posee intencionalidad. Y por último está la sociedad, donde la intencionalidad colectiva en la base de la institucionalidad. Esta se manifiesta en la creación de instituciones y estructuras sociales como el derecho.

Según Searle (Searle, 2001) la conciencia es un estado subjetivo, y que los estados subjetivos se relacionan con el mundo a través de la intencionalidad. Por tanto intencionalidad es la forma mediante la cual la mente se dirige o se refiere a objetos o estados de cosas en el mundo. Aunque la intencionalidad es la forma de manifestarse de la mente, y como no todos los estados mentales son conscientes, no todos los estados conscientes e inconscientes son intencionales. Es importante destacar que no hay una diferencia entre la intencionalidad de la mente y la intencionalidad del lenguaje, pues la intencionalidad del lenguaje depende de la intencionalidad de la mente. Además hace una distinción entre dos tipos de intencionalidad, la más

importante es la intrínseca, como por ejemplo las creencias que tienen la característica de ser independientes del observador. Y por otro lado están las derivadas, estas últimas como su nombre lo indica derivan directamente de las intrínsecas y además son dependientes del observador. Para Searle (Searle, 2001) existe una distinción clara en la intencionalidad, y se trata del tipo de intencionalidad y el contenido de la misma. Ya que por tipo de intencionalidad están las creencias, emociones y esperanzas. Mientras que el contenido está relacionado con aspectos relacionados con el trasfondo. Según Searle la mejor forma de establecer si se cumplen o no las intenciones, es que las intenciones tienen condiciones de satisfacción. Mientras mayor el número de intenciones satisfechas, mayor es el grado de satisfacción de quien transmite las intenciones a través del lenguaje. Por ello un estado intencional es satisfecho, si el mundo real es tal como el estado intencional representa que es. Para saber el estado intencional de una persona, se le debe preguntar si está satisfecho o insatisfecho.

Como últimos argumentos sobre la intencionalidad, Searle destaca el aspecto sobre la racionalidad de la conducta humana. Para esto argumenta sobre la causación intencional, según este, la conducta humana cuando es racional, funciona sobre la base de razones, pero las razones explican la conducta solo si, la relación y la conducta es lógica como causal. Por tanto las explicaciones de la conducta racional humana utilizan esencialmente el aparato de la causación intencional. Un último elemento referente a la intencionalidad se refiere al trasfondo de la intencionalidad. Se refiere a que la totalidad de nuestros estados intencionales, la totalidad de nuestras creencias, esperanzas, temores sólo funcionan sobre un trasfondo de saber hacer, que permite

enfrentarse al mundo. Es decir, los estados intencionales funcionan tal como lo hacen, sólo si se da un trasfondo pre intencional.

“El trasfondo de la intencionalidad es el conjunto de capacidades y supuestos que nos permiten afrontar el mundo. Es el saber implícito que damos por supuesto y que condicionan nuestras creencias, esperanzas y miedos, y en consecuencia el significado de lo que intentamos decir”

(Searle, 2001: 100)

A través de toda su argumentación Searle expone la importancia que poseen no sólo las emociones en las interacciones, sino que además explica la relevancia sobre el contexto en el que se producen las emisiones como es el trasfondo de la intencionalidad. Con esto Searle plantea que en un acto de habla no sólo existe una emisión y un sujeto receptor. Plantea que existen otras variables no consideradas por Habermas, quien como mencione antes, en los actos comunicativos sólo se refiere a los actos de habla o emisiones verbales, descartando además los actos comunicativos no verbales. Además de la relevancia que posee el contexto y las emociones en los actos comunicativos. Existen otras distinciones entre los distintos actos comunicativos, esto tiene que ver con actos comunicativos coercitivos o de poder y los actos comunicativos basados en la igualdad y el diálogo. Además se debe tener en cuenta el contexto donde se reproduce el acto comunicativo. Por ejemplo en situaciones donde un profesor universitario, pide algún tipo de favor a uno de sus estudiantes, éste estudiante puede sentirse coaccionado a aceptar hacer este favor pues el profesor tiene el poder de hacer una evaluación positiva o

negativa del estudiante. Por tanto el contexto donde se producen los actos comunicativos han de ser considerados (Searle & Soler, 2004).

I.I.II Actos comunicativos de poder y dialógicos

Un autor que trabaja el tema de los actos comunicativos y el poder es Teun van Dijk (Dijk, 2000). Éste autor se dedica a realizar estudios sobre la reproducción del poder a través del discurso. Sus análisis, en la misma línea de los estudios de los actos comunicativos, pretenden demostrar cómo el poder se reproduce en el discurso de quienes ostentan el poder y por aquellos que tienen acceso al mismo. Como es el caso de los hombres, que a través de la generación de un discurso sobre el deseo, hacen ver que los hombres exitosos y atractivos son los hombres violentos. Según su propuesta, es a través del discurso donde organizaciones y grupos poderosos controlan el discurso público, sobre todo el de la política pública, la opinión pública y la opinión de los ciudadanos (Dijk, 2000).

Éste autor llama a este tipo de estudios "*Estudios críticos del discurso*". Sus análisis se centran en: el análisis gramatical, análisis pragmático de los actos de habla, análisis retórico y estilística. Además del análisis de formatos globales como y otras estructuras (relatos, noticias, debates parlamentarios, conferencias o anuncios publicitarios). Por último pero no por ello menos importante, el análisis de la conversación en la interacción. A través de estos análisis van Dijk, muestra cómo hacer un análisis de los diferentes tipos de actos comunicativos ligados al lenguaje oral y escrito. Considerando además aspectos de los actos comunicativos no verbales como son los tonos de voz. Con estos tipos de análisis se puede demostrar que en los actos comunicativos

existe una intencionalidad de reproducción de un discurso dominante como es la masculinidad hegemónica. Los estudios críticos del discurso son aplicados a cualquier tipo de poder, sino que se aplica con especial énfasis, en el abuso de poder, es decir en las formas de dominación que terminan provocando desigualdad e injusticia social, como es el caso de la masculinidad tradicional o hegemónica.

Existen investigaciones que demuestran que en contextos privados los hombres continúan reproduciendo el modelo de masculinidad hegemónica a través de actos comunicativos. Así por ejemplo Schrock & Schwalbe (2009) demuestran que hombres que en principio se muestran igualitarios compartiendo tareas domésticas, realizan una serie de actos comunicativos que hacen una afirmación de su masculinidad. De esta forma a través de actos como el menosprecio de las tareas realizadas por sus compañeras, hombres que en apariencia son igualitarios reafirman su masculinidad a través de actos comunicativos de poder reproduciendo desigualdad pero en la intimidad del hogar. En esta misma línea, Hughey (2011) demuestra en Estados Unidos se continua reproduciendo el discurso masculino y racista en la intimidad del hogar de algunos hombres blancos. Este autor sostiene que existen muchos hombres que de cara al público se muestran tolerantes e igualitarios con discursos pro-feministas y anti-racistas, pero que en la intimidad del hogar reproducen un discurso que fomenta las desigualdades de género y de raza.

Desde CREA-UB también se ha hecho un análisis respecto a los actos comunicativos. Partiendo desde la misma base conceptual iniciada por Austin (1971), y seguida por Habermas (1987) y Searle (2001) (Flecha & Soler, 2010)

con el objetivo de dar respuesta a una sociedad compleja como en la que vivimos y para lograr entender correctamente la complejidad de las interacciones sociales es necesaria una conceptualización acorde con esta realidad. Lo primero que se ha de tener en cuenta en las interacciones sociales, es la participación de otros elementos no considerados por Habermas en la elaboración de su teoría. Estos elementos son precisamente los actos comunicativos no verbales como gestos, expresiones, y el mismo tono de voz al realizar una emisión verbal (Flecha & Soler, 2010). Lo segundo que se ha de tener en cuenta es que existe una diferencia en la conceptualización del concepto de acto ilocucionario hecha por Austin, Habermas y Searle. Para Austin en los actos comunicativos ilocucionarios sólo buscan el entendimiento. Habermas (2001) por su parte plantea que en el entendimiento de la interacción está el consenso. Por último Searle, argumenta que el consenso es un efecto perlocucionario. La propuesta desde CREA-UB es dialógica, esto implica que el consenso no es un efecto perlocucionario, si no lo que se decida por consenso a través del diálogo de los participantes de la interacción. Un aspecto a destacar en esta propuesta dialógica, es que la ausencia de coacciones y la sinceridad son requisitos de los actos comunicativos ilocucionarios y no de los actos comunicativos perlocucionarios. En resumen se puede decir que la principal distinción que hacen los actos comunicativos dialógicos es:

“Nuestra distinción entre actos comunicativos ilocucionarios y perlocucionarios se centra en que los primeros buscan el consenso y los segundos la acción [...] Para que un acto comunicativo sea dialógico se tiene que cumplir dos condiciones: que esté basado en actos

comunicativos ilocucionarios y que predominen las interacciones dialógicas” (Flecha & Soler, 2010: 4)

Por tanto el análisis de los actos comunicativos en las sociedades complejas como las actuales deben poseer las siguientes características. Primero el análisis de los actos comunicativos no sólo debe estudiar los actos de habla, sino que además, otro tipo de lenguaje como el corporal. La segunda característica es, que existe una diferencia entre los actos ilocucionarios de poder y los actos ilocucionarios dialógicos. Habermas vincula lo actos ilocucionarios a los actos comunicativo orientados al entendimiento. El problema de este argumento, es que Habermas incluye en su análisis actos ilocucionarios con pretensiones de poder. Hacer esta distinción es clave para distinguir entre actos comunicativos dialógicos y actos comunicativos de poder. Otra característica de los actos comunicativos que distingue de la propuesta de Habermas, tiene que ver con la distinción que hace este entre actos ilocucionarios que según él están orientados al entendimiento y los actos locucionarios orientados al éxito. El análisis de los actos comunicativos debe establecer que todos los actos comunicativos deben estar orientados tanto al éxito como al entendimiento (Searle & Soler, 2004). Por último es la característica de la sinceridad en los actos comunicativos. Todos los actos comunicativos dialógicos deben poseer la característica de la sinceridad como elemento clave para un buen entendimiento.

En lo que respecta a las relaciones afectivas, las relaciones e interacciones basadas en el poder están relacionadas con los actos comunicativos perlocucionarios. En este sentido quienes establecen relaciones afectivas-

sexuales de poder son hombres de masculinidad tradicional. Por el contrario, los que establecen relaciones afectivas dialógicas, son hombres o chicos vinculados a las nuevas masculinidades. Los actos comunicativos de poder en las relaciones afectivo-sexuales son una realidad en las relaciones entre adolescentes y adultos. Este tipo de interacciones, logra reproducir el modelo de masculinidad hegemónica. El modelo de atracción en adolescentes que mayormente se reproduce es el de los actos comunicativos perlocucionarios, es decir actos basados en el poder y la coacción (Ríos & Christou, 2010). Existe un modelo socializado de atracción basado en este tipo de interacciones y que muchos adolescentes asocian a la pasión (Gómez, 2004; Duque, 2006, Padrós, 2012). En este sentido existe una especie de consenso entre chicas y chicos de sentir un atractivo a quien nos maltrata. Por el contrario, existen indicios que entre las interacciones de los adolescentes hay actos comunicativos dialógicos entre adolescentes que ayudan a prevenir situaciones como las de violencia de género por ejemplo (Ríos & Christou, 2010).

I.II Elección emocional y comunicativa

I.II.I Teoría de la elección emocional

Una teoría referente para explicar el comportamiento de los sujetos de acuerdo a determinados elementos de carácter emocional, es la que propone Jon Elster (Elster, 1999, 2010). De acuerdo a su postura, el comportamiento humano no está determinado por un comportamiento racional ligado a una racionalidad económica. Por el contrario, según este autor plantea que el comportamiento de los sujetos viene determinado por las emociones de los sujetos, que a su vez vienen supeditadas por las creencias de las mismas. De acuerdo con este

planteamiento, los sujetos actúan de acuerdo a la siguiente correlación: creencia- emoción- acción.

“La acción emocional no se limita a favorecer la acción, sino también a favorecer la acción lo antes posible, para la obtención de los supuesto beneficios. A medida que aumenta el tiempo, disminuye la emoción por tanto también la acción” (Elster, 1999: 172)

Las emociones son creadas a partir de creencias acerca de hechos o estados. Por tanto la acción y las emociones son inducidas por hechos o estados. Las creencias en las que se fundan estas acciones pueden no ser correctas, por tanto las creencias que se basan en evidencias que no son correctas, son irracionales, por lo que las acciones que se basan estas en creencias irracionales, son a su vez acciones irracionales. Lo importante de las emociones, independiente si producen comportamientos racionales o irracionales, es que las emociones son construcciones sociales que permiten tomar decisiones. De acuerdo a esto, las acciones o los actos comunicativos de los sujetos están basados en las creencias, y estas creencias son las que producen emociones. El hecho que las emociones estén basadas en creencias hace que las acciones sean emocionales, y no por basarse en las emociones los actos comunicativos son irracionales. Con esto se explica que existe la posibilidad de transformar el estado de las creencias y por tanto de las emociones, ya que las emociones se basan en creencias y las creencias se socializan.

Vincular los actos comunicativos, las emociones y las nuevas masculinidades, es el objetivo de esta tesis, es decir los actos comunicativos sirven para

construir modelos y asignar valor a determinados modelos de comportamiento. Los actos comunicativos dialógicos permiten construir modelos de masculinidad basados en la igualdad y no en el poder. Resumiendo, la teoría de los actos comunicativos partiendo de Habermas entiende el acto comunicativo como una búsqueda de validez en las emisiones de los actores. Además Searle plantea que existe una intencionalidad en cada una de las emisiones. Los actos comunicativos dialógicos plantean que para que exista transformación debe haber un diálogo igualitario entre los que mantienen la interacción. Y la teoría de la elección emocional, plantea que las emociones son fundamentales a la hora de tomar decisiones. Con estos argumentos, quiero finalizar este apartado dejando en claro que la postura es que existen actos comunicativos dialógicos que promueven nuevas masculinidades, ya que solo un diálogo igualitario favorece la transformación. Al mismo tiempo existe muy poca literatura que estudie las emociones, sin embargo, la teoría elaborada por Elster es muy determinante en este sentido, ya que desmiente algunas posturas que plantean que una decisión basada en las emociones son irracionales.

I.II.II La elección comunicativa.

Basado en las descripciones hechas de acuerdo al modelo de masculinidad tradicional y por contra parte las nuevas masculinidades, que detallaré en el siguiente apartado, Jesús Gómez (2004) elabora una propuesta teórica desarrollada a través de investigaciones en la que demuestra que existe un modelo de socialización del atractivo hacia un determinado modelo de masculinidad. Este modelo de masculinidad, al cual están socializando a la

mayoría de las mujeres y hombres, es el modelo de masculinidad tradicional. Según la propuesta de Gómez (2004), existe en la sociedad en general y en los medios de comunicación en particular, una tendencia a imponer a los hombres violentos (vinculados a un modelo tradicional de masculinidad o de masculinidad hegemónica) como los atractivos y además como buenos amantes. Mientras que por otro lado, los hombres que poseen una masculinidad con valores democráticos no se les atribuye el atractivo necesario para poder ser vistos como modelos a imitar, ni tampoco se les cataloga como buenos amantes.

Para Gómez este modelo de atracción dirigida hacia un solo tipo de masculinidad es posible transformarlo, pues la belleza y la generación de atractivo son cuestiones que se socializan y por tanto corregibles (Elster, 1999). Éste sociólogo, (Gómez, 2004) hace una distinción entre dos tipos de modelos de relación afectivos sexuales. El primero llamado modelo tradicional y es el que está vinculado al modelo de masculinidad tradicional o hegemónica. En este modelo de relación es donde según expresan hay mucha pasión, pero sin amistad con la persona con la que se comparte esa relación. Aquí existe un trato desigual por parte de unos los integrantes de la relación. Este integrante puede ser un hombre o una mujer, pero para efectos de esta investigación está centrado sólo en el modelo de masculinidad que ejercen los hombres. En este modelo se nos hace creer que el amor es algo incontrolable, en el que es imposible manejar y tomar decisiones donde hay mucha pasión pero sin estabilidad emocional lo que nos propondría una segunda versión del mismo modelo de relación. Cuestión que como he descrito hasta ahora no es así pues las emociones están basada en creencias, por tanto transformables y

controlables (Searle, 1999). En esta misma línea el segundo modelo de relación que se refiere Gómez (2004) es el “*Amor sin pasión*”. Según describe, este tipo de relaciones son vistas como aburridas, en este tipo de relaciones se ofrece una relación estable, pero sin la intensidad pasional que supuestamente ofrece el primer tipo de relaciones. Estas relaciones estables son con hombres igualitarios, en la que se ofrece una relación igualitaria entre hombres y mujeres pero que no ofrece la intensidad para generar pasión. Este segundo modelo también es un modelo tradicional de relación afectivo sexual, en donde se encuentra la estabilidad necesaria, pero que está completamente desvinculada a la pasión.

“La internalización de ese proceso, mantenida a lo largo de la historia, hace que vivamos el amor por un lado y la pasión por otro: el amor se asocia a lo estable y amigable, mientras la pasión se une a lo instintivo e impulso” (Gómez, 2004:73)

La propuesta de Gómez está en el modelo alternativo de relaciones afectivo sexuales, en donde exista “*Amor y pasión*”, es decir juntar en la misma persona el amor y la pasión. De esta forma la propuesta de Gómez en cuanto al modelo de atracción debe ser dirigida hacia otro tipo de hombres, es decir hacia hombres con valores de igualdad y democracia, que estén por un trato igualitario entre hombres y mujeres. De acuerdo con esta propuesta de cambiar el modelo de atracción, las relaciones se basarían en un modelo de radicalidad democrática que solo traería consigo consecuencias positivas. La base de la propuesta es una socialización preventiva de la violencia de género (Flecha, Puigvert & Redondo, 2005), a través de un cambio radical en el modelo de

atracción, es decir, hay que generar atractivo hacia un nuevo modelo de hombres, hacia unas nuevas masculinidades igualitarias, donde la base de la relación sea el diálogo y no el poder.

Existen cuatro claves para lograr establecer y cambiar los modelos actuales de relaciones de pareja y transformar la relación en una relación igualitaria entre los participantes de esta relación. Primero radicalización de la democracia. Gracias a la modernidad cada sujeto elabora su propio currículum de vida, esta elaboración se hace en base a la constante toma de decisiones. Gracias a la constitución social de amor, sólo la democratización de las relaciones puede llevar a una transformación social en las relaciones de pareja. Como segundo punto, está en el dar un mayor protagonismo de los actores sociales. Los sujetos son los auténticos protagonistas de sus vidas íntimas y amorosas, la modernidad y la sociedad del riesgo ha traído consigo una des-tradicionalización en donde los propios sujetos quienes construyen su futuro. El sujeto es el actor principal, ya no hay cabida a presiones o tradiciones de iglesias, si alguien decide casarse por la iglesia, no es porque lo hayan obligado o porque que es parte de una larga tradición, sino porque los sujetos implicados en dicho matrimonio, así lo han decidido (Beck, 1998).

Como tercer punto Gómez propone establecer como principales elementos de la relación el diálogo y del consenso. La democracia en la intimidad de la relación debe ocupar un papel principal, basándose en la comunicación y el diálogo, tomando las decisiones sobre la base del mejor argumento y no del poder. Como cuarto y último punto Gómez propone creación de sentido y encanto en la comunicación. La visión del amor debe estar contemplada dentro

de un análisis general basado en una racionalidad comunicativa, la importancia de los acuerdos en igualdad de condiciones entre las personas que participan en la relación amorosa es primordial.

Las sociedades industriales establecían determinados comportamientos a todos sus miembros (Beck, 1998). En el caso de las relaciones de pareja, apuntaban y establecían determinados comportamientos. Con el avance de la modernidad, el feminismo y la democracia, se comienza a cuestionar el rol que jugaban principalmente las mujeres en las relaciones (Beck & Beck-Gernsheim, 1998). Hoy ya no sólo se pone en cuestión el papel que juega la mujer, sino también el papel que juega el hombre. Hoy día las relaciones de pareja afectivo sexuales se establecen obedeciendo a decisiones tomadas conjuntamente y no tradiciones. La relación ha de estar basada en el dialogo, el consenso y la libertad. La relación existirá mientras los sujetos estén dispuestos a que la relación continúe, para ello requiere un constante diálogo comunicativo, una elección comunicativa, ya que el amor se justifica de manera emocional e individual, no tradicional.

“La insatisfacción de las relaciones basadas, bien en ligar (pasión sin amor), bien en la estabilidad (amor sin pasión), sólo puede superarse uniendo en la misma persona ternura y excitación, amistad y pasión, estabilidad y locura” (Gómez, 2004: 99)

I.III Masculinidad

I.III.I Masculinidad Hegemónica

La discusión teórica en ciencias sociales respecto al dominio de lo masculino frente a las mujeres, ha sido tema de debate durante el último siglo, especialmente tras el surgimiento del movimiento feminista (Connell, 2005; Kimmel, 2000; Bourdieu, 2000, Fernández, 2011). Una descripción sobre los estudios dedicados a la masculinidad es el que realiza Juan Carlos Ramírez (2010) repasando las principales corrientes investigativas sobre género durante los últimos cien años, destacando la importancia de la multi-dimensión conceptual que deben tener los estudios de género. Con esto pretendo lograr una correcta contextualización de los estudios de masculinidades que durante estas dos últimas décadas han aflorado mucho, en especial en países de habla inglesa. Ramírez (2010) hace un repaso de los principales ejes estructurales de estudios sobre masculinidades y sus respectivos sub-campos. El primero, el eje estructural duro y los sub-campos de trabajo, economía, violencia, identidad y raza-multiculturalismos, todos estos con una vinculación y relación con el género masculino. El segundo, eje estructural suave de estudios de masculinidad y los sub-campos de paternidad, salud sexual y reproductiva, y vulnerabilidad. Por último, propone el eje de cambio estructural donde están los estudios de modelos alternativos, intervenciones (evaluaciones), proceso de cambio complejo tendentes a la equidad y por último cambio y resistencia. Esta investigación de acuerdo a esta división, está ubicada en el tercer eje estructural de cambio, pues propone a un cambio positivo de masculinidad a través de los actos comunicativos. Por motivos de profundidad en cada uno de

los ejes, Ramírez ofrece una visión panorámica de lo que está sucediendo en los estudios sobre masculinidades.

La masculinidad desde una perspectiva tradicional, se comienza a estudiar a partir de trabajo de Simone Beavouir en el año 1949 (Beavouir, 2001). En su trabajo, Beavouir hace un profundo análisis sobre los procesos de socialización de hombres y mujeres. Según este análisis de socialización, los hombres son sometidos a mayores presiones que las mujeres, esto por el continuo refuerzo de la virilidad que la sociedad está continuamente haciendo. Este continuo refuerzo de la virilidad se traduce en una continua desigualdad de poder entre hombres y mujeres. Ello además provoca una consolidación del modelo de dominación de hombres sobre mujeres. A partir de los análisis centrados en la masculinidad, se comienza a poner de relieve una discusión sobre masculinidad que en la comunidad científica se conoce como masculinidad tradicional o masculinidad hegemónica (Connell, 1983; 2005; Seidler, 1994; Bonino, 2007; Kimmel, 1996; Mac an Ghail, 1994; Gómez, 2004).

Una investigación reciente sobre los procesos de socialización que sufren hombres fue llevada a cabo en los Estados Unidos por Steinfeldt, Foltz, Mungro, Speight, Wong, & Blumberg (2010). Esta investigación fue un estudio cualitativo donde se intenta determinar la importancia de los procesos socializadores que se llevan a cabo sobre hombres que juegan fútbol americano a través de sus entrenadores. La investigación determinó que los entrenadores de fútbol transmiten valores de masculinidad, no sólo ligados a la violencia como se puede llegar a pensar, sino que incluyen valores como el respeto, solidaridad y por sobre todos el valor de la responsabilidad. Esta

investigación demuestra que muchos hombres son contantemente socializados en determinados comportamientos y que esto implica una reproducción de los modelos tradicionales de masculinidad a través de procesos socializadores distintos al que viven las mujeres.

La actual situación de desigualdad que viven las mujeres ha sido estudiada desde diversas perspectivas, así por ejemplo David Tjeder (Tjeder, 2010) propone un repaso de la construcción de la ciudadanía y una misoginia implícita en la construcción del dominio de lo masculino. En un repaso histórico sobre literatura, arte y política, Tjeder (2010) pone de manifiesto que la exclusión de las mujeres de la vida social a partir de la construcción de las sociedades capitalistas, se debe a una misoginia implícita que obviaba a las mujeres en el arte y en especial en toda la vida social. Desde la construcción de la ciudadanía, hasta los ideales del triunfo y éxito, hay una omisión de las mujeres. Pero además de obviar u omitir a las mujeres, se les construye unos de estereotipos como esposa leal y subordinada, mujer sufridora, mujer prostituta, agregando además que aquellas mujeres con formación intelectual que fueron duramente criticadas.

El concepto de masculinidad hegemónica se comienza a utilizar a partir del año 1985 a partir de la construcción de una teoría social muy compleja por parte de la socióloga australiana Raewyn Connell planteando de manera clara como lo masculino ha sido elaborado por sobre lo masculino.

“La investigación histórica nos sugiere que lo mismo podría decirse de la cultura europea misma antes del siglo XVIII. A las mujeres se les consideraba claramente distinta a los hombres, pero la diferencia residía

en que se las consideraba representaciones incompletas o inferiores de un mismo carácter” (Connell, 2005:104)

En su análisis Connell, utiliza el concepto de hegemonía de Gramsci (Gramsci, 1981) entendida como la reproducción cultural de las clases dominantes: educación. Instituciones religiosas y medios de comunicación. Hay que tener en cuenta que la hegemonía no es solo a través del uso de la fuerza. La hegemonía supone reproducir la supremacía del hombre a través de las instituciones. En este caso la masculinidad hegemónica, surge cuando un determinado modelo de comportamiento masculino logra imponerse dando sitio a una situación de desigualdad, como por ejemplo reproducir modelos de atractivo de hombres violentos. Este planteamiento lo profundiza con la elaboración de una teoría social sobre la masculinidad. Para esto Connell establece cuatro tipos de masculinidades, la primera de ellas la llama masculinidad hegemónica o tradicional.

“El concepto de hegemonía lo adquiere de Antonio Gramsci, sobre las relaciones clase, se refiere a la dinámica cultural por medio de la cual un grupo exige y sostiene una posición de mando en la vida social. La masculinidad hegemónica puede definirse como la configuración de la práctica de género que incorpora la respuesta aceptada, en un momento específico, al problema de la legitimidad del patriarcado, lo garantiza (o se considera que garantiza) la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres” (Connell, 2005:117)

Este tipo de masculinidad, en descripciones de Connell es el modelo dominante actual. Esto se puede ver en todo tipo de organizaciones e instituciones con

cierto grado de tradición. Ya sean iglesias, ejércitos, universidades, todas estas instituciones tiene en los más altos cargos a hombres. También se puede ver de manera clara en una de las principales instituciones del Estado moderno como es la política y el Poder Legislativo, donde las mujeres no alcanzan al 30% en algunos partidos en número de escaños en el senado o diputados. Y se puede ver de forma mucho más clara en la participación en la dirección de empresas o de cargos ejecutivos importantes, donde la presencia femenina no llega al 5% (INE. 2010). Este modelo de masculinidad se le ve como el hombre exitoso, atractivo, seguro y capaz de dominar cualquier tipo de situaciones. Kimmel (2008) lo describe como un hombre de negocios exitoso, elegante y conservador en lo político. Al ser un modelo exitoso, somos los propios hombres quienes acabamos por reproducir de manera mucho más contundente el modelo de masculinidad hegemónica.

“La principal característica de la hegemonía es el éxito de su reclamo a la autoridad, más que la violencia directa (aunque la violencia a menudo apuntala o sostiene la autoridad)” (Connell, 2005:117)

Además del modelo hegemónico de masculinidad, Connell describe tres tipos más de masculinidad, que son: la masculinidad subordinada, la masculinidad cómplice y la masculinidad marginada. En la masculinidad subordinada Connell (2005) se refiere al sometimiento que hacen los hombres hegemónicos sobre todo a aquellos hombres de los consideran inferiores. Como puede ser los hombres gais, ya que se les ejerce constantemente violencia, sea legal o simbólica. Esta violencia se puede ver por ejemplo en las sociedades

modernas europeas y norteamericanas, donde en algunos países no se les permite casarse o adoptar hijos, Francia por ejemplo.

Para referirse a la masculinidad cómplice, Connell (Connell, 2005) apunta que la masculinidad hegemónica es ejercida sólo por un pequeño grupo de hombres, sin embargo, los beneficios de esta hegemonía son para la mayoría de hombres. Este tipo de hombres seguramente no sean del tipo violento, probablemente además sea un hombre de trato muy cordial con las mujeres. Pero al no hacer nada para cambiar los componentes de una sociedad patriarcal o machista, y con ello obtener beneficios se convierte automáticamente en cómplice.

“La cantidad de hombres que practican rigurosamente el patrón hegemónico en su totalidad puede ser muy pequeño. Sin embargo, la mayoría de los hombres ganan con esta hegemonía, ya que se benefician de los dividendos del patriarcado; en general, el hombre obtiene ventajas de la subordinación general de las mujeres” (Connell, 2005: 120)

Por último Connell se refiere a la masculinidad marginada. Este tipo de masculinidad está referida a condicionantes de tipo racial, en que la construcción de la masculinidad hegemónica blanca se ve reflejada al someter y marginar de otras razas o etnias. Como aún sucede con los hombres de origen indígena en países de ex colonias europeas. A estos hombres se les discrimina o son discriminados por otros hombres por el color de la piel (Seidler, 2006), en palabras de Connell la masculinidad marginada se define:

“en un contexto de supremacía blanca, las masculinidades desempeñan roles simbólicos para la construcción de género de los blancos” (Connell, 2005: 121)

Según Connell, la masculinidad ha sido construida para someter a las mujeres de forma tal que los hombres puedan hacer perdurar su poder. Agrega, que este tipo de masculinidad (hegemónica) va más allá y no significa solo ejercer la dominación sino que intenta legitimar el poder masculino a través de organizaciones sociales y la propia cultura. En el desarrollo del concepto de masculinidad el autor plantea que éste ha ido evolucionando y desarrollándose a medida que avanzan las sociedades para poder continuar legitimando su poder. Con esto quiere decir que el dominio de la masculinidad está adaptándose y transformándose para que de esta forma pueda perdurar. Esto se puede ver en algunos grupos de hombre que limitan su discurso a una mínima participación en el cuidado de los hijos o los quehaceres del hogar, sin hacer transformaciones en el trato que tienen con sus parejas o madres de sus hijos.

“Estos cambios han modificado las condiciones bajo las cuales el patriarcado se puede defender, de manera que determinados grupos han tenido que cambiar su discurso y construir uno nuevo que posibilite mantener su hegemonía” (Connell, 2005: 157)

Quien también escribe sobre las formas de adaptabilidad de la masculinidad hegemónica es Marta Viveros (2010), quien presenta una actualización sobre la relevancia de las teorías feministas a la discusión teórica sobre masculinidades. En su propuesta muestra una relevante discusión sobre los

orígenes del cuestionamiento a la masculinidad con Simone de Beauvoir (Beavoir, 2001). Viveros (2010) sostiene que la masculinidad hegemónica al igual que Connell (Connell, 2005), se adapta a las nuevas características de la sociedad. En esta línea plantea como los hombres se han adaptado a los nuevos tiempos como es la incorporación de la mujer al mercado del trabajo. Así, según ella los hombres han elaborado nuevas resistencias al cambio, lo que se podría llamar una adaptabilidad de la masculinidad hegemónica. La importancia de las teorías feministas en la elaboración de teorías sobre la masculinidad es incuestionable, pero según ella existe una tendencia a creer que las teorías sobre masculinidad las deben ser escritas por hombres. Desde esta perspectiva la autora hace un cuestionamiento en donde la importancia no se basa en quien debe escribir sobre masculinidad (hombres o mujeres) sino que en la elaboración de las teorías se debe aprender a verse como sujetos relacionables y no desde una perspectiva individualista.

En la misma perspectiva de la adaptabilidad de la masculinidad hegemónica, es la descripción hecha por Luis Bonino (2008). Para este autor dentro de la pareja moderna se dan muchas desigualdades entre hombres y mujeres en lo que él denomina micro machismos. Según él, los hombres utilizan estrategias para seguir siendo los que llevar en poder dentro de las relaciones de pareja. Bonino sostiene que cada día es menos aceptado hacer uso de la violencia para lograr imponerse y por ello de las estrategias de los hombres para mantener el poder. Según explica, esto se debe a la socialización que recibe los hombres y hace una división entre cuatro tipos micro machismos: *los utilitarios, los encubiertos, los de crisis y los coercitivos* (Bonino, 2008).

“Los micro machismos son pequeños y cotidianos ejercicios del poder de dominio, comportamientos suaves o de bajísima intensidad con las mujeres. Formas y modos, larvados y negados, de abuso e imposición de las propias razones, en la vida cotidiana, que permiten hacer lo que quieren e impide que ellas puedan hacerlo de igual modo” (Bonino, 2008: 95)

La conceptualización respecto a la masculinidad hegemónica, ha sido un tema muy estudiado e incluso existen investigaciones que ejemplifican la reproducción de esta masculinidad a través de la violencia simbólica, haciendo referencia a conceptos de Bourdieu (Bourdieu & Mizraji, 1988) y Connell (Connell, 2005). Así por ejemplo en un estudio realizado en México presentado por Javier Flores (Flores, 2010) que se sirve de ambos autores para elaborar la investigación. Para ello Flores (2010) hace uso del concepto de ultra masculinidad. En el da cuenta que en una situación excepcional como la del estado de Chiapas México donde lleva a cabo la investigación. Allí es donde los hombres construyen la ultra masculinidad a través de cuatro elementos: delirios; superioridad; egocentrismo; lujuria. Cabe mencionar que según este autor y se puede ver en sus conclusiones todos los hombres somos violentos y capaces de cometer atrocidades dependiendo de las condiciones.

En la misma línea de reproducción del modelo de masculinidad hegemónica es la investigación realizada por Rosanne Rushing y Juan Contreras (2010). En esta investigación hacen un recorrido por prostíbulos tailandeses donde hay clientes de origen occidental (europeos y norte americanos). De esta forma logran identificar elementos de una masculinidad construida, que los clientes no

pueden acceder en sus países de origen, por ejemplo superioridad o sentirse deseados (aunque este deseo sea falso y bajo condiciones económicas). Incluso los clientes hacen uso de la violencia. Entre las reflexiones finales, los autores proponen unas definiciones en clave de políticas públicas que permitan terminar con la explotación sexual de las trabajadoras.

La importancia del modelo tradicional de masculinidad se puede ver reflejada en investigaciones recientes en que se denota que este modelo de socialización de masculinidad está ligado a problemáticas relacionadas con niños. Así lo demuestra la investigación llevada a cabo en distintos países europeos por Hearn & Pringle (2006). En esta investigación en la que incluyen países nórdicos, demuestran que la masculinidad tiene distintas variantes en cada uno de los países investigados, sin embargo, a pesar de las diferencias y los cambios positivos en la masculinidad, los problemas de abusos y de violencia hacia niños continúan siendo una cuestión de hombres.

Si bien el estudio de la masculinidad hegemónica en distintos ámbitos es más o menos habitual y se encuentran en lo que sería un eje estructural duro del estudio sobre masculinidades (Ramírez, 2010). El estudio de la masculinidad hegemónica en centros educativos comienza en un estudio hecho en el que participa Connell (Kessler, Ashenden, Connell, & Dowsett, 1985) en el año 1985. Durante ese año se realiza una investigación en diferentes centros educativos de Australia. En esta investigación se desarrollan unos patrones de comportamientos de chicos y de chicas dejando dos tipos de categorías muy importantes: “hegemonic masculinity” que es la masculinidad tradicional y “emphasized femininity” que es una femineidad complaciente hacia hombres.

Estos dos conceptos muestran a través de una diversidad de masculinidades y formas de feminidad, que la masculinidad hegemónica y la feminidad complaciente con formas son las formas sociales más aceptadas por los individuos.

Otra investigación relevante en centros educativos es la realizada por Paul Willis en Gran Bretaña (Willis, 2008) en su libro *“Aprendiendo a trabajar”*. A partir de esta investigación es posible demostrar la existencia de una masculinidad hegemónica dentro del instituto. El grupo principal compuesto por el grupo de los colegas que representan al grupo de chicos con una masculinidad hegemónica los que a través de una serie de actitudes hostiles se intenta mostrar especialmente superiores con dos grupos. En el primero de ellos están los inmigrantes, Willis (2008) sostiene que los chicos muestran una hostilidad abierta hacia chicos de ascendencia no británica. Y el segundo grupo con el que se muestran hostiles es con las chicas.

“Hay dos grupos frente a los cuales se define la exclusividad de los colegas, y por medio del cual, su propio sentido de superioridad de manifiesta” (Willis, 2008:58)

Existe hacia las chicas un trato complejo de superioridad porque hacen una distinción entre dos grupos. Primero para que sean sus novias, las chicas deben ser atractivas y sexualmente poco experimentadas. Desde este punto de vista hegemónico, las chicas están divididas en dos grupos. Las que pueden ser potencialmente novias y el otro grupo de aquellas con las que se puede experimentar sexualmente. Estas últimas, son chicas que tienen un mal prestigio entre el grupo de los colegas. Según Willis esto sucede porque los

chicos, a los que define como los colegas, hacen una reproducción del modelo de masculinidad que ellos entienden como el verdadero y que está asociado directamente con el mundo del trabajo. Willis (2008) argumenta que los chicos intentan reproducir el modelo de trabajo en sus vidas cotidianas dentro del ámbito escolar.

La vinculación entre masculinidad y problemas también la realiza Dean Lusher (2011). En su investigación primero destaca la asociación problemática entre masculinidad y rendimiento académico, en donde la dedicación académica se asocia a ser afeminado. Segundo, destaca que las amistades entre los jóvenes dentro del ámbito educativo tienen que ver con aspectos emocionales y no de rendimiento académico. Se destaca como una de las principales conclusiones dentro de la investigación que los jóvenes mantienen amistad con estudiantes de similar rendimiento académico.

Sin duda un autor referente en masculinidad es Michael Kimmel (Kimmel, 2000). Siendo uno de los autores más citados en la comunidad científica internacional en temas de masculinidad. Su base conceptual sobre la masculinidad hegemónica, la desarrolla sobre la construcción cultural de la masculinidad. Según Kimmel (2000) existen cuatro características que siempre deben ser inherentes a los hombres para cumplir el modelo de masculinidad hegemónica. Kimmel (2000) plantea que la construcción de la masculinidad se basa principalmente en el desprestigio que significa la feminidad.

- Nada de mariconadas, no se puede tener nada que sea sinónimo de feminidad, ser hombre significa rechazar todo aquello que sea femenino.

- Ser importante, a mayor estatus, mayor poder y por ello más masculino, es así como el modelo de masculinidad hegemónica valora el hecho de ser hombre.
- Ser duro como roble, no mostrar sentimientos es una propiedad característica de los hombres.
- Jodetelos, el riego y la agresividad son sinónimos de una masculinidad, ser fiel a ambos aspectos es una característica cultural propia de los hombres que siguen este modelo de masculinidad.

Dentro de la sociología uno de los autores contemporáneos más importantes es Anthony Giddens quien plantea abiertamente que sea lo que sea la masculinidad, es ciertamente perjudicial para los hombres (Giddens, 1995). De acuerdo con esta expresión, el desarrollo de la masculinidad no solo es perjudicial social, física y moralmente con las mujeres sino también, es perjudicial con los mismos hombres. Según Giddens, todo comienza con la construcción social del falo, representación ideológica del miembro sexual masculino.

“En la medida que el pene se convierte en falo, la sexualidad masculina es responsable de girar entre el dominio sexual asertivo, incluido el uso de la violencia” (Giddens, 1995: 111)

El desarrollo del concepto de masculinidad hegemónica lo refleja en su análisis hacia el consumo de pornografía por parte de los hombres y una creciente pornografía dura. Para él, la sexualidad masculina es el reflejo de un impulso de subordinar y humillar a las mujeres. Su descripción de la violencia de los

hombres hacia las mujeres comienza en las sociedades pre-modernas. Así plantea que la violencia hacia ellas era el resultado de la propiedad, las mujeres pertenecían a los hombres. Sin embargo, la violencia que hoy día existe hacia las mujeres es reflejo de una decadente sociedad patriarcal y una elevada inseguridad e inadaptación por parte de los hombres.

“Algunos han dicho que el crecimiento de la pornografía dura, particularmente donde la violencia se representa directamente, describe la verdad íntima de la sexualidad masculina” (Giddens, 1995:114)

Pierre Bourdieu, otro de los sociólogos más relevantes de los últimos años, también realiza un profundo análisis sobre masculinidad hegemónica, que él denomina “*dominación masculina*”. Para su análisis, Bourdieu (Bourdieu, 2000) se basa en un estudio etnográfico llevado a cabo en la sociedad Cabilia. En su estudio Bourdieu plantea que la dominación masculina es un trabajo histórico, realizado desde los comienzos de la sociedad a través de la diferenciación de cuerpos. Esta diferenciación lo que hace es conseguir una normalización de lo masculino, y como consecuencia de esto, una desfiguración de lo femenino.

“La paradoja consiste en que son las diferencias visibles entre el cuerpo femenino y el cuerpo masculino las que, al ser percibidas y construidas de acuerdo con los esquemas prácticos de la visión androcéntrica, se convierten en el garante de significaciones y de valores que concuerdan con los principios de esta visión del mundo” (Bourdieu, 2000:37)

Desde las sociedades menos diferenciadas (pre-modernas), las mujeres fueron tratadas como valor simbólico para tratados, alianzas o intercambio de

mercancías, lo que permitía a los hombres tener un concepto de propiedad sobre las mujeres. Con el aumento de la complejidad en sociedades mucho más diferenciadas, el papel de la mujer es trasladado a la economía doméstica. Con ello al ser apartadas de los medios de producción, las mujeres continúan teniendo un valor simbólico, pero esta vez, orientado a la reproducción del valor cultural de las familias burguesas, ya que son las mujeres las encargadas de mantener unidas a las familias, con todo que ello significa. Al ser apartadas de los medios de producción, la dominación de los hombres sobre las mujeres sólo hace más que aumentar. En pocas palabras, la dominación masculina, es producto de la poca participación de la mujer en la economía y que además se ve reducida a una participación en la economía doméstica.

Esta visión androcéntrica del mundo según Bourdieu (2000), actualmente es reproducida por las estructuras sociales: el Estado, la iglesia (en muchas de sus variantes) y las escuelas. Todas estas instituciones son responsables de la reproducción cultural de la dominación masculina. Los sujetos, producto de estas estructuras no pueden abstraerse de esta reproducción. Las estructuras son las que potencian la reproducción de la sexualidad a través del inconsciente.

“Los esquemas del inconsciente sexual no son unas alternativas estructurantes fundamentales [...] sino unas estructuras históricas, y muy diferenciadas, originadas en un espacio social también altamente diferenciado, que se reproducen a través de los aprendizajes vinculados a las experiencias que los agentes efectúan de las estructuras de estos espacios” (Bourdieu, 2000:129)

La literatura sociológica nos plantea que el problema de la masculinidad se ha construido desde las sociedades pre-modernas (Bourdieu, 2000) hasta llegar a consolidarse como algo totalmente normal hoy en día. Esta consolidación se ha hecho a través de una adaptación de la masculinidad hegemónica (Connell, 2005; Bonino, 2008; Vivero, 2010) a estas nuevas complejidades que existen en las sociedades modernas occidentales. Además de una consolidación de la masculinidad hegemónica, la teoría nos dice que ser hombre ha significado negar lo femenino.

La situación de desigualdad en la que viven las mujeres ha salido a la luz como se ha visto gracias a los aportes del feminismo, sin embargo, los estudios de género no han dejado de avanzar. En esta línea y sobre las desigualdades vividas por las mujeres es la investigación sobre la invisibilización de lo femenino que realiza Guillermo Núñez (2010), planteando que las mujeres han sido excluidas del conocimiento, al haber sido excluidas como sujetos de conocimiento, es decir como sujetos capaces de generar y reproducir conocimiento (Seidler, 1994). Pero al mismo tiempo que las mujeres han sido excluidas, el autor nos plantea que los hombres también hemos sido excluidos en el conocimiento al haber sido generalizados y socializados como hombres, lo que impide el desarrollo de los sujetos. La invisibilización de los hombres y de las mujeres dentro del conocimiento permite profundizar en tres aspectos sobre los estudios de género. Lo primero, sobre los estudios de género en los fenómenos sociales. En ellos normalmente existe una tendencia a marcar la masculinidad como un factor de riesgo (Kaufman, 1999), sin profundizar en ellos. El fenómeno de masculinidad para esta investigación proponen que ser un hombre es un riesgo, como son las investigaciones sobre accidentes de

tráfico (INE, 2010). La segunda reflexión sobre la invisibilización, los estudios por sexo con más detalles como clase social y etnia. Según Núñez aunque este tipo de estudios son mucho más explicativos, tiene la tendencia a caer en explicaciones socio biológico (Núñez, 2010).

La violencia de género que se produce sobre las mujeres es una cuestión que viene marcada y producida por la masculinidad hegemónica. Existen investigaciones y políticas públicas orientadas a superar este problema, quisiera destacar dos investigaciones sobre cómo superar esta lacra que supone la violencia sobre las mujeres. Sin embargo, en estas investigaciones hay problemas de profundidad en el análisis y segundo de racismo. Esto último se puede apreciar en las conclusiones de la investigación sobre como involucrar a los hombres en la prevención de la violencia de género, propuesta que hace Michael Flood (2010). Para esto Flood (2010) hace un recorrido sobre las causas culturales y estructurales de la violencia de género. Según el autor sobre las causas estructurales y culturales hacia la violencia de género hay por ejemplo creencias de que las mujeres mienten casi siempre, planteando una culpabilidad femenina en su análisis. Además de destacar que quienes una actitud más tradicional están más predispuestos hacia la violencia, donde sostiene claramente que los latinoamericanos son maltratadores. Flood (2010) hace además hace un recorrido por diferencias culturales y la predisposición hacia la violencia. Luego hace un repaso a las culturas de socio grupos y una predisposición hacia la violencia como grupos deportivos y militares o grupo de iguales (solo hombres). El aporte de Flood (2010) es sobre como involucrar a los hombres en la prevención de la violencia de género. Para esto propone educar a los hombres en principios pro feminista, repensar lo masculino como

algo positivo y reconocer la diversidad de las masculinidades. Por último propone que hombres eduquen a hombres en pos de una no violencia de género. A pesar de ser una investigación que en teoría ayuda o propone superar la violencia de género, no hace ninguna referencia sobre los modelos de atracción a los que se vincula a la masculinidad hegemónica. Esta investigación es una forma de hacer investigación hacia una masculinidad hegemónica pues sus aportes son a reconocer predisposición de según a que etnia o raza se pertenece a ser un maltratador. Es decir desde una perspectiva reduccionista, ya que como se verá más adelante la violencia de género es una cuestión transversal a nuestra sociedad, es un problema que se da en todas las culturas, todas las clases y en todos los estratos, independiente de los ingresos y educación. Por tanto las conclusiones de Flood no contribuyen a la superación de la violencia de género.

Diana Maffia (2010) investigadora social, hace un análisis de las políticas públicas que trabajan en la prevención de la violencia de género. Describe la situación donde los programas de prevención trabajaban en base a dos formas de intervención. La primera y la más peligrosa es la de intentar de que aquellas familias que se han roto por causas de violencia de género vuelvan a re-estructurarse. Una cuestión sumamente macabra pues genera una situación de impunidad para el maltratador. La segunda forma de trabajar por parte de las políticas públicas es la división entre mujer maltratada y hombre maltratador o violento. Esto implica que desde las instituciones no se trabaje bien con la figura de los hombres que terminan siendo invisibilizados en aspectos por ejemplo pobreza, raza o condición sexual. Esta invisibilidad de los hombres es un problema pues como se verá en el siguiente apartado la masculinidad no

es una constante fija, varía dependiendo del tipo de cultura. La propuesta final de Maffia (2010) es que para hacer unas buenas políticas públicas es inequívocamente necesario hacerlo de forma multidisciplinar, esto permitirá profundizar y mejorar la calidad de las intervenciones públicas hacia la violencia de género. La propuesta de cómo trabajar con hombres maltratadores está mucho mejor encaminada que la anterior, sin embargo, también se queda corta en aspectos sobre la generación de atractivo en las relaciones afectivo sexuales. Como en estas dos últimas investigaciones que he descrito sobre cómo superar la violencia de género hay muchas. Sin embargo, no hay como he manifestado investigaciones que estén enfocadas en los modelos de atractivo y de socialización de los mismos. Tampoco hay referencia hacia los nuevos modelos de masculinidad. Por lo que esta investigación supone un avance en el trabajo de prevención de la violencia de género pues está orientada en profundizar sobre el atractivo y no de elementos de etnia (Flood, 2010) donde se plantea que por ser de determinado origen se pega más a las mujeres.

La presencia del modelo hegemónico o tradicional está presente además en las interacciones entre chicos y chicas que se muestran seguras (Korobov, 2011 & 2006). Esta investigación hace hincapié en como los hombres construyen masculinidad y sienten vulnerabilidad ante mujeres que son más seguras que ellos. Esta construcción en vez de ser por ejemplo a través de la afirmación del macho héroe, se construye masculinidad a través del desprecio de estas mujeres. Es decir los hombres al sentirse vulnerables frente a las mujeres que se presentan seguras, las ignoran, las insultan o las califican con “perras”. Esto porque prefieren mujeres que se acerquen al modelo tradicional.

En esta misma línea, existe una investigación realizada a parejas igualitarias en donde se afirma que las mujeres tienen preferencias por los modelos tradicionales de relación. Así lo demuestra la investigación realizada por Kornrich, Brines & Leupp (2012). En esta investigación realizada a matrimonios igualitarios y matrimonios tradicionales, llegan a la conclusión que los matrimonios tradicionales, es decir en el cual los hombres no participan de las tareas domésticas, tienen sexo con mayor frecuencia que los matrimonios igualitarios. Esta investigación llega a dos conclusiones, primero confirma que existe un modelo de socialización hacia modelos de atractivo en masculinidad tradicional (Gómez, 2004; Duque, 2006; Padrós, 2012). Y segundo desmonta mitos que hay sobre que los matrimonios igualitarios son más satisfactorios.

La masculinidad hegemónica está muy presente no solo en aspectos de violencia de género, sino que también es una realidad que sufren hombres gays, lesbianas y hombres que no comparten la postura de estos individuos. Y que además está muy presente en investigaciones que con supuestas propuestas de cambio terminan abalando un modelo de masculinidad que debe ser erradicada. A pesar de esta realidad desde hace un tiempo, en especial durante estas dos últimas décadas, existen movimientos de hombres con clara tendencia a alejarse del modelo tradicional masculinidad. Estos movimientos de hombres y aunque en su mayoría no pertenecen a asociaciones se les conoce con el nombre de nuevas masculinidades. Estos nuevos modelos de masculinidad, proponen un modelo de masculinidad que incluyen transformaciones hasta en la forma de ejercer una paternidad igualitaria.

La existencia y dominio de la masculinidad hegemónica y todas sus variantes, no indica, sin embargo que sea la única forma de vivir la masculinidad. Existe una gran variedad de publicaciones científicas que nos advierten de la presencia de una multitud de masculinidades no vinculadas a la masculinidad hegemónica. Sobre este tipo de masculinidades, no existe consenso en la comunidad científica vinculada este tema, sobre cual nombre es el más apropiado: masculinidades alternativas, pro-feministas, nuevas masculinidades. Así para lograr unificar un solo criterio dentro de esta investigación, estas masculinidades serán definidas como “nuevas masculinidades igualitarias” al igual que en el proyecto en el que está enmarcada esta tesis *“Impacto de los actos comunicativos en la construcción de nuevas masculinidades”* (2010-2012).

I.III.II Nuevas masculinidades

Las nuevas masculinidades nacen como una respuesta democrática y progresista hecha por diferentes grupos de hombres organizados o no. La definición de nueva masculinidad se construye como una respuesta a la masculinidad tradicional, es decir como una respuesta al concepto de masculinidad tradicional. Definición que no es del todo aceptada por la comunidad científica internacional (Connell, 2011). Sin embargo, a pesar de ser una definición sobre nuevas masculinidades o masculinidades igualitarias o democráticas, este tipo de masculinidades han existido y coexistido durante mucho tiempo con la masculinidad hegemónica (Oliver & Valls, 2004). Esta convivencia ha sido sin duda perjudicial para los hombres que ejercen un modelo de nueva masculinidad, pues han sido discriminados o sufrido violencia

por parte de los otros hombres. Además de esto y en temas relacionados con el amor, no han tenido la misma suerte que los hombres que ejercen una masculinidad tradicional pues como se verá en el análisis sufren discriminación por parte de algunas mujeres.

Con el avance de la modernidad (Beck, 1998), los sujetos pueden elegir y decidir que o como quieren construir sus propias biografías. En este sentido son cada vez los hombres que han decidido vivir unas vidas con sus compañeras (parejas) una relación de igualdad (Boscán, 2008). Derribando teorías feministas por una lado que proponen que todos los hombres son patriarcales y por otro, hombres y grupos de hombres que justifican la violencia de género y el modelo hegemónico de masculinidad. En los grupos de hombres que pertenecen a las nuevas masculinidades, existen algunas propuestas por ejemplo de cómo participar más y con responsabilidad en las tareas del hogar, cómo participar aún más en el cuidado de los hijos. Las nuevas masculinidades son hombres pro feministas, aunque no se declaren feministas. Estas propuestas sobre nuevas masculinidades vienen avaladas por investigaciones científicas como las de Norma Fuller, (2001) quien en sus investigaciones demuestra que la masculinidad no es una cuestión inamovible y que depende de factores culturales, lo que llama a ser positivo, pues permite una transformación del modelo dominante de masculinidad.

“La identidad (de género) no es un dato estable derivado de ciertas cualidades fijas del sujeto, sino que debe ser creada cotidianamente y sustentada por la actividad reflexiva del actor” (Fuller, 2001: 20)

En lo que respecta a la socialización de los roles de género y las nuevas masculinidades, se ha producido un cambio importante debido principalmente al desarrollo de la flexibilidad que se ha ganado durante estos últimos años (Beck, 1998). Con esta forma de pensar sobre nuestra propia situación en el mundo, se han puesto en cuestión modelos como el de la masculinidad hegemónica. Las formas de pensar sobre su propia realidad parten de cuestionamientos que los propios sujetos se hacen. Movimientos de hombres gays que cuestionan desde los años 60 en sus críticas al heterosexismo, y hombres pro-feministas son algunos ejemplos de cómo hemos de vivir los hombres nuestra propia masculinidad y construir nuevas masculinidades (Alcoba, Puigvert & Ríos, 2007)

El género y la creación de identidad, viene definido desde las esferas sociales y culturales, no por imperativos biológicos (Connell, 2005; Gilmore, 1990; Seidler, 1994; Kimmel, 2000; Fuller, 2001), por ello plantear que existe solo un modelo de masculinidad es un error que se continua cometiendo hoy. La creación de escuelas donde niños y jóvenes son separados por sexos argumentando que existen diferencias biológicas y psicológicas que así lo requieren, son argumentos sin una base científica sólida. Los cuestionamientos a los modelos de masculinidad dominantes no sólo se ha hecho al modelo dominante de masculinidad tradicional, sino también a los modelos de investigación sobre masculinidad hegemónica como es la propuesta de Connell (Connell, 2005). Seidler (2006) plantea que la propuesta de Connell, sobre la masculinidad hegemónica no da espacio a diálogo entre las distintas formas de masculinidad. La propuesta de Connell, propone en sus cuatro categorías de masculinidad, que todos los hombres estamos dentro de una situación de

dominación o complicidad frente a las mujeres. Cuestión que no comparte parte de la comunidad científica que está dedicada a los estudios sobre masculinidad, siendo uno de los más críticos con su propuesta, Seidler (2006).

"La teoría estructural de Connell ha sido vital para analizar cómo las relaciones patriarcales expresan una relación de violencia estructural, pero en buena parte se mantiene dentro de los límites de una modernidad encuadrada en una masculinidad europea blanca dominante [...] Teóricamente, incluso en el caso de los estudios empíricos, queda poco espacio para un dialogo en el que los varones jóvenes puedan explorar sus diversas relaciones con las masculinidades que han heredado" (Seidler, 2006: 23)

Antes de deslizar estas críticas a Connell, Seidler (1994) ya dedicaba sus estudios a las distintas formas de masculinidad, sobre masculinidad alternativa o nuevas masculinidades. Este autor considera que las conductas negativas de los hombres están vinculadas a determinados procesos de aprendizaje a lo largo de su vida. Además agrega que las identidades de los hombres pueden tener distintos aspectos y características, *"la masculinidad, ya no se espera que sea una única cosa, son muchas cosas y ahora permite una mayor diversidad"* (Seidler, 1994:116).

Víctor Seidler propone que para salir del problema de la violencia de género, lo primero es reconocer la importancia y la diversidad de las mismas. En una de sus últimas investigaciones (2010) hace un recorrido de cómo la violencia ha estado presente en la construcción del género masculino así como también en la construcción de sociedades (dígase en especial colonias). Para que la

violencia deje de ser un juego de hombres lo primero que hemos de hacer es repensar, incluidas las teorías sociales de masculinidad. El repensar requiere además reflexionar de cómo se construye una masculinidad globalizada y una invitación a reconocer una multitud de masculinidades.

En esta misma línea es el estudio de masculinidad hecho por David Gilmore (1990). Este plantea que la forma de ser hombre y demostrar la virilidad está condicionada por factores que se relacionan con la cultura. A su vez reconoce que la cultura está condicionada y formada a través del entorno, esto es condiciones ecológicas de vida. Así su explicación consiste en explicar que en un entorno mucho más hostil, la masculinidad y con ello la virilidad, debía ser demostrada constantemente.

“las ideologías de la virilidad son adaptaciones en los entornos sociales, y no solamente proyecciones mentales autónomas, ni grandes fantasías psíquicas. Cuanto más duro es el entorno y más escasos los recursos, más se enfatiza la virilidad como inspiración y meta” (Gilmore, 1990:219)

Así mismo Kimmel (2000) y en esta misma línea sobre estudios culturales de la masculinidad, señala que existen variables culturales que hacen posible las diferentes formas de masculinidad como pueden ser la edad o los países de origen. Según Kimmel (2000) son los diferentes contextos y las características las que configuran la identidad de los sujetos y van articulando formas distintas de entender la masculinidad.

Tal como existen investigaciones a con una orientación que permite demostrar la existencia y reproducción del modelo tradicional de masculinidad, existen investigaciones que tienen una clara orientación superadora de la masculinidad

hegemónica. Ésta es la que tenemos en la investigación que realiza Alejandra Salguero (2010). En esta investigación nos ofrece una visión poco común en los estudios sobre masculinidad. Como se verá en el apartado de masculinidad y familia, la masculinidad está construida sobre la imagen del padre proveedor. Para estudiar una alternativa Salguero realiza una investigación en familias de clase media alta en México. Donde el hombre o padre la familia, podrían parecer hombres hegemónicos en sus lugares de trabajo como jefes, y reproducir su situación de padres proveedores en sus hogares. Por el contrario viven una situación de constante negociación. La sociedad actual es una sociedad dialógica (Flecha, Gómez, & Puigvert, 2001) ello significa que nuestra forma de relacionarnos con los demás es a través del dialogo. Así estos hombres de clase media están constantemente dialogando con sus hijos y esposa para tomar cualquier decisión. Esta investigación es una invitación al optimismo, nos ofrece una perspectiva distinta a las investigaciones de masculinidad, donde el hombre es en muchos aspectos un sujeto que no está dispuesto al cambio social por temor a perder sus privilegios. Estos hombres están planteando que el dialogo es la forma de vivir sus vidas. Hombres que pueden parecer hegemónicos al estar en una situación de éxito laboral, están por una transformación de su situación familiar.

Una investigación novedosa sobre nuevas masculinidades es el realizado por Steinfeldt, Vaughan, LaFollette, & Steinfeldt (2012). Esta investigación se llevó a cabo en un ambiente muy masculinizado como es el del fútbol americano. La investigación tenía la intención de identificar cómo se producen los mecanismos de violencia y acoso de los jóvenes futbolistas hacia otros compañeros. Sin embargo, durante la investigación descubren que las

situaciones de violencia son más bien escasas y en algunos casos nulas. Llegan a la conclusión que dentro del proceso de socialización que se vive dentro del vestuario, se crea una atmosfera moral que prioriza aspectos como la solidaridad, el compañerismo y la no violencia. La principal figura que representa esta atmosfera moral, es el capitán del equipo, que según los investigadores debe tener un comportamiento ejemplar hacia sus compañeros de equipo.

Desde hace algunos años la preocupación por la estética ha dejado de ser una cuestión solo de mujeres. Muchos son los hombres que ya se preocupan por su estética, están a la moda y tiene una preocupación por su cuerpo. Adriana Fuentes Ponce (2010) realiza una investigación sobre este nuevo elemento de la masculinidad. Esta investigación propone que las nuevas formas de establecer una relación con el cuerpo de los hombres es parte de las nuevas formas de entender la masculinidad en la sociedad, ya que existen hombres preocupados por la estética sin que esto suponga una pérdida de la masculinidad. Sin embargo, la preocupación por el cuerpo según apunta la autora es una forma de mostrarse más fuertes, más poderosos, como una forma de establecer superioridad. La investigación destaca que existe una diferencia importante entre las intenciones que tienen mujeres y hombres en la preocupación por su cuerpo. Mientras que en las mujeres existe el sentido de la estética relacionado con lo que la sociedad les obliga y piensan que los hombres no necesitan de la estética para poder desarrollarse. Los hombres por su parte la principal intención de su preocupación es la de mostrarse más fuertes, superiores situación que también les obliga el modelo de la masculinidad tradicional. Sin embargo y a pesar de lo que implica una estética

dedicada a parecer mucho más fuertes, la autora destaca que existe un sentido de estética y moda, una preocupación por una estética que hasta muy poco tiempo estaba asignada quienes ejercen una masculinidad gay.

Otra investigación sobre nuevas masculinidades es hecha por Yeimi Colín (2010) y está relacionada con un tema muy complejo de analizar, más aún desde la perspectiva utilizada por la investigadora. Colín presenta la situación de compromiso y de sufrimiento que viven las parejas de las mujeres que han abortado. Según nos cuenta, existe la tendencia a invisibilizan la figura del hombre en circunstancias de aborto, principalmente por el dolor que acompaña a las mujeres que pasan por esas circunstancias. Sin embargo, la autora nos muestra que para los hombres también es una circunstancia compleja. Ellos muestran, tal como expone Colín un compromiso y un duelo interno pocas veces visto.

Las investigaciones en nuevas masculinidades, no hacen más que confirmar que existen distintos modelos de ejercer la masculinidad, que no todos los hombres son hegemónicos o que ejercen una masculinidad tradicional y además confirman la importancia que tiene el sujeto como ente transformador. Las investigaciones demuestran que existen en todos los ámbitos y situaciones sociales. Además como se verá más adelante, existen nuevas masculinidades en las familias y o en las formas de ejercer la paternidad. Si bien existen estudios e investigaciones sobre nuevas masculinidades, existe un vacío importante sobre nuevas masculinidades entre los adolescentes y menos aún investigaciones que ligen los tres componentes claves que esta investigación, que son: actos comunicativos, masculinidad igualitaria y atractivo sexual a

estas nuevas masculinidades. Aquí radica la importancia de una investigación de estas características.

Como ya he mencionado, en las investigaciones sobre nuevas masculinidades, al igual que las investigaciones sobre masculinidad hegemónica existe un vacío importante en cuanto al estudio sobre los modelos de atracción sexual y masculinidad. Ante este vacío, desde CREA basados en los estudios de Jesús Gómez (2004) quien plantea como he mostrado antes, un modelo de relación basado en el diálogo, ligado a un modelo de masculinidad igualitaria y democrática, hemos trabajado para llenar este vacío investigativo, para poder aportar nuevos indicios que permitan hacer frente al problema de la violencia de género. Esta investigación está enmarcada y vinculada al proyecto de investigación: *“El impacto de los actos comunicativos en la construcción de nuevas masculinidades”* (2010-2012) coordinada por el CREA-UB, Centro Especial en Teorías y Prácticas Superadoras de Desigualdades, de la Universidad de Barcelona y que está financiada por el Plan Nacional I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación. Dicha investigación está coordinada por la Dra. Marta Soler. Estas dos investigaciones, la tesis y el proyecto de investigación están orientadas a llenar el vacío existente entre los modelos de atracción y la vinculación del atractivo con las nuevas masculinidades. Pues como se verá a continuación la asignación de atractivo a través del lenguaje depende del modelo de masculinidad que se ejerce, esto es masculinidad hegemónica o nuevas masculinidades.

Una descripción sobre los modelos de masculinidad es el que ofrecen Ramón Flecha, Lidia Puigvert y Oriol Ríos (2013). De acuerdo a esta investigación

existen dos modelos de masculinidad que reproducen el modelo tradicional de relaciones de pareja y son la MTD (masculinidad tradicional dominante) y la MTO (masculinidad tradicional oprimida) según esta postura estos modelos de masculinidad acaban por reproducir los problemas de violencia contra las mujeres, aunque estén en posiciones opuestas. Para superar el problema de la violencia de género es necesario potenciar a los hombres de nuevas masculinidades NMA (nuevas masculinidades alternativas. Este tipo de hombres basan sus relaciones en la igualdad y el amor con sus compañeras y permite avanzar en la superación de la violencia de género. De acuerdo a esta investigación los modelos de masculinidad se definen de la siguiente manera:

Masculinidad tradicional dominante: La masculinidad tradicional dominante se basa en el dominio y el menosprecio hacia las mujeres. Es la masculinidad creadora de la violencia de género y de la doble moral, considera dos tipos de mujeres: las que sirven para usarlas y lanzarlas, y las que cumplen el rol de descanso del guerrero. La vinculación de este modelo con el atractivo produce relaciones basadas en la violencia de género (Flecha et al. 2013).

Masculinidad tradicional oprimida: Los hombres pueden tener relaciones igualitarias con las mujeres, pero sin pasión. Las teorías y actuaciones que se basan solo en el lenguaje de la ética, olvidando el lenguaje del deseo, favorecen la conversión de estos hombres en el “descanso de la guerrera” de mujeres que los escogen para convivir mientras desean y/o engañan con hombres de masculinidad tradicional dominante. A veces esta masculinidad se ha identificado equivocadamente con nueva masculinidad, cuando en realidad ha existido siempre, por tanto, no es nueva. Tampoco es alternativa porque es

la otra cara de la misma moneda (del mismo sistema que la dominante (Flecha, et al. 2013).

Nuevas masculinidades alternativas: modelo diverso de hombres que tienen relaciones igualitarias basadas en el deseo y el amor. Frecuentemente son fuertes y valientes frente a situaciones de violencia de género (apoyando a las víctimas en contra de los acosadores), tienen relaciones igualitarias basadas en el deseo y el amor. Para fomentar estas masculinidades se requiere abordar al mismo tiempo el cambio del lenguaje de la ética y el lenguaje del deseo (Flecha, et al. 2013).

I.III.III El lenguaje de la ética y el lenguaje del deseo hacia masculinidades

Hasta ahora he intentado mostrar que es a través de los actos comunicativos que hay una creación de sentido, que estos actos comunicativos pueden ser dialógicos o de poder. Posteriormente he establecido que las emociones están basadas en creencias y que por tanto existen emociones modificables, como es el amor hacia un determinado modelo de relación. Cada una de estos modelos de relación (el tradicional y el alternativo) están asociados a los dos modelos de masculinidad vistos hasta ahora (masculinidad hegemónica y nuevas masculinidades). De acuerdo a como hemos sido socializados en un determinado modelo de masculinidad y de atractivo (Duque, 2006), utilizamos palabras para dar o quitar atractivo al tipo de masculinidad que los hombres pertenecen, ya sea un modelo de masculinidad hegemónica o un modelo de masculinidad igualitaria, además se utiliza para referirse a ellos un determinado lenguaje. Esto es por ejemplo, cuando se refiere a unos hombres de masculinidad hegemónica y se les asigna un calificativo de estar “bueno”, como

se verá en el análisis cuando se reproduce el modelo de masculinidad tradicional se verá que muchas chicas ven como atractivos a aquellos que no las tratan bien. A través de esto lo que se hace es utilizar un lenguaje del deseo hacia ellos, lo que provoca que sean vistos como los hombres atractivos y sexualmente deseables (Puigvert, 2008), lo que trae como consecuencia una socialización hacia un determinado modelo de atractivo en hombres. Por otro lado están los hombres de las nuevas masculinidades o masculinidades igualitarias, a estos chicos y también como se verá en el análisis, tiene mayores dificultades para mantener o establecer relaciones románticas. Esto también es consecuencia de la utilización del lenguaje (Puigvert, 2008) ya que a estos chicos se les exige ser buenos, pero al mismo tiempo no se les otorga un atractivo a través del lenguaje. Es decir existe en la utilización del lenguaje una forma de generar o no atractivo hacia determinados modelos de masculinidad. Esto acaba finalmente por generar un estado de doble moral, porque por un lado a los hombres se les exige un comportamiento ético y democrático, pero al mismo tiempo a estos mismo hombres no se les da o no se les vincula con un atractivo sexual, que podría ayudarles a aumentar sus posibilidades de mantener relaciones románticas y al mismo tiempo incitaría a otros hombres a imitar este modelo de masculinidad igualitaria. Ya que como veremos en el análisis existen chicos que al ver disminuidas sus posibilidades de mantener relaciones románticas con compañeras optan en definitiva por cambiar el modelo de masculinidad a imitar.

“Los adolescentes buscan ser atractivos. Lenguaje de la ética: desde arriba, tratando de que sean buenos, éticos, no sexistas. Pero los que triunfan son los sexistas, violentos: los malos. Por lo que usar sólo el

lenguaje de la ética no es suficiente. Hay que incluir el lenguaje del deseo, para lo que necesitamos incluirlos a ellos, los adolescentes en nuestras dinámicas. Los atractivos están en el "foco", pero desaparecen de él con la misma facilidad" (Puigvert, 2008)

Este fenómeno tiene su origen en la racionalización cultural de Weber (Habermas, 2001). Con la llegada de la ilustración nuevos valores fueron promovidos para una sociedad moderna. La ciencia y la técnica, la ética y la moral y el arte con su estética son valores promovidos y propios de la sociedad occidental. Dado que cada uno de estos aspectos tiene su base de acuerdo a su determinado lenguaje. Así por ejemplo la ciencia que tiene pretensiones de verdad (Flecha, Gómez, & Puigvert, 2001) a través de un discurso teórico, su pretensiones de verdad se mueven a través de una postura de verdad y falsedad proclives de ser comprobadas. En segundo lugar la ética posee componentes de rectitud, (Flecha, Gómez, & Puigvert, 2001) a través de un discurso práctico, por tanto la ética a través se mueve entre lo que es moralmente ético y lo que no gracias al derecho. Sin embargo, el arte y la estética no poseen un componente ético que pueda ser evaluado y de verdad que pueda ser comprobado, el arte y la estética son subjetivas una subjetividad emancipada de las convenciones cognoscitivas y prácticas de la vida cotidiana (Habermas, 2001).

Pretensiones de verdad (cognitivo instrumentales): Discurso teórico

Pretensiones de rectitud (práctico moral): Discurso práctico

Adecuaciones a estándares de valor (evaluativas): Crítica estética

(Flecha, Gómez, & Puigvert 2001: 131)

La argumentación estética es a través de aspectos que son subjetivos, es decir cada sujeto le otorga determinado valor, esto hace que no haya un vínculo entre lo estético y lo ético. Cuestión que si sucede por ejemplo en el caso de la ciencia y la ética donde sí se sabe lo que es verdad y donde sí se sabe dónde está lo éticamente correcto ya que hemos consensuado leyes para ello. El hecho que la belleza sea un aspecto subjetivo permite hacer una asociación entre lo estético pero no éticamente correcto, como es en el caso de los hombres violentos. Estos hombres pueden tener un comportamiento éticamente incorrecto pero se les otorga un atractivo sexual. Para que exista una transformación en este sentido debe haber una creación de sentido de atractivo hacia los hombres que poseen un comportamiento ético correcto, se le debe otorgar un atractivo sexual y de deseo a los hombres igualitarios. Hablar de este tipo de hombres con un tono de atractivo sexual para que de esta forma lograr transformar el modelo de atractivo que más se reproduce (Puigvert, 2008). Por el contrario a aquellos hombres que no tienen un comportamiento ético correcto, se les debe censurar a través del mismo lenguaje. De acuerdo a este análisis debe existir en los actos comunicativos una coherencia entre el deseo o lenguaje del deseo con ética o lenguaje de la ética. Esto permitirá transformar la realidad de un determinado grupo de hombres para que sean vistos como exitosos por otros hombres y así estos últimos imiten el comportamiento de los primeros.

I.IV Socialización

Una vez hecha la contextualización conceptual entre los actos comunicativos/ tipos de relación/ masculinidad/ lenguaje. Queda por ubicar conceptualmente tres elementos claves de socialización, para continuar enmarcando este trabajo de investigación, estos elementos son: familia, escuela y redes sociales. Esta última forma de socialización no estaba contemplada en un principio, sin embargo, aparece como elemento emergente. Por ahora centraré el análisis en estos tres elementos claves de socialización de las personas.

I.IV.I Familia

La relevancia que tiene la familia en las sociedades actuales se remonta hasta la aparición de la sociedad industrial y con ella, la aparición de las clases burguesas. Así, durante la formación de los estados modernos, estos aparecen como defensores de un modelo de familia único que consiste en padre, madre e hijos. Cualquier otro tipo de modelos familiares era considerado anormal (fuera del rango provisto de lo normal). Este tipo de modelo de familia está ligado directamente con un modelo determinado de paternidad y con ello, un modelo determinado de masculinidad. Este modelo de familia comienza a ser cuestionado a mediados de la década del 50 hasta la década del 70, planteando que el modelo familiar era la base de una sociedad decadente, que dedicada a ocultar la imagen de la mujer y someter a los hijos e hijas a una determinada ideología (Beck-Gernsheim, 2000).

Hoy en día las complejas sociedades modernas como en las que estamos conviviendo hoy, traen consigo unos nuevos planteamientos respecto a la familia. Con ello además un cuestionamiento de la figura del padre. Todos los

individuos de la sociedad son preparados en distintas instituciones de las cuales existen dos que son especialmente relevantes: la escuela y la familia, en este apartado me referiré a la familia como medio o institución socializadora. Sociólogos clásicos como Parsons (1955) y Habermas (2001) han descrito ya la importancia de la familia como institución socializadora y la describen como el principal elemento para preparar a los individuos en la sociedad. En este contexto autores mucho más contemporáneos también han hecho sus aportaciones al respecto (Bourdieu, 2006; Beck-Gernsheim, 2000; Gilmore, 1994).

Según Bourdieu la familia se define como una institución dedicada a preparar a los individuos para un comportamiento social. Según su definición conceptual la familia se reproduce a través de la reproducción de sus valores denominado este comportamiento de las familias como reproducción/reconversión. Bourdieu hace referencia a las estrategias seguidas por las familias para mantener estatus social, reproduciéndolo a través de la transmisión de valores. Esto implica que las estrategias seguidas por las familias a través de la transmisión de valores sean conscientes o inconscientes, se utilizan para mantener el estatus familiar y de todos sus integrantes. De esta forma, la familia puede convertirse en ocasiones en la encargada de reproducir el modelo de masculinidad hegemónica.

“Las estrategias de reproducción, son un conjunto de prácticas fenomenalmente muy diferentes, por medio de las cuales los individuos a las familias tienden de manera consciente o inconsciente a mantener o mejorar su posición en la estructura de clases” (Bourdieu, 1988:122)

Otro aporte a la socialización en la transmisión de valores que hace Bourdieu está en el concepto de “*Habitus*”. En este concepto se refiere que un grupo determinado exige comportamientos a sus miembros. Bajo este punto de vista, las familias son quienes a través de los valores transmiten comportamientos. Bourdieu plantea que el concepto de “*Habitus*” es importante pues establece que los comportamientos de los sujetos están establecidos a través de la socialización en las familias, de esta manera los sujetos terminan reproduciendo comportamientos heredados a través de valores inculcados en las familias. Los aportes de Bourdieu a la concepción de las familias como instituciones socializadoras, son conceptos un tanto estáticos. Pues desde la perspectiva que plantea, los sujetos poco pueden hacer para revertir una situación que le viene impuesta desde la cuna, así:

“hay que volver al habitus de clase como forma incorporada de la condición de clase y de los condicionamientos que esta condición impone, por consiguiente, hay que construir la clase como un conjunto de agentes que se encuentran situados en unas condiciones de existencia homogéneas, que imponen unos condicionamientos homogéneos y producen sistemas de disposiciones apropiadas para engendrar unas prácticas semejantes, y que poseen un conjunto de propiedades comunes” (Bourdieu, 1988: 100)

Por su parte David Gilmore (1994) propone una visión antropológica. Gilmore plantea que una sociedad para que pueda perdurar ha de conseguir dos requisitos básicos. El primero se refiere a la economía, esto implica que una sociedad debe ser capaz de auto abastecerse, y alimentar a todos sus

miembros. El segundo Gilmore le llama renacer, con esto quiere decir que una sociedad ha de tener un número de terminado de hijos que permita la reproducción, además a estos miembros se le ha de enseñar una serie de comportamientos que les permita desenvolverse en la sociedad.

“La sociedad es un delicado mecanismo de movimiento perpetuo que depende de la reproducción de sus estructuras primarias, la familia en concreto, porque sin familia no hay contexto en el que enseñar las relaciones sociales a los niños y así, perpetuar la cultura”, continúa “Como los antropólogos vienen afirmando, desde hace décadas, la cultura es el mecanismo de adaptación de la humanidad. Los códigos y normas morales de la cultura animan a la gente a perseguir unos fines sociales, al mismo tiempo que satisfacen sus propios deseos personales. En esto radica precisamente la genialidad de la cultura: en reconciliar las metas personales con las del grupo. (Gilmore 1994:119-120).

I.IV.II Familia y masculinidad

Como primera fuente de socialización, la familia tiene un elevado grado de responsabilidad en cómo se reproduce la estructura social (Parsons, 1955; Habermas, 2001; Beck-Gernsheim, 2000; Montesinos, 1996). Por ello en una estructura social como la actual donde existe un modelo de masculinidad dominante, existen en la familia unos determinados comportamientos que reproducen el modelo de masculinidad. La compleja relación entre familia y masculinidad queda muy bien reflejada en el estudio, sobre masculinidad realizado por Norma Fuller. Según ella la construcción de la identidad

masculina se da particularmente en tres espacios, lo que ella misma denomina "*cuerpos de representación de la masculinidad*". Estos espacios de representación son: la masculinidad natural, la masculinidad doméstica y la masculinidad social. La primera representación se refiere a lo que físicamente se atribuye a lo masculino, como la fuerza y la actividad. Estos aspectos están directamente asociados a la virilidad. Por tanto, y de acuerdo a la propia autora, es natural pues todo hombre nace con órgano sexual y por tanto virilidad. Sin embargo, esta masculinidad natural ha de ser usada y desarrollada. A pesar de ser cualidades supuestamente innatas, el uso de estas cualidades está dirigido y vigilado socialmente.

Respecto al espacio doméstico Fuller (2001) se refiere al afecto por la familia de origen, y la reproducción de su propia familia a través del matrimonio y la paternidad. Este espacio de la identidad masculina es muy importante, pues constituye el aspecto más importante de la identidad pues está relacionada con lo afectivo. A pesar de ser muy importante, no constituye el aspecto que dote de mayor prestigio, pues lo doméstico está asociado a lo femenino. El desarrollo del espacio de la masculinidad doméstica, tiene un elevado grado de complejidad pues existe una afirmación de la masculinidad hegemónica a través de la reproducción de este aspecto. Además de ser un elemento afectivo importante, en el ámbito del hogar es donde está presente lo femenino, por ello, cada hombre construye su propia relación con lo doméstico. El último espacio de la representación de la identidad masculina está definida por el espacio público que se refiere principalmente al trabajo y la política (Tjeder, 2010). Como forma de identidad masculina, este espacio es el que da mayores réditos entre los pares. La idea de prestigio y privilegio ganados a través del

trabajo y en algunos casos con la política son representación de una masculinidad exitosa.

Estos espacios de la construcción de la identidad masculina, son importantes pues desarrollan y profundizan el concepto de masculinidad hegemónica pero desarrollando aspectos de la vida íntima de la masculinidad. Agregando y distinguiendo el aspecto doméstico que está relacionado con socialización familiar de la masculinidad (Fuller, 2001). La ambivalencia que existe entre lo doméstico y lo público de acuerdo a las identidades masculinas permite a cada hombre poder integrarlos de acuerdo a las preferencias personales, esto le da una mayor profundidad al concepto de masculinidad hegemónica.

El desarrollo de la masculinidad que da paso a los espacios donde se desarrolla la masculinidad, está constituido por diferentes etapas en el desarrollo personal de un hombre. Según plantea Fuller (2001) la construcción de la masculinidad se produce en distintas etapas de la vida de un hombre. Divididas en tres etapas, el desarrollo de la masculinidad se produce desde las primeras etapas de socialización hasta las etapas adultas de consagración de la masculinidad. La primera etapa Fuller (2001) la llama "*matriz del género masculino*", esta etapa consiste desde los comienzos en socialización de una masculinidad y el descubrimiento de la sexualidad diferenciada de lo femenino. Dentro de esta etapa está dada por ejemplo la distinción que hacen los niños con los juegos de niños y juegos de niñas. La segunda etapa a la que se refiere Fuller (2001), está relacionada con las "*transiciones*". Estas transiciones están determinadas especialmente en la etapa de la adolescencia. Esta etapa comprende una etapa de romper lazos con determinados aspectos hogareños

que pueden ser parte de la feminización. Según Fuller esta etapa de la vida de un hombre está dada principalmente en el grupo de amigos, la escuela y el acercamiento sexual con mujeres. Esta última fase descrita por Fuller, presenta una división dependiendo de la chica, ya que dependiendo de qué tipo de chicos, estos hacen una diferencia entre la chica que es para una relación estable y una chica que es para una relación de una noche. La última etapa Fuller la denomina etapa de consagración que se produce principalmente en tres etapas de la vida, el trabajo, el matrimonio y la paternidad. Cada una de estas etapas marca un nuevo paso a la consolidación de la masculinidad.

La familia y la masculinidad están relacionadas directamente de forma muy compleja. Tal como sostiene Fuller (2001) formar una familia es parte de ser hombre. Desde el comienzo en el cortejo, y la confirmación del mismo a través de matrimonio. Este hecho marca un definitivo paso hacia una consolidación de la masculinidad pues implica abandonar definitivamente el hogar familiar para formar un hogar propio. La compleja situación viene porque según sea entendido el contrato conyugal, la afirmación de la masculinidad sostiene que hay deberes hogareños propios de las mujeres. Y para un hombre, tener una mujer que se ocupe de las tareas del hogar, es una forma de status (Fuller, 2001). Desde un punto de vista familiar, la masculinidad además ha de ser vivida cumpliendo unas determinadas características que como he mencionado en el apartado de la masculinidad hegemónica entran en contradicción con otros aspectos relevantes de la masculinidad como es el trabajo. Desde un punto de vista familiar ser hombre significa cumplir con un primer requisito básico que es ser proveedor (Fuller, 2001; Valdés & Olavarría, 1998; Orlandi, Beiras & Filgueiras, 2010). Aspecto clave de la masculinidad y la familia, es la

paternidad. Este hecho marca la definitiva formación de su propio núcleo familiar y con ello la consolidación de la masculinidad a ojos de los demás donde el joven pasa a ser jefe del hogar (Fuller, 2001)

“Desde un punto de vista de la hombría debe insertarse en los ámbitos domésticos y público. De acuerdo con los valores domésticos debe ser responsable por y frente a otros y ser padre es su más alto logro y lo que da sentido a s proyecto de vida. Entretanto, el eje público, representado por el trabajo y la política, se rige por la honestidad, la capacidad de producir y la contribución al bien común”. (Fuller, 2001: 28)

Una investigación muy relevante respecto al sentido del padre proveedor realizan Olivia Tena y Paula Jiménez (2010). Estas autoras muestran cómo a través de la literatura especializada, se ha explorado sobre las obligaciones sociales de ser hombre, entre las que encontramos como la más importante la de ser un buen proveedor. Pero ¿qué pasa cuando esta obligación no se puede cumplir? según describen, las circunstancias económicas en Argentina y México han hecho que la situación de dejar de ser proveedor afecte a muchos padres. Las autoras realizan esta investigación en Argentina y México, por ello ofrecen una visión muy correcta sobre la situación de los hombres al dejar de ser proveedores y por tanto protectores. La investigación se centra en cuatro puntos en donde las familias de los padres afectados por el desempleo luchan por mantener su estatus dentro de la familia como fuera de ella. Los puntos son: el rescate del padre proveedor; rescate del padre protector; rescate de la imagen del padre autoridad; y por último, el rescate de la imagen del padre ausente. Los investigadores sostienen que al no existir en la practica un padre

proveedor, lo que hacen muchas familias ocultar esta situación y proteger esta imagen masculina, de forma tal que la masculinidad entendida como ser un padre proveedor no se vea afectada.

La relación entre ser padre y ser proveedor es una situación compleja pues requiere obviamente que el que ejerce las de proveedor tenga un trabajo más o menos estable, situación que no es siempre así como he descrito antes. Además de la situación de la pérdida del trabajo, está la situación de padres adolescentes, que por una situación de edad, la mayoría de ellos está aún en el instituto. Así en esta investigación que tiene una orientación positiva y transformadora de la situación de los hombres en la sociedad y respecto a la socialización de la masculinidad en la familia. Es la presentada por Renata Orlandi, Adrianos Beiras y María Filgueiras (2010). En la investigación realizada a ocho adolescentes que están en una situación de paternidad. Tal como explican la concepción sobre los adolescentes es de irresponsabilidad y poco compromiso, sin embargo, la investigación demuestra que la implicación de los jóvenes en la paternidad es totalmente opuesta. La construcción del sentido de la paternidad y masculinidad, se hace a través de la implicación afectiva de estos jóvenes con sus hijos que superan la coyuntura, por ejemplo del macho proveedor que en algunas ocasiones no se puede dar por situaciones económicas desfavorables. El aspecto negativo que destacan los autores es que la figura del padre es y se sigue estableciendo como co-ayudante, es decir como auxiliar, dejando la mayor parte de las responsabilidades a la figura materna.

I.IV.III. La escuela y socialización

Como he mencionado antes la escuela es una de las principales formas de socialización en las sociedades actuales. Giroux (1997) uno de los principales autores sobre sociología de la educación, sostiene que existen tres corrientes teóricas que describen el papel socializador que posee la escuela en nuestras sociedades, estos son: estructuralista-funcional; fenomenológico; neomarxista-crítico. En el primero (estructuralista-funcional) el foco de atención está en la forma de transmitir valores. En esta corriente se entiende la socialización como un mecanismo donde se adquieren creencias. Aquí el papel de la escuela está orientado a entregar las herramientas para desenvolverse en la sociedad. En la segunda corriente (fenomenológica) el proceso de socialización se define en base a las interacciones que se producen dentro del ámbito escolar. A partir de esto los alumnos construyen el significado del mundo que les rodea. Por último está la visión neo-marxista que define las escuelas como instituciones de control social y por tanto orientadas a la reproducción social.

En la línea fenomenológica se encuentra la propuesta de Bernstein (1989) pues considera que el papel del lenguaje es muy importante en el proceso de socialización. Sostiene que durante la vida interiorizamos todo a través del lenguaje. Por ejemplo la clase social y los códigos del lenguaje son factores que se han de considerar. De hecho estos son códigos culturales que no se pueden dejar al margen ya que forman parte del proceso de socialización de los jóvenes y de los niños en la escuela.

Un estudio realizado por Paul Willis (Willis, 2008), sobre el sistema educativo inglés y galés, explica cómo jóvenes de la clase obrera se relacionan con

jóvenes de características similares características culturales, así entre ellos logran formar una contra cultura. En este estudio Willis logra demostrar que los jóvenes en la escuela son reproductores y promotores de una cultura y de valores que ellos mismos forjan con sus iguales. Este estudio realizado a través de una observación participante en un colegio de secundaria, logra establecer las conexiones entre la cultura contra escolar, que forjan los jóvenes dentro del instituto, con la cultura de la fábrica, muy cercana a la masculinidad hegemónica y de características basadas en el poder. Según Willis existen elementos de la cultura obrera que trascienden el lugar de trabajo y logran reproducirse en el sistema educativo, en especial en escuelas donde se forman elementos de una cultura que logra transmitir valores, como es la cultura de los “colegas”. A diferencia de otros grupos de jóvenes, la cultura de los “colegas” logra establecerse y reproducirse dentro del instituto transmitiendo valores.

“Hay muchas similitudes entre la contra cultura escolar (la de los colegas) y la cultura de la fábrica. La cultura escolar emergente es fortalecida y alimentada materialmente por lo que los colegas consideran su única fuente verdadera en la mundología: el mundo del trabajo de la clase obrera” (Willis, 2008:55)

Esto quiere decir que hay en los jóvenes estudiantes una predisposición al trabajo desde la escuela, manifestada a través de comportamientos culturales reproductivos similares a los existentes en las fábricas de Inglaterra. Hay en estos jóvenes rasgos que hacen asumir desde ya su futuro laboral y lo manifiestan en aptitudes de rebeldía a la autoridad escolar. Willis (2008) logra demostrar cómo ciertos aspectos de la masculinidad hegemónica, logran ser

reproducidos por las culturas que se forman en institutos donde asisten jóvenes de clase obrera, como es la asociación que hacen del trabajo manual y la hombría. La riqueza de este estudio radica en identificar estos aspectos reproductores y de esta forma ayudar a superar las desigualdades a través de la construcción de una masculinidad más igualitaria.

I.IV.IV Redes sociales y masculinidad

La sociedad actual conocida como sociedad del riesgo, de la información o dialógica (Beck, 1998; Castells, 1998; Flecha, Gómez & Puigvert, 2001) se presenta como una oportunidad para establecer nuevas formas de relaciones sociales, en este sentido son los jóvenes quienes se apropian con mayor rapidez de las nuevas formas de comunicarse y relacionarse con otras personas. Sin embargo, este diseño de sociedad no se ha dado de la forma que actualmente se conoce, es decir tan globalizada como hoy en día. Según explica Ramón Flecha (2004) este proceso de masificación de las tecnologías de la información y la comunicación (Flecha & Puigvert, 2004) se produjo en dos fases muy marcadas por la diferencia sobre quién mantiene el acceso a estas nuevas tecnologías. La primera fase muy desigual, sobre quienes mantenían y lograban tener acceso a las nuevas tecnologías de la comunicación. Es decir durante la primera fase solo un pequeño grupo de profesionales lograba tener este acceso. Durante la segunda fase que es cuando se logran masificar estos medios de comunicación. Es durante los últimos años del siglo pasado y los primeros años de este, en que los medios de comunicación como internet comienzan a formar parte de la vida de las personas.

“A finales de siglo XX e inicios del siglo XXI se empiezan a constatar nuevas dinámicas sociales que hacen pensar en un cambio de tendencia hacia una sociedad de la información para todos y para todas” (Flecha & Puigvert, 2004: 44)

La aparición de estos medios tecnológicos en especial la aparición de internet ha permitido establecer y diseñar nuevas formas de comunicación. Existe una apropiación dialógica de estos medios lo que permite a los sujetos comunicarse como hasta ahora no se había hecho. Sin ir más allá las protestas de 15 M en España y Catalunya tuvieron gran parte de su convocatoria gracias a internet. Este uso se debe al diálogo que cada vez se impone como forma de tomar decisiones. La utilización de internet ayuda sin lugar a dudas a configurar nuevas formas de hacer y sentir la masculinidad de los jóvenes (Seidler, 2006). Estos hacen un uso cotidiano de las tecnologías de la informática, en especial de internet y las redes sociales como el Facebook y el Messenger.

“en el marco de la nueva economía globalizada y de la transformación a escala mundial de las relaciones laborales se ha producido un cambio radical en la experiencia de los adolescentes en diferentes clases, culturas y tradiciones. Con el uso generalizado de las tecnologías informáticas los jóvenes tienen acceso a través de Internet, a una diversidad de aspiraciones y definiciones de la experiencia juvenil” (Seidler, 2006:30)

Como he mostrado hasta ahora, las principales fuentes de socialización estaba concebidas principalmente en la familia y la escuela, sin embargo, esta concepción ha cambiado mucho hasta ahora. Tradicionalmente se tenía al

profesor y los padres como los únicos capaces de preparar a los sujetos a participar en la sociedad. Hoy en día, llegados a una determinada edad, quizá entrando a la adolescencia, los jóvenes tienen en sus manos una gran variedad de información, por lo que comienzan desde muy temprana edad a configurar su propia identidad. Esta creación de identidad se da en un sentido de construcción de la identidad masculina (Seidler, 2006) y en un sentido dialógico (Flecha & Puigvert, 2004), pues se construye una identidad en base a un diálogo, primero con quienes están mucho más cercanos como es el caso de los padres. Y en segundo lugar se comienza a establecer lazos con quienes no están tan cerca físicamente, pero a través de internet se establecen relaciones muy cercanas. Esta gran variedad de posibilidades hace que las identidades que se construyen se hacen con otros valores, distintos a los de los padres, por ejemplo y aunque no se reconozcan como tales, con valores igualitarios y pro-feministas (Seidler, 2006). Desde esta última década, en especial estos cinco o seis años, los medios de comunicación como internet han ayudado a establecer una nueva forma de construir esta identidad y a además de relacionarse con sus amigos a diario. Por esto, hay que prestar una especial atención a hacer un uso adecuado de internet, pues como ya todos sabemos, ofrece un mundo de posibilidades, que nuestros padres no lograron tener. Las nuevas masculinidades también están muy presentes en internet, AHIGE (www.ahige.org) tiene una plataforma de información y difusión en internet lo que hace que pueda llegar a muchos rincones. Además muchos jóvenes establecen relaciones románticas gracias a internet, lo que facilita nuevas formas de interacción muy poco estudiadas hasta ahora.

Respecto a la importancia que han adquirido las redes sociales en los procesos de socialización queda reflejada en la investigación realizada en las redes sociales específicamente Facebook por Manago, Taylor, Tamara & Greenfield (2012). En esta investigación queda reflejada la importancia de la amistad y las redes de amigos en la construcción de la personalidad. Estos investigadores sostienen que existe una importancia muy elevada en la afirmación de la personalidad por ejemplo cuando se publica algo en el muro. Esto porque los amigos van comentando los estados de ánimo que quien publica y permite una comunicación constante entre amigos. Además destaca que Facebook tiene la ventaja de mantener como redes sociales a personas que solamente son conocidos. Eso permite extender las redes sociales y laborales a contactos mínimos, sin que ello implique perder la amistad.

La importancia de mantener amigos queda reflejada además en la investigación llevada a cabo por Zimmer-Gmbeck (2002). En esta investigación se sostiene que mientras mayores sean los lazos que se mantienen con los amigos, permite prevenir situaciones de relaciones afectivas sexuales de carácter violento. Esto principalmente porque los amigos actúan como un círculo solidario que advierten los peligros de la nueva pareja de este círculo de amigos. Por ello es importante mantener grupos de amigos para que puedan advertir de situaciones riesgosas en las relaciones románticas entre adolescentes, estos círculos de amigos se pueden mantener gracias a las redes sociales ya que no se requiere movilidad física para esto.

I.V Amor romántico

La presente investigación tiene como principal objetivo demostrar que existen chicos con atractivo sexual ligados a las nuevas masculinidades. Existe una evidente dificultad de encontrar este tipo de chicos debido a que el amor está arraigado en la cultura masculina hegemónica como sinónimo de conquista. El hombre es quien conquista y obtiene un trofeo (Giddens, 1995). Como veremos adelante, el amor como concepto es relativamente nuevo y asociado al matrimonio desde hace unos pocos siglos, comparados con la historia de la humanidad y como concepto nuevo, está ligado a una construcción social de una sociedad patriarcal. Sin embargo, existe literatura que asegura que fue con el amor cuando muchas mujeres comenzaron su particular liberación (Herrera, 2010). Pues son ellas quienes eligen a sus maridos, prometidos o novios. Hasta antes del amor, las relaciones estaban marcadas o determinadas por diferentes factores, no por amor por ejemplo durante el feudalismo. Por otro lado los hombres también hemos ganado libertades con el amor. Primero ya no somos unos seres de dominación, sino que somos seres enamorados de nuestras compañeras. Segundo el amor nos ayuda a construir nuestra propia biografía, y esto nos libera. Por ello la importancia del amor primero como fenómeno de liberación individual y segundo, como fenómeno de transformación. Ligar a chicos de las nuevas masculinidades con el atractivo sexual permite una transformación de fondo en aspectos de violencia, poder y convivencia.

Para comenzar el análisis de la conceptualización del amor es muy importante señalar que el amor, es un concepto que se relaciona con el matrimonio y con

parejas sólo desde hace un par de siglos y que la importancia que posee hoy solo se puede explicar cómo una ganancia de la modernidad (Beck & Beck-Gernsheim, 1998). Desde siempre las relaciones entre parejas estaban directamente relacionadas al matrimonio, el cual a su vez estaba relacionado a intereses de estatus, intereses económicos de las familias de los novios o simplemente al mantenimiento de la riqueza familiar o para el trabajo (Giddens, 1995). Durante muchos siglos como la forma de producción era la agricultura, el matrimonio tenía que establecer un vínculo asociado directamente a la producción, es decir, muchos hijos saludables.

“En las clases pobres, el matrimonio era un medio de organizar el trabajo agrícola. Una vida caracterizada por un ininterrumpido trabajo duro era incapaz de conducir a la pasión sexual” (Giddens, 1995: 44)

En las sociedades menos complejas, los matrimonios eran utilizados además como parte de pactos o alianzas entre familias o clanes, que permitían establecer pactos de paz o por el contrario generar alianzas para hacer la guerra. Los matrimonios por interés fueron un hecho muy común durante la edad media donde familias nobles buscaban alianzas estratégicas para gobernar grandes extensiones de territorio. Un ejemplo histórico es la alianza estratégica provocada con el matrimonio de los reyes católicos que ello conllevó una alianza entre las coronas de Castilla y la corona Catalana-Aragonesa en el año 1469 (Lozoya & López, 1966). Durante la edad media era también una práctica muy habitual en las familias burguesas quienes buscaban algún título nobiliario con el matrimonio casando a los herederos de sus fortunas con herederos de títulos nobiliarios. Con el pasar del tiempo y

principalmente con la llegada de la ilustración, que se comienza a hacer importante el amor para el vínculo matrimonial.

“Nunca el matrimonio ha sido fundado tan etéreamente, de modo tan poco materialista como hoy: las mujeres y los hombres que trabajan son económicamente independientes su unión matrimonial ya no sirve, como en la jerarquía estamental, a la gran política y al mantenimiento de dinastías o de la propiedad de la tierra. EL vínculo basado en la procedencia se ha disuelto, al igual que la comunidad, por el contexto laboral. En pocas palabras todo lo firme y lo predeterminado se desvanece” (Beck & Beck-Gernsheim, 1998: 247)

De esta forma existe cierto consenso en la tradición sociológica en describir que la situación actual del amor, es una ganancia de las libertades obtenidas junto con la modernidad. Giddens, sociólogo británico, nos describe como el amor ha ido ganando un espacio en la vida privada de las personas a partir de la época victoriana británica. Según describe, el comienzo del auge o importancia que se le da a las relaciones amorosas comienza con una ola literaria. Esta situación hace surgir dentro de las mujeres británicas un sentimiento y una idealización del amor como pasión. *“El surgimiento del amor romántico coincidía más o menos con la emergencia de la novela: la conexión de ambas constituyó una nueva forma narrativa”* (Giddens, 1995: 46). Según Giddens, la idealización del amor comienza a producirse conjuntamente con una producción literaria de pasión, amor e infidelidades, donde el héroe de las novelas solía ser un hombre que no poseía vínculos algunos. En cambio la protagonista de las novelas solía diferenciarse del ideario de feminidad que

debía ser una mujer pasiva. Así la protagonista de las novelas, era una chica inteligente e independiente. *“La heroína alcanza y funde el corazón de un hombre, que es inicialmente indiferente y lejano a ella cuando no abiertamente hostil”* (Giddens, 1995: 51). Esto significó en el ideario colectivo de las chicas, una socialización del amor hacia un tipo de hombres. Y además implicó que aquellas chicas que se querían unir en matrimonio con un hombre, ya no lo hacían pensando en intereses sociales (como hasta ese instante) sino que el vínculo del matrimonio pasó a estar directamente relacionado con el amor. *“La heroína amansa, suaviza y altera la masculinidad aparentemente intratable de su objeto amoroso, haciendo posible que la afición mutua allegue a ser la línea directriz principal de sus vidas en común”* (Giddens, 1995: 51). Desde el comienzo se crea y socializa un modelo de atracción hacia un tipo de hombre hostil, promoviendo como a un hombre seductor pero que se asocia a un modelo de masculinidad hegemónica. Este cambio en la concepción del matrimonio llevó consigo algo que no había sucedido hasta entonces, la búsqueda del amor antes del matrimonio. Esto quiere decir que se comienza a hacer una búsqueda de una persona que represente valores e ideales contruidos principalmente en la literatura. Existe un cambio de posturas claves respecto al matrimonio que anteriormente no se daba. Este cambio de posturas frente al matrimonio significó que las chicas construyeran ideales de algún individuo muy parecido al que se describía en la literatura. Debo dejar de manifiesto, que los hombres descritos en las obras literarias a las que Giddens se refiere, tienen mucho que ver con los valores promovidos por las sociedades de la época. Representantes de un modelo de masculinidad que se presenta

como exitoso y atractivo y que es el que actualmente se conoce como el de masculinidad hegemónica.

Los sociólogos alemanes Elisabeth Beck y Ulrich Beck (Beck & Beck-Gernsheim, 1998), plantean que el amor es una ganancia de la modernidad basada en la libertad individual. Para ellos, el amor moderno es producto del surgimiento del individuo con la modernidad. Según su postura, plantean que modernización hace a los hombres y mujeres mucho más individualistas. Esta individualidad hace tanto que hombres como mujeres en una sociedad del riesgo individualizada y también secularizada estén en constante búsqueda del amor, lo que ha transformado al amor también en una nueva religión. Esto quiere decir que los individuos en una sociedad del riesgo cada día más individualizada, intentan estabilizar sus vidas con la búsqueda del amor, y es por este motivo estos sociólogos alemanes denominan al amor como la religión del siglo XXI. También es importante destacar las transformaciones que existen en el matrimonio como una forma de consolidar el amor. Es un hecho que anteriormente los matrimonios existían para toda la vida en una relación directa matrimonio-trabajo-situación geográfica. Esta situación ha cambiado mucho en las sociedades actuales pues el trabajo ya no es estable, la ubicación geográfica de los individuos depende prácticamente de las oportunidades laborales que se les presenten. Pero en lo que concierne a esta investigación, los matrimonios ya no son para toda la vida, sino por el contrario, los involucrados en esta relación de matrimonio moderno han de esforzarse en el mantenimiento de la mismas y se deben cumplir determinadas condiciones que permitan el desarrollo del proyecto individual o biográfico de los involucrados en la relación del matrimonio. Al estar vinculado a los intereses individuales, las

parejas deben establecer una relación mucho más argumentada y por tanto consensuada. El diálogo se transforma en una de las herramientas de estabilización de las relaciones. *“(El matrimonio) Ha pasado de ser una relación para toda la vida a ser una relación que se mantiene solo unas condiciones determinadas [...] el matrimonio ha perdido estabilidad, pero no ha perdido su atracción”* (Beck & Beck-Gernsheim, 1998: 238). Como mencione anteriormente, es fundamental entender el amor en términos sociológicos, en especial a partir de los procesos socialización. Estos sociólogos alemanes, nos proponen que la razón y el amor no son incompatibles *“en el amor cada uno es responsable y culpable de sus actos, todo se hace con intención y voluntad”* (Beck & Beck-Gernsheim, 1998: 340).

Una de las propuestas más novedosas hechas por estos sociólogos alemanes, trata sobre la importancia que ha adquirido durante estos últimos años (siglos) el amor, elevándolo a categoría de religión de la modernidad. Según esta propuesta, la modernidad ha provocado una constante individualización de los sujetos. Esto significa una pérdida de los cánones a seguir por los individuos, lo cual quiere decir que ya no hay límites fijados que se deban cumplir, como por ejemplo, trabajar casarse por la iglesia y tener hijos y todo en un orden establecido

“la religión y el amor contienen una análoga utopía” [...] “El amor es búsqueda de sí mismo, el deseo de un encuentro autentico con, contra y en el otro. Eso se aspira a través del cuerpo, del dialogo del encuentro despiadado, de la confesión y de la absolución que se oye y se da mutuamente” (Beck & Beck-Gernsheim, 1998: 241-242)

Con la falta de cánones establecidos para los individuos, el amor se ha transformado en lo que buscan los sujetos para ser felices, una felicidad que se busca en un otro. El amor ha pasado con la modernidad, a ocupar un espacio muy importante en nuestras vidas. El hecho no de encontrar una persona con quien compartir nuestras vidas puede traer consecuencias negativas en la autoestima. Es tal el grado de importancia que se le da al amor, que existen muchas páginas de internet encargadas de buscar parejas que sean “científicamente compatibles”.

“El amor es una utopía que no tiene que venirnos desde arriba [...] En este sentido en amor representa una religión sin tradición; no respecto a su dependencia de la interpretación cultural pero si por el grado de su obligatoriedad, de la estabilidad de su querer intra e intersubjetivo. Aquí nadie tiene que ser convertido, ni tiene que afiliarse” (Beck & Beck-Gernsheim, 1998: 243).

En otras palabras, la búsqueda del amor y el amor de pareja propiamente tal se han transformado en una forma de alcanzar un grado de espiritualidad, un paraíso que no es una utopía que viene desde el cielo, sino, que es alcanzable a través de la unión de dos individuos. Según esta explicación, la sociedad cada día más individualizada ha propiciado y colocado al amor en una parte importante de nuestras vidas, con la cual hay que intentar convivir y si fracasa, habrá que dedicarle un tiempo para rehacer la vida amorosa.

“Mientras que la religión que ya no se enseña se disuelve, el amor representa una religión sin iglesias y sin sacerdotes, cuya persistencia es tan segura como la fuerza de gravitación de la sexualidad

destradicionalizada [...] Pero dicha independencia pone el amor otra vez en manos de los individuos, lo convierte a pesar de toda su configuración cultural en un asunto interno de los mismos enamorados, lo predestina a ser una "religión" post tradicional, independiente de tradiciones y sin tradición, y que no entra en la conciencia como tal porque surge del centro más íntimo de los deseos" (Beck & Beck-Gernsheim, 1998: 244).

Si bien es cierto que la explicación respecto a la situación del amor en el libro de estos sociólogos alemanes es muy acertada, no obstante existe un punto de desacuerdo. Principalmente a la explicación sobre el amor como una especie de rayo mágico, incontrolable *"El amor sucede, cae como un rayo o se apaga siguiendo las leyes no abiertas a la invención individual, ni al control social"* (Beck & Beck-Gernsheim, 1998:270). De acuerdo con ellos el amor es un sentimiento que está fuera del control individual o social. Por otro lado Gómez (2004), trata al amor como un elemento de socialización de gustos. Para Gómez, el amor es también una ganancia de la modernidad y por ello debe ser basada en el diálogo. Los protagonistas de las relaciones amorosas deben ser dialogantes y libres en las decisiones que se puedan producir dentro de la relación.

"El amor no se asocia a los instintos ni queda circunscrito sólo a la conciencia, sino que es una conquista de la modernidad y amplía sus miradas a la intersubjetividad, haciendo que la libertad y sueño compartan unos diálogos que día a día demuestran lo que ocurre en

privado y parece personal es consecuencia directa de los cambios sociales que se van generando” (Gómez, 2004: 53).

Elena Duque (Duque, 2006) por su parte y en la misma línea que Gómez, desarrolla una investigación sobre las relaciones sentimentales y los modelos de atracción en la discotecas. En su investigación plantea que el amor deber ser entendido como parte de una diálogo entre los involucrados en la relación *“Si entendemos el amor como producto de las interacciones y no como algo irracional e incontrolable, y entendemos el diálogo como el uso de argumentos con el objetivo final de llegar a un entendimiento con sentimiento y amor de base, entonces amar y hablar no solo no son incompatibles, sino que necesariamente complementarios”* (Duque, 2006: 70). Según la autora, los avances que se hayan producido en el tema de las relaciones de pareja son un reto, pues de basan en la costumbre de establecer relaciones desiguales. Por tanto establecer relaciones igualitarias no es ningún caso una situación fácil de conseguir. Sin embargo la sociedad actual permite establecer las bases para un cambio en las relaciones amorosas.

“Si desde el amor los actos cometidos son involuntarios, impredecibles e irremediables, nos será difícil pedir responsabilidad sobre los mismos. Por eso es básico afirmar que el amor no es instinto, no es una pulsión, no es química ni biología, sino que es social y, por tanto, lleva implícita la responsabilidad sobre sus actos, entre otras cuestiones porque al ser social, se puede cambiar” (Duque, 2006: 73)

Un hecho que es relevante para el estudio del amor en el ámbito de las ciencias sociales, es que se ha estudiado muy poco. Esto debido a que desde

la ilustración la ciencia ha dedicado sus esfuerzos al estudio de lo que es comprobable. Esto implica que el “amor” es para algunos una cosa instintiva por ello se ha alejado de los estudios científicos, en especial en el estudio de las ciencias sociales. Así es como lo describe Seidler, es el hecho que desde la ilustración somos seres racionales, por tanto al ser racionales todo lo que esté relacionado con aspectos que a primera vista no estén controlados y por tanto no sean racionales, no es humano. *“Comunico que es importante que hagamos cosas que hayamos elegido libremente como fines y metas; supuestamente la emoción y los sentimientos solo podrían interponerse en la claridad de las elecciones que hacemos”* (Seidler, 2000:101). Con este planteamiento Seidler quiere decir que existe un monopolio de razón por sobre cualquier otro tipos de acciones. La razón a través de la moral y así hacia la sociedad se vuelve soberana. Con esto lo que se quiere plantear es que existe por parte de las ciencias sociales un desconocimiento amplio a lo que sentimientos se refiere y este es el caso de los estudios sobre el amor. Aunque sociólogos de reconocido prestigio como Giddens y Beck, no han logrado hacer una definición clara respecto a este sentimiento. Sí plantean, que durante estos últimos años el amor se ha hecho cada vez más importante para constitución de la sociedad, especialmente a los cambios vividos en lo que a la vida en pareja se refiere, sin embargo, no lo explican como un fenómeno social. Es más, sus afirmaciones respecto al tema son más bien ambiguas.

I.V.I Socialización y amor romántico

“La socialización es un proceso por el que atravesamos las personas para primero, convertirnos en miembro de la sociedad y luego introducirnos a nuevos sectores del mundo” (Gómez, 2004: 19).

En la actualidad hay investigaciones que demuestran que las relaciones de parejas guardan más relación con aspectos sociales que con aspectos de índole “mágico” (Gómez, 2004; Duque, 2006). Este hecho permite repensar nuestra postura como sujetos, referente a las relaciones sociales y afectivas sexuales. Pues al ser una cuestión social, las relaciones amorosas están más bien relacionadas con la socialización de los individuos. Como he descrito más arriba existen distintos medios por los cuales los individuos se socializan. Sin duda y a mi parecer los más importantes son la familia y la escuela. Esto no quiere decir que la influencia ejercida por los medios de comunicación sea poca, sin embargo, en esta investigación no profundizaré al respecto. *“Las teorías científicas de las ciencias sociales en la actualidad demuestran que esto no es así, que las relaciones, el amor, la sexualidad etc. Son sociales y fruto de las interacciones” (Duque, 2006: 69).*

Sin embargo este proceso está diferenciado entre la educación y la familia. En donde los niños, con la adquisición del lenguaje, adquieren la mayor parte de esta socialización y además diferenciando entre socialización primaria en la que está la familia y la escuela, con socialización secundaria en donde se encuentra a los medios de comunicación y las relaciones entre grupos de iguales. Jesús Gómez desde una perspectiva dialógica nos plantea que el proceso de socialización es un continuo que dura toda la vida, sugiere que la

socialización de los individuos es un proceso completo donde no se pueden excluir ni separar la familia y la educación. Además incluye a los medios de comunicación y la influencia que ejerce la red (internet) como parte de la socialización de los individuos, de este modo, *“la socialización es un proceso que dura toda la vida y hace interiorizar los valores y normas de la cultura que toca vivir, no determina conducta porque a pesar de todo, el sujeto siempre tiene la última palabra”* (Gómez, 2004: 18). En el proceso de socialización que nos propone Jesús Gómez (2004), el individuo tiene siempre la última palabra y no queda determinado por las estructuras que impiden cualquier transformación de sus vidas. Esto a través de lo que él llama una resocialización de lo que es perjudicial para nuestras vidas. Gómez nos hace una propuesta desde una perspectiva afectiva sexual, lo que nos permite extrapolar hacia una transformación de nuestras vidas hacia lo que es realmente importante para nosotros como individuos. Sin que quede determinada por nuestra socialización y nuestra cultura que son los valores y normas que nos rigen como individuos. Gómez en su libro *“El amor en la sociedad del riesgo”* (2004), describe dos modelos para las relaciones afectivo-sexuales llamados el modelo tradicional y el modelo alternativo, a los que ya les he dedicado un apartado al comienzo del presente capítulo. En el primero de ellos, se describe un tipo de relaciones que hacen sufrir a los individuos que forman parte de esta relación por circunstancias dentro de las cuales está el modelo de hombre conquistador y maltratador. Este es un tipo de hombre ligado directamente con el modelo de masculinidad hegemónica. En el modelo alternativo nos muestra como poder llevar una relación afectivo sexual, de un punto de vista comunicativo para lo que nos propone una serie de pasos:

Radicalización de la democracia; Protagonismo de los actores sociales; papel central del diálogo y el consenso y sentido y re encanto en la comunicación (Gómez 2004). De esta forma la propuesta de Gómez es llegar a unas relaciones afectivo-sexuales alejadas del modelo de masculinidad tradicional o hegemónica.

Por tanto si el amor en un proceso de socialización, se puede corregir y esta corrección o nueva construcción sobre el proceso de socialización en el amor se construye a través de los actos comunicativos dialógicos (Soler & Flecha, 2010). Por tanto son las palabras, el dialogo los que nos hace generar atractivo según a que personas. Cambiar nuestra percepción de ellas, como he descrito con anterioridad es el uso del lenguaje el que genera el atractivo a un determinado modelo de hombres (hegemónico), por lo que el uso del lenguaje o actos comunicativos generará el atractivo hacia las nuevas masculinidades, o modelos de relación afectivo sexual.

I.VI La violencia contra las mujeres y socialización preventiva de la violencia de género

La violencia en contra de las mujeres durante estos últimos años ha sufrido un aumento significativo teniendo en cuenta los avances en democracia, participación de la mujer en el mercado laboral, etc. Sin embargo, es este mismo proceso, es el que ha supuesto el aumento de violencia en contra de las mujeres. Pues los hombres sienten amenazada su masculinidad por sus compañeras, novias o simplemente ligues. Este problema es un problema por un lado de los hombres, pues muchos hombres sienten y viven un modelo de masculinidad tradicional que poco a poco se va superando, pero que sin embargo de momento está ocasionando muchos problemas en cuestiones de

violencia contra las mujeres, ya que son estos hombres los que sienten amenazada su hombría con las libertades que han adquirido las mujeres durante las últimas décadas (Kimmel, 2008; Kaufman, 1999). Por otra parte el problema de la violencia de género está relacionado con una cuestión socialización de un determinado modelo de atractivo. En este apartado profundizaremos en estos dos aspectos claves para esta investigación aunque no consten directamente en hipótesis u objetivos de investigación. El primero de ellos sobre la violencia contra de las mujeres y en segundo lugar sobre la socialización preventiva de la violencia de género. Es importante tener en cuenta que aunque no esté planteado como uno de los objetivos de investigación y no esté reflejado en las hipótesis planteadas dentro de esta tesis, la violencia de género es un tema relevante para esta investigación, ya que esta tesis si se enmarca en una línea de investigación que está relacionada con la socialización preventiva de la violencia de género.

I.VI.I Violencia contra las mujeres.

“la violencia de los hombres contra las mujeres, especialmente la violencia doméstica, indica que los hombres no pegan a las mujeres cuando se sienten poderosos, sino cuando se sienten impotentes”
(Kimmel, 2008: 21)

Los problemas de la violencia de género es un problema que está muy vigente y que está por ahora lejos de solucionarse. Existen como se ha visto antes, políticas y programas que intentan trabajar para superar este problema, y aunque existen una gran variedad de propuestas para lograr solucionar el problema, de momento no hay según qué tipo de programa, una solución a la

vista. El problema de la violencia es un problema de una masculinidad hegemónica pero además, o producto de lo mismo, se ha avanzado muy poco en su definición. Las preocupaciones sobre la violencia contra las mujeres comienzan por limitar su conceptualización. Así la conceptualización de la violencia contra las mujeres comienza con estudios que ligaban la violencia en contra de las mujeres al ámbito privado. Por esto, dentro de las primeras terminologías utilizadas en este tipo de violencia se utiliza el concepto de violencia doméstica y violencia marital. Esto permite designar que la violencia que se ejercía contra las mujeres, estaba limitada al ámbito del hogar y llevada a cabo solo por el marido o conyugue.

“El empleo de ambos términos implicaba considerar la violencia propia del ámbito privado, es decir, aquellos abusos ejercidos de puertas adentro, se trataba de un asunto que únicamente concernía a las personas implicadas en la relación, que convivían en el mismo techo”
(Melgar, 2009: 36)

Visto que el tema de la violencia de género es una cuestión mucho más compleja y que no se limitaba al ámbito doméstico, sino que es una cuestión que abarca temas de masculinidad. Con el correr del tiempo la terminología fue adquiriendo un mayor grado de complejidad y se fue acuñando el concepto de violencia de pareja, este término incluye la violencia ejercida contra las mujeres hechas por su pareja, incluyendo a aquellas parejas que no viven dentro del mismo techo. En el Estado español el término que se emplea es el de violencia de género manifestado en la Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género del año 2004 (Melgar, 2009)

Durante estos últimos años la violencia de género contra las mujeres continúa siendo una de las principales causas de mortalidad de mujeres a manos de sus parejas o ex parejas. Estas mujeres sufrieron agresiones independiente de su condición de casadas, novias, relaciones ya terminadas, es decir, la violencia contra las mujeres tiene muchos factores y muchas causas, pero especialmente se debe a como nos socializamos como mujeres y como hombres. Llegar a cambiar esta situación en aquellas mujeres que tienen una relación de muchos años es un tema muy complejo. Sin embargo, la situación puede ser sin duda la prevención de este tipo de hechos en quienes están solo comenzando a experimentar lo que son las relaciones sentimentales, como es el caso de las y los adolescentes. En palabras de Oliver y Valls (2004) la violencia de género es *“el resultado de un proceso social, no es algo inevitable, no es algo genético que condene a los hombres a ser violentos y a las mujeres a ser golpeadas (Oliver & Valls, 2004: 7).* Aunque la violencia de género ha sido durante largo tiempo un tema tabú, de a poco ha ido ganando espacio en las agendas políticas de distintos gobiernos y en la comunidad internacional, podríamos decir que *“la violencia de género ha pasado de ser una situación privada de la vida, a integrarse en la agenda del sistema” (Oliver & Valls: 16).*

Un hecho importante que marca el antes y el después de la violencia de género tiene que ver con las aportaciones que realizas por el feminismo. Primero en denunciar una sociedad patriarcal en donde las mujeres estaban colocadas y resignadas a aspectos de la vida privada. Y en segundo lugar con su proceso de concienciación sobre la violencia hacia las mujeres *“ha analizado la violencia como fuente de la estructura patriarcal de la sociedad que incluye la familia, relaciones sociales, ideología y política” (Oliver & Valls, 2004).* Sin

embargo, los hechos de denuncia respecto a la violencia de género no han quedado ahí. Como se ha visto anteriormente la violencia de género ha pasado de ser un hecho totalmente reservado al ámbito doméstico, a pasar a ocupar una parte importante de las políticas sociales.

“En cuanto a la violencia, una cosa es penalizar a los agresores, proteger a las víctimas y facilitar su recuperación física y sanitaria, su autoestima y autonomía (todo ello es necesario e imprescindible y donde no se pueden ahorrar esfuerzos), y otra cosa es incidir en las raíces del problema y proponer líneas de fondo que lo eliminen” (Oliver & Valls, 2004: 87).

Michael Kaufman (1999) realiza un análisis sobre la violencia de género y lo asocia directamente a un problema de masculinidad. Así elabora un trabajo que él mismo define como las siete P's de la violencia de género, en la cual enumera siete aspectos claves por la cual los hombres ejercen violencia no solo física contra las mujeres. La primera de ellas la denomina *“el poder patriarcal”*, esta primera categoría la asocia a la estructura social y al modo en que los hombres nos hemos socializado. La segunda categoría Kaufman la asocia al *“privilegio”* que según el autor entiende los creemos tener por sobre nuestras compañeras. La tercera también asociada a aspectos estructurales y la denomina *“permiso”*. Esta se refiere a que la estructura social da permiso a través de las leyes y según el autor a través de algunas religiones a pegar a las mujeres. Las siguientes categorías Kaufman las asocia a aspectos más bien psicológicos como y las define así: la paradoja del poder de los hombres; armadura síquica de la masculinidad; masculinidad como olla síquica de

presión; pasadas experiencias (Kaufman, 1999). Esta última de los argumentos más cuestionables que sostiene el autor, pues manifiesta que quién vivió en un hogar donde su madre era maltratada, este hijo tiene muchas posibilidades de ser un maltratador.

Las propuestas de Kaufman (1999) relativas a acabar con el problema de la violencia de género pasan por rupturas estructurales contra quien ostenta el poder, en este caso hombres. Los aportes más significativos sin embargo, pasan por involucrar para trabajar en cooperación con las mujeres y trabajar con hombres que ejercen la violencia a través de aspectos que cuestionen los privilegios que estos sienten que tienen. Kaufman es uno de los autores que más trabaja en temas de masculinidad y los problemas de la violencia de género contra las mujeres, sin embargo, en sus trabajos no hay una mención hacia los modelos atracción y como nos socializamos hacia ellos.

Desde el feminismo hay muy pocas investigaciones que estén en la línea de identificar y socializar en los modelos de atracción. Las propuestas en esta línea de investigación vienen del denominado feminismo dialógico. Este modelo de feminismo esta por la integración, es decir está por integrar las voces de todas las mujeres y no solo las voces de aquellas mujeres que están participando en la lucha o muy comúnmente en las universidades. Para ello la propuesta es un feminismo dialógico integrador de las voces de todas las mujeres.

“En el análisis de la violencia de género hace falta avanzar hacia un feminismo más dialógico que tenga presente a todas las mujeres, militen o no en movimientos feministas, y que sea capaz de cambiar los

modelos de atracción y crear otros modelos de relaciones afectivo-sexual". (Oliver & Valls, 2004)

Desde el feminismo dialógico (Puigvert, 2001) se plantea que en las sociedades occidentales en donde las mujeres disfrutan cada día de más derechos, la violencia contra ellas está en aumento. Así, para poder dar un salto preventivo importante, parte de la solución está en integrar las voces de todas las mujeres. Esta propuesta pretende ser un puente entre las mujeres y la ciencia, pues el feminismo tradicional no incluye la voz de las mujeres que no participan en la vida académica. De esta forma hacer del feminismo un movimiento que sea realmente un movimiento transformador y de respuestas a todas las mujeres. En cuanto a la legislación internacional la violencia contra las mujeres comienza a estar presente en las legislaciones internacionales, a partir del año 1993 con la declaración de la ONU (Organización de las Naciones Unidas) con la aprobación en Asamblea General en la "*declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*".

"A los efectos de la presente Declaración, por "violencia contra la mujer" se entiende todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada" (Artículo 1).

En lo que respecta a los tipos de violencia que se ejercen en contra de las mujeres según la III Macro encuesta de violencia contra las mujeres (SIGMA

DOS, 2006) Encontramos seis tipos de ejercer la violencia en contra de las mujeres.

- Violencia física: empujones, tirones de pelo, bofetadas, golpes, patadas, quemaduras, mordeduras, estrangulamientos, puñaladas, mutilación genital, tortura y asesinato.
- Violencia sexual: cualquier actividad sexual no consentida: chistes y bromas sexuales, miradas fijas irascibles comentarios desagradables, exhibicionismo, llamadas telefónicas ofensivas, propuestas sexuales indeseadas, visionado o participación forzada en pornografía, tocamientos indeseados, relación sexual obligada, violación, incesto, todo ello dirigido a la ejecución de actos sexuales que la mujer considera dolorosos o humillantes, embarazo forzado, tráfico y explotación en la industria del sexo.
- Violencia psicológica: chistes, bromas, comentarios, amenazas, aislamiento, desprecio, intimidación e insultos en público.
- Violencia económica: desigualdad en el acceso a los recursos compartidos, por ejemplo negar /controlar el acceso al dinero, impedir el acceso a un puesto de trabajo, o a la educación, negativa de derechos de propiedad.
- Violencia estructural. Este término incluye barreras invisibles e intangibles contra la realización de las opciones potenciales y de los derechos básicos. Estos obstáculos se encuentran firmemente arraigados y se reproducen diariamente con el mismo tejido social, por

ejemplo las diferencias de poder y las relaciones de poder que generan y legitiman la desigualdad.

- Violencia espiritual: erosionar o destruir las creencias culturales o religiosas de una mujer a través del ridículo y el castigo, o el obligar a alguien que acepte un sistema de creencias determinado.

Si bien durante los últimos años se ha avanzado mucho en la prevención y el trabajo sobre la violencia de género ejercida sobre las mujeres, aún queda mucho trabajo por hacer. Por ello la propuesta conjunta de esta investigación y del CREA “*Centro especial de investigación en teorías y prácticas superadoras de desigualdad*”, está en la socialización preventiva de la violencia de género, que detallo a continuación.

I.VI.II Socialización preventiva de la violencia de género

Enmarcar esta investigación en una línea de investigación es fundamental, pues pretende no solo ser una investigación, sino que además demostrar que existen alternativas al actual modelo de atractivo que domina en las relaciones afectivas en este caso entre los jóvenes. Por ello esta investigación ha estado enmarcada en la línea de investigación denominada “*Socialización preventiva de la violencia de género*”. De acuerdo con esto, se hace una relación directa entre socialización y modelos de atractivo en el cual nos hemos socializado. En este sentido el modelo dominante de atracción hace que se vea como atractivos a los hombres que poseen o ejercen un modelo de masculinidad tradicional. Lo que trae como consecuencia directa que se vea a los hombres violentos como atractivos y exitosos. Y en cambio, que sea vea como poco atractivos y casi como perdedores a hombres que están ligados a

otro tipo de valores, esto es, se acaba por desligar del atractivo a aquellos hombres de valores de igualdad.

“La socialización aquello que interiorizamos como normalizado, es un proceso que realizamos a través de las interacciones que establecemos. La cultura y el contexto en el que estamos inmersos nos transmite en ocasiones un concepto de amor ligado a un sufrimiento, como dice el refrán: quien te quiere te hará sufrir” (Flecha, Puigvert, & Redondo G., 2005:107,108)

La identificación de los actos comunicativos que promueven nuevas masculinidades ligadas a un atractivo sexual, está enmarcada en lo que desde hace años se viene trabajando en CREA- UB que se denomina la socialización preventiva de la violencia de género. Esta línea de investigación y transformación social consiste primero en demostrar a través de investigación que dentro del comportamiento humano no hay nada mágico, sino por el contrario, todo comportamiento social tiene una explicación social (Elster, 1999). Esta explicación en el caso del amor está vinculada a la socialización que hemos recibido durante nuestra vida. Segundo, estas investigaciones realizadas en CREA-UB están promoviendo una transformación en base a una socialización en unos nuevos valores, como la democracia y la igualdad. Esta tesis como ya he mencionado antes se enmarca en investigaciones sobre la socialización preventiva de la violencia de género. Para ello es fundamental establecer que es lo que entendemos por esto. Para hacer una buena definición de este concepto hare una referencia directa a Rosa Valls y Esther Oliver que lo definen:

“En este caso entendemos por socialización preventiva el proceso social a través del cual desarrollamos la conciencia de unas normas y unos valores que previenen comportamientos y las actitudes que conducen a la violencia contra las mujeres y favorecen los comportamientos igualitarios y respetuosos” (Oliver & Valls, 2004: 113).

De acuerdo esta definición se trata de redefinir la concepción que se posee de ciertas conductas y asociarlas a unos determinados valores. Por ejemplo tal que como se ha visto en el apartado del lenguaje de la ética y el lenguaje del deseo, la socialización preventiva consiste en generar atractivo a determinados modelos de comportamiento, en este caso de hombres. Las nuevas masculinidades están asociadas a valores de igualdad, democracia y libertad compartida. Sin embargo, el cambio en el modelo de atractivo no garantiza por si solo un cambio en la situación de violencia que se producen contra las mujeres. Este cambio requiere de una mayor implicación en democracia de todos y todas.

“Los recientes desarrollos teóricos de las ciencias sociales indican que nuestras sociedades son cada vez más dialógicas: las personas utilizan cada vez más el diálogo para llegar a acuerdos. De hecho el diálogo es la única alternativa a la violencia y cuando el diálogo se niega es cuando surge el conflicto” (Flecha, Puigvert, & Redondo, 2005: 108)

La propuesta sobre la socialización preventiva de la violencia de género se hace en tres ámbitos o competencias, un cambio en estas tres competencias permitiría mejorar las relaciones afectivas. La primera orientada a un cambio en el modelo de atracción, estas competencias son aquellas que permiten

entender y socializar que el amor tiene un origen social y no personal, menos aún mágicos como sostienen algunos. Por tanto podemos modificar nuestras ideas al respecto de quien es atractivo o atractiva. La segunda competencia está en la elección, estas competencias son las que permiten que nuestras decisiones se desliguen de la violencia y de la dominación y por tanto, que las elecciones se basan en el poder de los argumentos y no en el poder de la fuerza. Intentar a toda costa que nuestras decisiones y elecciones sean dialógicas y no de poder, esto permitirá mejorar las relaciones y siendo honestos mejorará la calidad de las personas con las que nos relacionamos. Por último están las competencias para la igualdad, estas competencias nos servirán para identificar las jerarquías de poder en las que nos socializamos para poder transformarlas en lugar de reproducirlas (Flecha, Puigvert, & Redondo G., 2005).

“La violencia de género está intrínsecamente ligada a nuestro imaginario social sobre el amor, los modelos amorosos y los modelos de atractivos, a como nos hemos socializado y nos socializamos continuamente en ellos. La socialización aquello que interiorizamos como normalizado, es un proceso que realizamos a través de las interacciones que establecemos: la cultura y el contexto en el que estamos inmersos nos transmite en ocasiones un proceso de amor ligado al sufrimiento”
(Flecha, Puigvert, & Redondo G., 2005:108)

I.VII A modo de conclusión

Durante el repaso de la literatura más referenciada en los conceptos más importantes de esta investigación, he intentado enmarcar esta tesis en un bagaje conceptual adecuado para realizar el correspondiente acercamiento a la realidad a través del análisis. De acuerdo a lo descrito, he hecho un acercamiento entre actos comunicativos, estableciendo que los actos comunicativos son con los que los sujetos establecen acuerdos. De los actos comunicativos he distinguido entre perlocucionarios o actos comunicativos de poder y actos comunicativos ilocucionarios, estos actos están asociados a los actos comunicativos dialógicos (Soler & Flecha, 2010). Una vez hecha esta distinción he establecido que existe una intencionalidad (Searle, 2001) en los actos comunicativos y que la intencionalidad de los actos está basada en las emociones y que la racionalidad en las decisiones juega un papel secundario (Elster, 1999). A su vez se establece que las emociones tiene una construcción social, es decir, las emociones están basadas en creencias y estas creencias a su vez son socializadas (Elster, 1999).

Una vez establecidos los puntos importantes de conceptualización de actos comunicativos y la intencionalidad en la decisiones, he puesto en la discusión los dos tipos de relación afectivos sexuales, la tradicional y la alternativa (Gómez, 2004). La primera asociada a un modelo tradicional de entender las relaciones y al mismo tiempo de entender la masculinidad y el supuesto poder que ejerce sobre su pareja. Por otra parte, el modelo alternativo está asociado a valores modernos como la libertad, la democracia y el respeto mutuo (Gómez, 2004). Al mismo tiempo que estos modelos de relación está asociada cada una de ellas, a los dos modelos de masculinidad que desarrollé a continuación.

La masculinidad hegemónica está analizada desde el marco conceptual desarrollado por Connell y Kimmel (Connell, 2005; Kimmel, 2000) además de algunas investigaciones orientadas a analizar cómo, hoy en día se continúa reproduciendo el modelo de masculinidad hegemónica o tradicional. Posterior al análisis del modelo tradicional de masculinidad, he puesto de relieve las distintas discusiones sobre las nuevas masculinidades. Estos estudios parten de investigaciones que plantean que la masculinidad es distinta dependiendo de las diferentes culturas, lo que supone un cambio en la percepción de que todos los hombres son hegemónicos. Por otra parte los avances en modernidad han movilizad a grupos de hombres que promueven valores de igualdad con las mujeres. Establecidos los dos modelos de masculinidad a analizar, he puesto en discusión el lenguaje de la ética y el lenguaje del deseo. Tal y como he analizado los diferentes modelos relación afectivo sexual, cada uno de ellos asociado a un modelo de masculinidad. En el lenguaje de la ética y el lenguaje del deseo (Puigvert, 2008) también hay una distinción, pues existe una tendencia en desear a los hombres que ejercen un modelo de masculinidad hegemónica. Mientras que a los hombres que ejercen un modelo de masculinidad igualitaria se utiliza un lenguaje de la ética para descubrirlos. Esto acaba por reproducir el modelo de masculinidad hegemónica pues se les ve más atractivo y deseable.

Respondiendo a los objetivos de investigación y la distintas formas de socialización, he desarrollado las formas de socialización en masculinidad en la familia, la escuela y en la redes sociales. Además dentro de la familia también he argumentado como existe un modelo de paternidad tradicional, que junto con las nuevas masculinidades ha comenzado un cambio a hacia un modelo de paternidad, conocido como nuevas paternidades. Una vez analizados los pro-

cesos de socialización he desarrollado la discusión sobre el amor y como existe una socialización hacia un determinado modelo de relación. Lo que lleva a la conclusión más importante desarrollada durante el marco teórico y es que el amor es social y se construye a través de los actos comunicativos.

Por último está el desarrollo conceptual que establece donde se enmarca esta tesis y que además establece cual es el fin último, que es prevenir la violencia de género a través de una cambio en el modelo de socialización del atractivo. Por tanto esta tesis está enmarcada en un modelo de investigación desarrollado durante muchos años en CREA-UB (Oliver & Valls, 2004) que se denomina “*socialización preventiva de la violencia de género*” donde se establece que hay que cambiar el modelo de socialización hacia otro tipo de valores ligados más con la democracia, dejar de creer que el amor es mágico sino una decisión personal (Flecha, Puigvert, & Redondo G., 2005; Valls, Puigvert & Duque, 2008).

II. Diseño de la investigación

La ciencia social en general y la sociología en particular, dedicadas a la comprensión, descripción y explicación de la sociedad requieren de una metodología de investigación que les permita acercarse a esta realidad con argumentos metodológicos con una sociedad compleja. Lejos están los días donde el nacimiento de las ciencias sociales, obligaban a sus precursores a utilizar los mismos métodos de investigación que las ciencias naturales utilizaban en sus investigaciones (Durkheim, 2009). Es decir, tratar a las personas como objetos sin capacidad de reflexión. Teniendo en cuenta que tanto los hombres y mujeres lejos de ser objetos de investigación, son personas con capacidad de diálogo y acción (Habermas, 2001), la propuesta metodológica para esta investigación es la “metodología comunicativa crítica”. Esta metodología analiza los hechos sociales centrando la atención en identificar elementos que reproducen las desigualdades sociales, lo que permite una identificación de elementos de dichas desigualdades y además de identificar aquellos elementos que contribuyen a una transformación.

El presente capítulo está dedicado al diseño de la investigación. Como primer punto del diseño estarán definidos los objetivos de investigación entre los cuales están, el objetivo general de investigación y los objetivos específicos. Estos últimos son cuatro, orientados a distinguir entre los distintos contextos en los que se producen las interacciones que promueven masculinidades igualitarias. La segunda parte del capítulo está dedicada a la descripción de las hipótesis de la investigación, las que intentaré contrastar y comprobar a lo largo del análisis del trabajo de campo. Posterior a la definición de objetivos e

hipótesis de investigación, el siguiente paso será situar esta investigación metodológicamente, ya que esta tesis doctoral trabaja con la metodología comunicativa crítica. He escogido dicho enfoque metodológico porque me permite reconocer elementos que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica y al mismo tiempo reconocer elementos que ayudan a superar las problemáticas causadas por éste modelo y que ayuden a superar el modelo de masculinidad tradicional.

Una vez definida la metodología, pasare a explicar las técnicas de recolección de la información que básicamente serán dos, relatos comunicativos y grupos de discusión comunicativos. La aplicación de las técnicas, la recogida de la información requiere de un análisis acorde y relacionado con las técnicas aplicadas. Para esto explicaré la elaboración del cuadro de análisis que permite un adecuado tratamiento de la información. Además explicaré los diferentes niveles de análisis y contextos en los que se producen las interacciones.

Ya definida metodología, técnicas y cuadro de análisis, pasaré a describir la situación de los sujetos investigados, es decir los jóvenes y padres que han colaborado y han hecho este estudio posible. Para esto utilizo seudónimos, solo para los jóvenes porque los padres han decidido no aparecer en esta investigación aunque hayan participado en ella. Para definir y contextualizar la investigación, la última parte de este capítulo está dedicada a la contextualización. Para esto, primero detallaré en términos demográficos más o menos generales la ciudad de Hospitalet del Llobregat y el barrio de Bellvitge. Una vez acabado esto procederé a realizar una “*descripción densa*” (Geertz, 1986). Ésta técnica, utilizada en antropología, ayudará al lector a tener una

visión más o menos general de lo que sucede con los jóvenes que han participado en la investigación. Para esto tendré en cuenta elementos que he podido rescatar durante el trabajo de campo, pero que para efectos de los objetivos e hipótesis, no están incluidos dentro del análisis. Aspectos como por ejemplo, su relación con el trabajo, ambiciones a corto plazo, imagen que poseen de los profesores, etc.

Como he mencionado con anterioridad esta investigación se encuadra en la investigación del Plan Nacional I+D+i titulado "*El impacto de los actos comunicativos en la construcción de nuevas masculinidades*" (2010-2012) coordinada por el CREA-UB, Centro Especial en Teorías y Prácticas Superadoras de Desigualdades, de la Universidad de Barcelona dirigido por la Doctora Marta Soler Gallart. A parte del contexto educativo, en la cual coincidimos, en la investigación también se han analizado los efectos de dichos actos en el ámbito educativo de educación para personas adultas, ámbito laboral concentrado en una PYMES y un centro socio sanitario, y por último en el ámbito de la participación civil. La investigación muestra la vinculación existente entre el lenguaje verbal y el no verbal con el atractivo y la masculinidad. Y hace especial hincapié en cómo esta vinculación puede contribuir a superar las desigualdades de género, generadas por el modelo de masculinidad hegemónica. Todo ello implica una aportación innovadora a los estudios sobre la masculinidad dando respuesta científica al atractivo sobre masculinidad, al mismo tiempo que genera propuestas para superar el modelo de masculinidad tradicional.

II.I Objetivos e hipótesis de investigación

II.I.I Objetivos de la investigación

El objetivo de esta investigación es descubrir cómo se construye masculinidad igualitaria atractiva en los distintos ámbitos en los que se desenvuelven los jóvenes. He escogido como principal contexto de estudio, la educación secundaria no obligatoria y, específicamente la formación profesional, principalmente porque no hay investigaciones que vinculen la masculinidad a los actos comunicativos en la formación profesional. Además de lo anterior, he elegido la escuela por ser un espacio social donde los jóvenes pasan las mayores horas del día y además de ser una de las principales fuentes socializadoras de la sociedad. Es también importante destacar los otros contextos socializadores donde existe una transmisión de valores que también serán objeto de estudio de esta tesis. Por tanto la identificación de actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades se da en tres contextos. El primero y como he mencionado antes es el contexto escolar, dentro de este contexto y por razones metodológicas me refiero a todo tipo de interacciones producidas dentro y fuera del ámbito educativo como tal, ya que incluye relaciones entre amigos, y situaciones que se dan por ejemplo en discotecas. El segundo contexto se refiere a las interacciones que promueven las nuevas masculinidades producidas dentro del ámbito familiar. Situaciones que se producen especialmente en la relación con los padres y madres en la intimidad del hogar. Por último el contexto donde se analizarán los actos comunicativos está relacionado con las interacciones que se producen a través de las redes sociales de internet, como son el Facebook y Messenger. Este último contexto no estaba considerado desde un principio, sin embargo, a

medida que avanzaba con el trabajo de campo fui descubriendo que muchas de las situaciones que me explicaban los jóvenes tenían como espacio de comunicación a las redes sociales.

Objetivo General

“Estudiar qué tipo interacciones visibilizan masculinidades igualitarias y les atribuyen atractivo sexual – entre adolescentes, en contextos educativos y familiares – con el fin de identificar elementos de transmisión de valores que superen la problemática de la atracción a la violencia del modelo masculinidad hegemónica”.

Objetivos Específicos

- *Identificar actos comunicativos que promueven la masculinidad igualitaria y masculinidad hegemónica en las relaciones de amistad o de iguales entre los jóvenes de Formación Profesional.*
- *Distinguir entre los actos comunicativos que promueven o no el atractivo sexual en los jóvenes de Formación Profesional.*
- *Identificar actos comunicativos que promueven la masculinidad igualitaria y masculinidad hegemónica en las relaciones familiares de los jóvenes de Formación Profesional*
- *Avanzar en el conocimiento sobre los procesos de socialización en los modelos de atractivo masculino.*

II.I.II Hipótesis de investigación

Esta investigación parte de la premisa de que existen actos comunicativos e interacciones que, incluyendo el lenguaje verbal y no verbal, promueven las nuevas masculinidades igualitarias tanto dentro como fuera del ámbito educativo y en contexto familiar. Dichos actos comunicativos también potencian el atractivo sexual. Sin embargo, existe una diferencia entre los actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades con un lenguaje de la ética y los actos comunicativos que promueven nuevas masculinidades con un lenguaje del deseo. Para esta investigación las hipótesis que serán contrastadas a lo largo del análisis son las siguientes:

Hipótesis

- *En contextos educativos muy masculinizados como la Formación Profesional, existen interacciones que promueven y visibilizan nuevas masculinidades igualitarias.*
- *Entre las interacciones que promueven las masculinidades igualitarias existen diferencias en relación al fomento o no del atractivo sexual.*

II.II Metodología Comunicativa Crítica

Como he mencionado previamente la presente investigación tiene como objetivo principal, explicar cómo se construyen masculinidades igualitarias atractivas a través de los actos comunicativos entre jóvenes de la educación secundaria no obligatoria, específicamente en la Formación Profesional. Para llegar a alcanzar este objetivo se ha considerado que la metodología comunicativa crítica es la más adecuada.

El principal argumento de la metodología comunicativa crítica está en el hecho, que desde esta perspectiva metodológica no solo se pretende describir y explicar la realidad, comprenderla e interpretarla, sino que además estudiar esta realidad para transformarla. Es decir estudiar la realidad con énfasis en aquellos aspectos que permiten una superación de las desigualdades sociales. La metodología comunicativa crítica nace con aportaciones de diferentes perspectivas teóricas como el interaccionismo simbólico, fenomenología, el aprendizaje dialógico (Flecha, 1997). Pero el principal aporte teórico para la construcción de esta metodología es el hecho por Habermas y la teoría de la acción comunicativa (Habermas, 2001). De acuerdo con estas diferentes perspectivas se elabora esta metodología, que comienza sus argumentos en el hecho de que existe una realidad con independencia de nosotros, como son los propios hechos de la naturaleza. Sin embargo, ésta realidad existe socialmente e independiente de los sujetos, está construida en base de las interacciones. La realidad social es construida en base de acuerdos, una pelota es eso, una pelota simplemente porque nos hemos puesto de acuerdo en llamarla pelota y esto cambiará cuando estemos de acuerdo en cambiarle el nombre. Desde

este punto de vista, el conocimiento no debe ser exclusivo patrimonio de los expertos. Habermas (2001) plantea que existe un distanciamiento entre el conocimiento experto (científicos) y personas no expertas, situación que solo puede ser superada a través de la acción comunicativa. Al igual que otras instituciones modernas, la ciencia se está democratizando, por tanto el conocimiento es cada vez más intersubjetivo entre personas investigadoras y personas investigadas. Ello garantiza la objetividad, y la elaboración de teorías que promuevan la transformación social. Establecida sobre la base de que la construcción social se sustenta en la comunicación, la metodología comunicativa es una metodología óptima pues permite acercarse a la realidad de forma tal, que se comprenda a través del diálogo intersubjetivo. La realidad, *“ésta se construye a través de las definiciones que los actores se dan mediante sus interacciones, ya que se parte de la capacidad que tienen las personas para interpretar y de la auto comprensión que tienen los individuos y las sociedades”* (Gómez, Latorre, Sánchez, & Flecha, 2006). Partiendo de esta base metodológica es posible definir la estrategia metodológica para el presente estudio. *“Hoy en día, el proceso de investigación en las ciencias sociales también puede organizarse en el marco de la acción comunicativa, lo que implica construir el conocimiento desde la intersubjetividad la reflexión”* (Gómez, Latorre, Sánchez, & Flecha, 2006: 12)

La metodología comunicativa crítica, es la metodología reconocida por la comisión europea como la más apropiada para analizar a grupos vulnerables. Éste reconocimiento se ha hecho patente en la aprobación, desarrollo y muestra de resultados frente al parlamento europeo del proyecto INCLUD-ED *“Strategies for inclusion and social cohesion from education in Europe”* único

proyecto del área de ciencias sociales y humanas del 6º programa marco dirigido íntegramente desde el Estado español dirigido desde CREA-UB donde el investigador principal es el Doctor Ramón Flecha.

II.II.I Dimensiones de la metodología comunicativa

Al hacer referencia a las dimensiones de la metodología comunicativa, estoy orientado a describir los elementos base de cualquier metodología en general, y la metodología comunicativa crítica en particular. Estas dimensiones han sido construidas rescatando los mejores elementos de las otras metodologías de investigación. Sumado además a la originalidad de la propia metodología comunicativa crítica da como resultado un instrumento eficaz para la investigación y transformación social. Así, elaborando un paralelo entre los distintos paradigmas metodológicos, se puede demostrar la efectividad para la investigación social. A continuación están descritas cada una de las dimensiones más relevantes de la metodología comunicativa crítica, la dimensión ontológica, la dimensión epistémica y por último la dimensión metodológica. Cada una de estas dimensiones destaca los elementos más relevantes de cada uno de ellos.

Dimensión ontológica: Existe una realidad independiente de los sujetos. Esta realidad se construye a través de los actores de la misma y mediante de las interacciones, gracias a sus capacidades de interpretar y de autocomprensión que tiene los sujetos. Esta construcción de significados se logra gracias al consenso logrado gracias a las interacciones sobre la base de las pretensiones de validez (Habermas 2001a).

Dimensión epistemológica: Para la metodología comunicativa crítica la base epistemológica es la que se centra en la intersubjetividad basada en el diálogo. La principal propuesta es que la ciencia no es una fuente para producir enunciados verdaderos, (la ciencia) “*es un conjunto de afirmaciones y enunciados aceptados provisionalmente sobre aquello que llamamos realidad*” (Gómez, Latorre, Sánchez, & Flecha, 2006: 26). De acuerdo con esto la ciencia ayuda a conocer la realidad, pero además de conocer esta realidad, esta realidad es susceptible de ser transformada.

Dimensión metodológica: La metodología comunicativa tiene como principal argumento el diálogo. Es a través del diálogo que se pretende conocer describir y explicar la realidad con el fin último y principal de transformarla. Esta metodología es una metodología horizontal que obtiene conocimiento a través del diálogo con las personas investigadas (Gómez, Latorre, Sánchez, & Flecha, 2006).

II.II.II Postulados

Cuando hago referencia a los postulados de la metodóloga comunicativa crítica, estoy haciendo mención a lo que son sus principales fundamentos metodológicos en los cuales se construye ésta metodología. Aquí se encuentran los principales elementos en los que se sustentan ésta perspectiva metodológica que permite un acercamiento a la realidad desde un punto de vista de un diálogo intersubjetivo entre personas investigadas y personas investigadoras (Duque, 2006; Gómez et al., 2006; Melgar, 2009).

Universalidad del lenguaje y la acción: Todas las personas tenemos capacidad de lenguaje y de acción, por tanto todas las personas tenemos la capacidad de interactuar a través del diálogo. Esta capacidad que es inherente a todas las personas le da un carácter de universalidad al lenguaje y a la acción.

Las personas como agentes sociales transformadores: existen teorías que niegan la capacidad del sujeto como agente de transformación, en especial las teorías funcionalistas. La capacidad de reflexión de las personas permite producir prácticas propias y originales, además de interpretar la realidad social, crear conocimiento, a la vez que puede influir y modificar las estructuras sociales. Se considera que las personas somos agentes capaces de elaborar interpretaciones reflexivas y crear conocimiento.

Racionalidad comunicativa: De acuerdo a la teoría de la acción comunicativa existen una racionalidad instrumental y una racionalidad comunicativa (Habermas, 2001). La metodología comunicativa se basa en esta última. Este concepto es una clave que condiciona la metodología, ya que permite a las dos partes que interactúan del proceso de comprensión de una acción, interactuar en base de la generación de conocimiento. Esta generación de conocimiento se basa en dos racionalidades. Por una parte la racionalidad de la acción, es decir las razones que han motivado a acción, por otra la racionalidad de la interpretación de estas acciones por parte de una persona interprete (investigador).

Sentido común: Nuestro sentido subjetivo como personas depende de la experiencia de la vida y de la conciencia de las personas. Esta formación del sentido subjetivo está directamente relacionado con el contexto cultural en

donde se producen las interacciones. Es por esto la importancia de las interpretaciones de los sujetos del contexto en donde se producen las interacciones.

Desaparición del presupuesto de jerarquía interpretativa: Este es uno de sus principales postulados. Las interpretaciones de la realidad que les rodea de las personas investigadas pueden tener tanta validez las interpretaciones de los equipos investigadores. Desde esta perspectiva los sujetos y las sociedades tienen la capacidad de interpretar su realidad y no es una función exclusiva de la ciencia. Para Habermas sería acercar el conocimiento experto a través de los actos comunicativos (Habermas, 2001).

Inexistencia del desnivel metodológico: Directamente relacionado con el punto anterior. Al no existir un desnivel metodológico, el sujeto investigador participa en el proceso de la investigación, como oyente y hablante, para facilitar en la mayor medida de lo posible el diálogo igualitario.

Conocimiento dialógico: Se puede crear conocimiento objetivo a través de las pretensiones de validez emitidas en una interacción entre personas investigadas e investigadoras. La metodología implica un diálogo intersubjetivo entre iguales y muestra la reflexión de las personas como agentes, sus motivaciones y sus interpretaciones, aportando un mayor grado de implicación y consiguiendo unas relaciones lo más simétricas posibles. Los resultados de este proceso permiten realizar un análisis más reflexivo, dando tanto al personal científico como al lego un papel relevante como protagonistas.

II.II.III Criterios de rigor científico

Las investigaciones más tradicionales en investigación social como son las investigaciones cualitativas y cuantitativas se rigen por criterios de rigor científico que dan a estas investigaciones validez en la comunidad científica. Como parte de esta comunidad científica, la metodología comunicativa crítica también está regida por criterios de rigor científico. La metodología comunicativa recoge los criterios de las investigaciones cualitativas y los de las investigaciones cuantitativas, además de tener en cuenta sus propios criterios de rigor científico. En este sentido los criterios que sigue también la metodología comunicativa crítica son:

- a- Verdad: correspondencia entre la información recogida y la realidad.*
- b- Aplicabilidad: aplicar lo descubierto a otros contextos.*
- c- Consistencia: que se repitan los resultados se vuelve a realizar la investigación.*
- d- Neutralidad: que los resultados no estén sesgados.(Gómez et al., 2006: 68)*

Además de estos criterios que poseen o deberían tener todas las investigaciones científicas la metodología comunicativa crítica agrega otros criterios que le son propios: Diálogo intersubjetivo, pretensiones de validez y compromiso.

Diálogo intersubjetivo: este criterio se refiere a que el criterio de verdad está basado en la participación de todas las personas que están implicadas en la investigación, es decir tanto personas investigadas como investigadores. La

principal intención es establecer un diálogo intersubjetivo entre ciencia y sociedad, y de esta forma poder generar conocimiento (Soler & Flecha, 2010).

Pretensiones de validez: la metodología comunicativa crítica se basa en el consenso alcanzado en base al mejor argumento y no al poder. La ciencia como tal debe estar basada también en el mejor argumento y no en el poder. Para esto la metodología comunicativa se basa en: “*un proceso de entendimiento, teniendo en cuenta los mejores argumentos y no los que se formulan desde posiciones de poder en nombre de la razón y la verdad; los argumentos son susceptibles de crítica y por esta razón pueden validarse; por último, las relaciones del actor con el mundo se actualizan*” (Gómez et al., 2006:72).

Compromiso: la mejor forma de garantizar el rigor científico de la metodología comunicativa crítica es a través de la búsqueda de la verdad definida intersubjetivamente. Esto permite y facilita el diálogo y el trabajo intersubjetivo.

II.III Técnicas de recogida y análisis de la información

Este estudio por sus características y los objetivos que alcanza tiene un carácter cualitativo y siguiendo las directrices de la metodología comunicativa crítica. De acuerdo con esto y los objetivos planteados es que la recogida de información será dividida en dos partes. En la primera de ellas y respondiendo a los primeros objetivos, está directamente relacionada con los jóvenes estudiantes de formación profesional. La segunda parte está orientada a la familia y las interacciones producidas dentro de la intimidad del hogar. Cuestión que será posible a través de los relatos comunicativos y grupos con los

jóvenes, y con relatos comunicativos a padres y madres de chicas. La aplicación de esta técnica en las familias se produce una vez acabado el trabajo de campo con los jóvenes.

La metodología comunicativa crítica por sus características de diálogo intersubjetivo de la investigación, tiene propuestas de técnicas de recogida de la información basados en una dialogo intersubjetivo entre investigador y personas investigadas. Para esta investigación he utilizado dos tipos de técnicas de recolección de información, estas técnicas son: relatos comunicativos a estudiantes y, padres y madres de chicas; además de grupos de discusión comunicativos. Como toda investigación de carácter u orientación cualitativa, el número de técnicas realizadas depende casi exclusivamente del criterio de saturación de la información. Esto quiere decir que cuando la información obtenida comenzó a repetirse en todas y cada uno de los aspectos investigados, en este caso, actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades, he cerrado el proceso de recolección de información. Con esto se estará garantizando el rigor científico de esta investigación. En total he realizado un total de 28 técnicas de recolección de información, que está dividida en 22 relatos comunicativos incluidos los relatos de las familias y 6 grupos de discusión comunicativos.

II.III.I Relatos comunicativos

Esta técnica de investigación es similar a las historias de vidas utilizadas en las investigaciones cualitativas en ciencias sociales (Pujadas, 2002), con la particularidad que el relato comunicativo *“es un diálogo entre la persona que investiga y la investigada, con la pretensión de reflexionar e interpretar la vida*

cotidiana de esta última" (Gómez et al., 2006: 80). Con esta técnica de recogida de información pretendo llegar a establecer como construyen masculinidad los propios jóvenes, a través de interacciones cotidianas tanto dentro como fuera del contexto educativo. Por ello la durante el transcurso del relato comunicativo el diálogo estuvo orientado a situaciones que se den tanto dentro, como fuera del ámbito educativo como pueden ser situaciones en una discoteca o un partido de futbol entre amigos. Esto principalmente porque como he descrito antes, la masculinidad no es en ningún caso una cuestión que este limitada por fronteras institucionales como una escuela o instituto de formación profesional como en esta investigación. Más bien y como he descrito en el marco teórico es una cuestión social que abarca a casi todos los aspectos de la vida cotidiana. En total he realizado 20 relatos comunicativos. De esta forma he llegado a establecer que es lo que entienden los adolescentes por masculinidad y cómo elaboran y construyen una masculinidad distinta a la tradicional. La aplicación de esta técnica en concreto me permitió obtener información de situaciones vividas sin presiones sociales y de un carácter bien íntimo. Quisiera destacar que al ser un tema de investigación que liga el atractivo sexual, es decir el amor en los y las adolescentes con las nuevas masculinidades. Al comienzo de los relatos y agregado al hecho de no conocer al investigador, en este caso yo como investigador, los relatos tenían un comienzo dificultoso, sin embargo, con el pasar de los minutos las y los chicos sentían que era un tema sumamente relevante para sus vidas e interacciones diarias, lo que terminaba por facilitar mucho el trabajo de campo.

II.III.II Relatos comunicativos a familias

Con la intención de dar respuesta a los objetivos de investigación de esta tesis, he realizado relatos comunicativos a padres y madres de chicas que participan en la investigación. Estos relatos fueron realizados a ambos al mismo tiempo, en una especie de grupo de discusión con solo dos personas investigadas y un investigador. Por este motivo más que un grupo de discusión es un relato dirigido a ambos padres. Además de ser hacia ambos padres, he realizado el relato exclusivamente a padres de chicas, ya que según demuestran algunos de los datos preliminares y el marco teórico, son las chicas las mejor posicionadas para promover nuevas masculinidades atractivas. Estos relatos fueron diseñados una vez terminado el trabajo de campo con los chicos. El objetivo es averiguar qué tipo de interacciones se producen en el ámbito familiar que promueven las nuevas masculinidades. Como estos relatos fueron realizados ya terminados el trabajo de campo con los jóvenes, la intención de estos relatos a las familias es descubrir aspectos relacionados con la socialización en masculinidad, que no fueron abordados por los chicos durante el transcurso de los relatos y de los grupos de discusión comunicativos.

II.III.III Grupos de discusión comunicativos

La aplicación de esta técnica está justificada principalmente para darle una mayor diversidad a la información obtenida. Ya que como información obtenida en los relatos comunicativos tiene la particularidad y el beneficio de una mayor intimidad a la hora de compartir la información por parte de los jóvenes que participan en la investigación. En los grupos de discusión comunicativos se pretende obtener una información que solo saldría a la luz gracias a la

interacción entre los jóvenes que participan en la investigación. Los grupos de discusión comunicativos *“es una estrategia que surge para confrontar la subjetividad individual con la grupal, y pretende poner en contacto diferentes perspectivas, experiencias, puntos de vista, etc.”* (Gómez et al., 2006: 81). En esta etapa de la estrategia de aplicación de las técnicas de recogida de la información, fueron aplicados tres tipos diferentes de grupos de discusión. Grupos de discusión dirigidos exclusivamente a varones. La intención de este tipo de técnica aplicada a los chicos es obtener una información producto de las interacciones entre quienes participan en la investigación, en este caso averiguar además como es que ellos viven y construyen su propia masculinidad. También se han desarrollado grupos de discusión comunicativos a chicas, aquí junto con lo que implica las interacciones entre pares. La intención de analizar a las chicas, es la obtención de una información de cómo las chicas sienten y ayudan a construir nuevas masculinidades a través de sus interacciones. Este tipo de grupos resultó ser de una riqueza muy por encima de mis propias expectativas, ayudando tener una visión muy concreta sobre cómo y qué tipo de masculinidad ejercen sus compañeros. Fue esencialmente a través de la aplicación de los grupos comunicativos de chicas, lo que ha ayudado a construir una idea más o menos ad hoc de lo que sucede en cuanto a masculinidad dentro del instituto. Ya que ellas tenían una idea muy clara sobre qué tipos de chicos hay dentro del instituto. Por último, el tercer tipo de grupo de discusión que se realizó fue mixtos chicos y chicas un total de seis grupos comunicativos.

II.IV Análisis de la información

Siguiendo los lineamientos de la metodología comunicativa crítica, el análisis de la información será en base a dos dimensiones. Como he mencionado antes, la metodología comunicativa crítica tiene como objetivo la transformación social y para ello utiliza dos dimensiones de análisis, la dimensión exclusora y la dimensión transformadora. Por tanto el proceso de análisis de la información está organizado respondiendo a los objetivos de investigación teniendo en cuenta y organizando el análisis de acuerdo a las dimensiones exclusoras y las dimensiones transformadoras.

Las dimensiones exclusoras se refieren a las barreras que las personas, sujetos o colectivos encuentran y que impiden la transformación social. Para esta investigación las dimensiones exclusoras están relacionadas con interacciones y actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica o tradicional. En lo que son las dimensiones transformadoras, se hace referencia hacia las acciones que ayudan a superar estas barreras. Para esta investigación en particular son los actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades atractivas, tanto en contextos educativos, como en contextos familiares. Además y como parte del análisis y producto de la aplicación de las técnicas de recolección de información, se agrega el contexto de las redes sociales. Ya que como se verá en el transcurso del análisis de la información, estos espacios virtuales se han convertido en una forma muy importante de interacción social.

II.IV.I Procedimiento del análisis de la información

El primer paso para realizar el análisis de la información, es la transcripción textual de las 28 técnicas de recolección de información aplicadas. Esto gracias a que la aplicación de estas técnicas de recolección fue hecha con grabaciones. Una vez transcritas las técnicas aplicadas, el siguiente paso es el de codificación de la técnica. De esta forma la codificación está hecha de la siguiente forma: [R], es relato comunicativo; [G], grupo de discusión comunicativo y [RF] relato comunicativo en las familias. Una vez separados por el primer código, corresponde establecer donde se produce o quien reproduce la interacción, es decir un grupo de hombres o un relato de una chica, para esto se hace una separación entre: [M], si el relato o el grupo comunicativo es de mujeres; [H] si el relato o grupo comunicativo es de hombres; y [X] si el grupo de discusión comunicativo es mixto.

Posterior a esta codificación, corresponde establecer quien es exactamente es la o el autor de la cita. Para esto le he asignado un número, con el criterio del orden cronológico en el que fueron aplicadas las técnicas. De 1 a 10, en el caso de los relatos comunicativos, y de 1 a 6 en el caso de los grupos de discusión comunicativos. Además del número que es parte del proceso de codificación y del análisis, a los sujetos que participan en la investigación se les asignó un seudónimo. Esto en primer lugar con la intención de proteger la identidad de quienes han accedido a participar en la investigación. Y en segundo lugar, el seudónimo se les asigna con la intención de facilitar la interpretación y el análisis de la información ya que un nombre, es mucho más personal que un código.

Llegados a este punto del análisis de la información, el procedimiento es agrupar las principales citas de acuerdo a relevancia, dimensión (exclusora o transformadora) y tipo de interacciones, por ejemplo el uso de la violencia verbal como una forma de ejercer la masculinidad por parte de algunos chicos dentro del instituto. De esta forma se procede a agrupar las citas más relevantes obtenidas durante el trabajo de campo a través de una etapa durante del proceso del análisis llamado bloqueo. El bloqueo consiste en agrupar los contenidos obtenidos en la aplicación de las técnicas siguiendo exhaustivamente las dimensiones explicadas en el cuadro de análisis. Esto permite ordenar la información primero de acuerdo si las interacciones que se producen son transformadoras o reproductoras. En este caso para esta investigación se hace referencia a interacciones que favorecen las nuevas masculinidades o aquellas interacciones que reproducen el modelo de masculinidad tradicional o hegemónica. Este procedimiento de agrupación se realiza siguiendo los niveles de análisis descritos en el cuadro de análisis. A continuación hare una descripción sobre el cuadro de análisis.

II.IV.II Cuadro de análisis

El cuadro de análisis es la base del análisis de la información obtenida. El cuadro de análisis permite comenzar a agrupar la información, a través del ya descrito proceso de bloqueo. Este cuadro de análisis es el resultado final después de realizar en trabajo de campo, ya que incorpora aspectos no considerados, como es el contexto de las redes sociales. En el cuadro de análisis están incorporados los tres contextos en el que tiene lugar las interacciones: instituto, familia y redes sociales. Cada uno de ellos distinguiendo entre los actos que promueven nuevas masculinidades con un atractivo sexual o no, paso importante para lograr establecer si los actos comunicativos están por la labor de potenciar las nuevas masculinidades ligándolo a un atractivo sexual. Además el cuadro de análisis tiene en cuenta como elemento excluyente, los actos comunicativos que reproducen la masculinidad hegemónica. La asignación numérica en cada uno de los cuadros, va dirigida a facilitar el bloqueo y de esta forma agrupar las interacciones de acuerdo a esta numeración.

Cuadro de Análisis

<i>Contexto donde se produce la interacción/acto comunicativo</i>				
	<i>Actos comunicativos que promueven:</i>	<i>Escuela</i>	<i>Familia</i>	<i>Redes sociales</i>
<i>Dimensión Transformadora</i>	<i>Nuevas masculinidades</i>	1	2	3
	<i>Nuevas Masculinidades con atractivo sexual</i>	4	5	6
<i>Dimensión exclusora</i>	<i>Reproducción de la masculinidad Hegemónica</i>	7	8	9

Descripción del cuadro de análisis

Filas: En las filas se encuentran las dimensiones antes mencionadas que son claves en la metodología comunicativa crítica y que son la dimensión exclusora referida a los elementos que reproducen el modelo dominante de masculinidad y la dimensión transformadora que se refiere a las interacciones o actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades independiente si le otorgan o no atractivo sexual a estas nuevas masculinidades.

Dimensión exclusora. Son características propias del modelo de masculinidad hegemónica, aspectos que en algunos casos se ven como cotidianos como las burlas o la violencia verbal. Y aspecto no tan cotidianos pero normalizados como son, la violencia física, la agresividad, misoginia, dominación, celos etc.

(Connell, 2005; Kimmel, 2000) desarrollados a través de los actos comunicativos ejercidos tanto a compañeras como a compañeros.

Dimensión transformadora. Son aquellos elementos que permiten superar las problemáticas ligadas al modelo de masculinidad hegemónica. Por un lado, se encuentra el reconocimiento y la visibilización de nuevas masculinidades que se caracterizan por valores igualitarios (Gómez, 2004). Por otro lado, se incluye también la dotación de atractivo y deseo hacia las nuevas masculinidades que responden a valores igualitarios y que rechazan el modelo de masculinidad hegemónica (Puigvert, 2008).

Columnas: En las columnas encontramos el contexto donde se produce la interacción. Se parte de los objetivos y se analizan los actos comunicativos que se producen en dos contextos específicos, a decir, escuela y familia. Sin embargo, durante el trascurso de esta investigación ha aparecido una nueva categoría que está relacionada con las interacciones que se producen en las redes sociales. Así tenemos tres contextos donde se producen los actos comunicativos: escuela, familia y redes sociales.

II.IV.III Sujetos de investigación

Como he mencionado con anterioridad quienes participan en la investigación son sujetos de investigación y no objeto. Por ello los jóvenes que han participado en la investigación, participaron en base a una conversación igualitaria, en donde intentamos abarcar distintos temas a tratar sobre amor, amistad, masculinidad, familia etc. Como mencioné anteriormente, al comienzo de cada técnica, sea relato o grupo de discusión se notaba un poco de tensión. Esto principalmente porque al plantear temas más bien íntimos con una persona que apenas conocen no les resultaba fácil. Sin embargo, a medida que avanzaba el diálogo, la conversación se hacía cada vez más cordial y fluida, especialmente cuando ellos notaban lo cotidiano de mi interés investigativo. La mayor parte del trabajo de campo fue realizado en un instituto de formación profesional a chicas y chicos con edades comprendidas entre los 17 a 23 años. Como forma de proteger su identidad, le he asignado a cada uno de ellos un seudónimo.

En lo que respecta al trabajo en las familias, fue mucho más dificultoso. En primer lugar para encontrar familias que accedieran a participar en la investigación, exponiendo su intimidad a lo que ellos consideraban una evaluación de un desconocido. En segundo lugar aquellas familias que accedieron a participar prefirieron no dar nombres y tampoco accedieron a la asignación de seudónimos. Por ese motivo no existe un apartado para identificarlos en edad y seudónimos. A pesar de estas dificultades, principalmente a que accedieran a participar en la investigación, durante el diálogo, al igual que los jóvenes resulto muy fructífero, más aún al ver que mi

interés estaba basado en los gustos y preferencias de sus hijas. Un detalle importante respecto a los relatos hechos a las familias. Fueron aplicados a padres y madres de chicas. Esto no significa que no existan familias monoparentales con padre o madre como jefes del hogar de los jóvenes del instituto, sólo que las familias que accedieron a participar, eran familias que contaban con ambos integrantes como parte del núcleo familiar.

Sujetos de investigación

Nombre (seudónimo)	Sexo	Edad	Código análisis	Nombre (seudónimo)	Sexo	Edad	Código análisis
Relatos comunicativos							
Víctor	H	21	RH1	Olga	M	19	RM1
Aitor	H	18	RH2	Sara	M	20	RM2
Oriol	H	19	RH3	Jazmín	M	18	RM3
Héctor	H	22	RH4	Mónica	M	16	RM4
Pau	H	17	RH5	Caro	M	19	RM5
Xavi	H	18	RH6	Paola	M	19	RM6
Andrés	H	18	RH7	Jessi	M	18	RM7
Carlos	H	17	RH8	Cris	M	17	RM8
Santi	H	22	RH9	Laura	M	18	RM9
Joan	H	18	RH10	Montse	M	19	RM10
Grupos de discusión comunicativos							
Enric	H	18	GH1_H1	Cris	M	17	GM1_C1
Ricard	H	19	GH1_H2	Paola	M	19	GM1_C2
Luis	H	17	GH1_H3	María	M	17	GM1_C3
Joan	H	20	GH1_H4	Rocío	M	20	GM1_C4
Pablo	H	21	GH1_H5	Andrea	M	19	GM2_C1
Santi	H	23	GH2_H1	Yoli	M	18	GM2_C2
Oscar	H	22	GH2_H2	Miriam	M	18	GM2_C3
Roger	H	18	GH2_H3	Lorena	M	20	GM2_C4
Andreu	H	17	GH2_H4	Maria Ang.	M	21	GM2_C5
David	H	19	GH2_H5				
Grupos de discusión comunicativos mixtos							
Claudia	M	20	GX1_M1	Patri	M	19	GX2_M1
Paola	M	18	GX1_M2	Miriam	M	17	GX2_M2
Mireia	M	19	GX1_M3	Silvia	M	18	GX2_M3
Adam	H	20	GX1_H1	Luis	H	23	GX2_H1
José	H	19	GX1_H2	Adri	H	22	GX2_H2
Felipe	H	19	GX1_H3	Fernando	H	19	GX2_H3
				Víctor	H	22	GX2_H4

II.V Contexto del estudio de caso

La investigación que se presenta se desarrolla íntegramente en el barrio de Bellvitge en la ciudad de Hospitalet del Llobregat, Barcelona. Para poder hacer una buena lectura sobre qué tipo de actos comunicativos se producen en las interacciones de los jóvenes o dentro de sus familias, es necesario contextualizar este estudio para que el lector más o menos se pueda situar en las condiciones demográficas, culturales y educativas. Al ser un estudio de caso, la contextualización será del tipo demográfico para situar a la ciudad de Hospitalet del Llobregat dentro del área metropolitana de Barcelona. Además de situar en números la situación educativa actual en cuanto a formación profesional de grado medio. Una vez hecha una descripción general a través de datos demográficos y educativos, procederé siguiendo líneas etnográficas de Geertz (1986) llamada “*descripción densa*”. Esta descripción permite tener una visión más o menos general de como contextualizar un estudio de caso. Así por ejemplo podré describir opiniones entregadas por los jóvenes respecto a sus profesores. Describir cómo perciben su futuro o simplemente qué relación tienen con el mundo laboral.

Para comenzar, es una ciudad dentro de lo que se conoce como el área metropolitana de Barcelona, específicamente al sur. La ciudad de Hospitalet del Llobregat se comienza a construir alrededor de dos pequeños núcleos independientes entre ellos. El primero es el que corresponde al actual barrio del centro, donde había un antiguo hospital (de ahí el nombre de la ciudad). Este barrio sin duda es el barrio con mayores tradiciones propias de Catalunya, ya que alberga la mayor cantidad de personas nacidas dentro del país. El segundo

núcleo se comenzó a desarrollar en el actual barrio de Santa Eulalia. Este crecimiento se produjo alrededor de la actual iglesia del barrio. Si bien es el barrio del centro es el que posee mayor relevancia política para la ciudad por encontrarse allí el ayuntamiento de la ciudad. Durante los últimos años, el barrio de Santa Eulalia ha adquirido una importancia económica muy importante y además cívica, pues es en este barrio que se encuentra la ciudad de la justicia de Barcelona y el registro civil de la ciudad de Hospitalet¹.

Hospitalet del Llobregat, es la segunda ciudad de Catalunya en número de habitantes. Según el padrón municipal del año 2010 (Valor & Arias, 2011) la ciudad tenía un total de 256.891 habitantes. Durante la última década Hospitalet ha sufrido una de las mayores transformaciones demográficas de las ciudades del área metropolitana, esto debido principalmente por el significativo aumento de la población extranjera en la ciudad. Ya que durante el año 1999 la ciudad tenía sólo un 2,46% de población extranjera, esto es 6.026 personas nacidas fuera del territorio estatal. Pasando en un periodo de sólo 10 años a tener un porcentaje 25,20% de población extranjera, un número total de 67.273 en el año 2009. Mostrando solo un pequeño descenso para el año 2010 de aproximadamente de un 2%. Este crecimiento de población extranjera mayoritariamente de origen latinoamericano, se debe principalmente al crecimiento económico que experimentó España durante la última década, lo que implicó una mayor demanda de mano de obra. Este crecimiento en número de habitantes significó solamente un aumento de aproximadamente 25.000 personas en la ciudad. Lo que puede traducirse en que se produjo un cambio de habitantes de la ciudad. Ya que en el año 1999 el número de habitantes de

¹ Fuente: Página del ayuntamiento de Hospitalet del Llobregat. www.l-h.cat

la ciudad de Hospitalet era de 241.782, por lo que el aumento de 67.273 personas nacidas fuera del territorio estatal no se tradujo en un aumento muy acusado en el número de habitantes en Hospitalet del Llobregat².

Aunque el aumento en el número de habitantes es significativo en la ciudad, el barrio de Bellvitge no acusa esta transformación como otros barrios de la ciudad como Florida, la Torrassa o Pubillas Casas (Valor & Arias, 2011). Actualmente el número de habitante de Bellvitge es de 25.873 habitantes, llegando a albergar a más de 30.000 habitantes a mediados de la década de los 70, hasta la década del 80. Desde entonces el barrio ha pasado poco a poco a perder en números de habitantes comparado con otros barrios de la ciudad que sí tienen mayor número de habitantes. Por tanto Bellvitge, no acusa un aumento significativo en número de habitantes, el crecimiento demográfico que ha tenido Catalunya durante la última década.

La construcción del barrio de Bellvitge comienza a mediados de los años 60, para poder acoger a la gran cantidad de inmigrantes de venían desde otros lugares del Estado en busca de trabajo, como Extremadura, Andalucía o Castilla la Mancha. La construcción del barrio duró aproximadamente 12 años. Aunque en los comienzos del barrio no había escuelas, ni medios de comunicación (transportes) fluidos con el centro de la ciudad de Hospitalet y Barcelona, actualmente es un barrio completamente equipado. Posee espacios comunes, áreas verdes, y además de estar al costado de la ciudad deportiva de Hospitalet del Llobregat, el barrio de Bellvitge además acoge al principal hospital de la comarca del Baix Llobregat.

² Fuente: Evolución de la población extranjera a la ciudad de Hospitalet 2011. Gabinete de alcaldía del ayuntamiento de Hospitalet del Llobregat.

En lo que se refiere a educación para el curso escolar 2010- 2011 en Hospitalet había un total de 1388 estudiantes de formación profesional de grado medio. La oferta de esta línea educativa está concentrada en 6 centros públicos y 8 centros privados. El número de estudiantes se ubica mayoritariamente en los centros públicos, a pesar de tener menos centros con esta oferta educativa, acogieron un total de 889 estudiantes para el curso 2010-2011³. En cambio el número de estudiantes de los centros privados se reduce a 499 estudiantes, repartidos en los 8 centros privados y concertados de la ciudad.

La investigación fue realizada en el Centro Educativo Jaume Balmes, del barrio de Bellvitge, aunque originariamente el centro se encontraba dentro del mismo barrio, el hecho de ubicarse en la periferia del barrio le ha permitido tener una mayor y mejor infraestructura. Ubicado en unos de los límites urbanos del barrio, específicamente tocando con el barrio industrial de Hospitalet del Llobregat, permite un muy buen acceso al instituto. Por este, motivo el centro acoge alumnos venidos de todo Hospitalet e incluso alumnos otros municipios como Sant Boi del Llobregat, El Prat de Llobregat o Cornellà del Llobregat. El centro educativo Jaume Balmes es una cooperativa, por lo que la institución en términos administrativos es un centro concertado o privado, que acoge una parte importante de los 499 estudiantes de formación profesional que pertenecen a centros privados. La oferta educativa de este centro para la educación en formación profesional se distribuye en cuatro carreras de grado medio:

³ Fuente. Página del ayuntamiento de Hospitalet del Llobregat. www.l-h.cat

CFGM Farmacia y parafarmacia

CFGM Estética y Belleza

CFGM Instalaciones eléctricas y automáticas

CFGM Peluquería⁴

La distribución por sexo dentro del instituto según las opciones de cada uno de los jóvenes es claramente favorable a las chicas, ya que solo hay chicos en instalaciones eléctricas. En cambio en las otras carreras hay mayoría de mujeres en especial en peluquería donde solo hay tres chicos, y en estética y belleza donde no hay chicos. Mientras que en farmacia aunque se podría definir como una carrera mixta, existe un número importante de mujeres en una relación 30% de hombres y 70% de mujeres.

Los chicos y chicas que participan en la investigación son de familias de gente trabajadora. De ello puedo deducir que su relación con el trabajo es muy fuerte, de ahí que hayan optado a realizar una carrera de corta duración. La intención de ellos es lograr integrarse lo antes posible al mercado del trabajo. La relación con los estudios según logre inferir es una especie de mal necesario en especial para los chicos, ya que muchos de ellos sienten que están perdiendo el tiempo y que de verdad la vida comienza cuando están en el trabajo. Cuando les consultaba *¿Qué piensas hacer cuando acabes aquí?* Todos respondieron que buscar un trabajo. Sólo uno de ellos manifestó tener dudas al respecto, sobre si realizar el curso puente para terminar con el grado superior. Sin embargo, al comenzar a sacar cuentas sobre los años que tardaría, corrigió su

4 Fuente: Página del Centro educativo Jaume Balmes. www.jaumbalmes.com

opinión y decididamente buscaría trabajo. Aunque todos los chicos y chicas entrevistadas estaban cursando carreras de formación profesional, la integración al mercado laboral no pasaba por encontrar un trabajo relacionado con lo aprendido, ya que esto es percibido sólo como una herramienta. Su relación con el mercado laboral pasaba por integrarse con la mayor rapidez posible, independiente si está o no relacionado con lo aprendido.

Sobre las sensaciones respecto al futuro los jóvenes se manifiestan optimistas, el trabajo trae dinero y con él la independencia. Ninguno manifestó intenciones de ir a la universidad, no es necesario según logré deducir para trabajar ya es suficiente lo que hacen. Uno de los chicos que manifestaba mayores dudas respecto al futuro decía: *“no sé qué hare cuando acabe, no lo tengo muy claro. El trabajo es duro, pero si hay que joderse, me jodo. Si hay que levantarse a la cinco, me levanto. No me importa, es lo que hay”*. Manifestando que el futuro solo pasa por la integración al mercado laboral. Además de integrarse al mercado del trabajo, los chicos no manifiestan una necesidad urgente de cambiar calidad de vida. Esto se aprecia en las opiniones en que manifiestan que las condiciones de vida que tienen son suficientemente buenas como para continuar en la misma línea que sus padres. Por ello creo que las ambiciones al corto plazo pasan por obtener el carnet de conducir, comprar un coche, todo esto obteniendo un trabajo que permita una cierta estabilidad. Las chicas además manifestaban ganas de independencia, notoriamente por sobre los chicos. Con el trabajo además intentarían alquilar un piso y compartirlo con alguna amiga.

La relación de los chicos y chicas con el barrio como parte de una institución educativa es escasa. La relación se da principalmente en los momentos en que están esperando a entrar al instituto o están en un descanso. Así a diario durante entre las 17:30 y 18:00 los jóvenes del instituto tienen un descanso de media hora. Es en este momento cuando los jóvenes hacen una especie de invasión de los espacios comunes del barrio ubicados en las cercanías del instituto. Durante este corto periodo de tiempo se pueden ver los grupos de jóvenes formados principalmente por chicos, hacer demostraciones y alardeando de masculinidad. Así por ejemplo se les puede ver riéndose de algún miembro del grupo, o simplemente jugando fútbol en medio de un paseo peatonal.

La relación entre chicos y chicas se da en términos de una competencia, percepción que pude comprobar en especial en los grupos de discusión mixtos. Siempre intentando hacer una diferencia entre lo que dicen ellas o lo que dicen ellos, lo que hacen ellas y lo que hacen ellos especialmente por culpa de chicos que mal entienden la masculinidad y la ejercen de manera tradicional. Aunque la relación se da en términos de competencia, en muchos casos es una relación cordial, donde hay amistad, amor y compañerismo. Muchos de los chicos y chicas que participan en la investigación estaban al momento de la investigación en una relación romántica. Ninguno de ellos o ellas sin embargo, se veía "*sentando la cabeza*", todos se consideran muy jóvenes como para ello, y queda mucho camino por recorrer. Esto implica necesariamente conocer a otras personas que permita disfrutar de más aventuras románticas, pero en ningún caso quedarse con la siguiente persona, eso depende solo de cómo se den las cosas con esa persona. En este sentido especialmente significativo fueron los comentarios de una chica y un chico que al momento de la

investigación estaban de novios (aún se les puede ver juntos por el barrio tomados de la mano). La participación de ellos en la investigación fue por separado, llevaban aproximadamente dos años juntos. Cuando les consulte por su futuro como pareja (por separado) ambos manifestaban estar muy bien juntos, pero que no se veían, manteniendo una relación muy extensa con él o la compañera de esos días.

La relación con los profesores por parte de los jóvenes es totalmente diferente a la que mantiene entre ellos. Pues les ven lejanos y poco comprometidos con lo que a ellos concierne. Cuando pregunto por ellos, obtengo una respuesta absoluta *“Son unos pasotas igual que nosotros. No se meten en nada, no les importa nada. Son igual que nosotros, unos pasotas”*. Sin ir más lejos, durante un relato de chica, comento que intento poner fin a una situación de violencia entre dos compañeros, e intento ir a hablar con un profesor, a lo que este le respondió con dame los nombres y tendrás que decirlo frente a ellos. Lo que hizo que la chica retrocediera en su decisión para no quedar como una *“chivata”*. Esta percepción de lejanía es hacia casi todos, solo contadas excepciones que pasan por una relación más cercana con el profesor tutor, quien siempre tiene una relación de preocupación con los estudiantes. En general las chicas y los chicos que han participado en la investigación, son muy optimistas frente al futuro. Aunque este futuro esté alejado de las aulas, esto para ellos no se les presenta como un problema, simplemente como una opción mucho más rápida y eficiente de integrarse al mercado laboral. La universidad se presenta como un camino mucho más largo para quizás terminar por no trabajar en lo estudiado. A pesar de lo importante que es el trabajo, hay en especial entre los chicos un mayor interés, pues son ellos

quienes manifiestan tener poca capacidad para estudiar, por tanto el trabajo es la mejor opción. Otros en cambio, se quieren presentar a oposiciones de Bomberos o Policía. El trabajo es lo realmente importante, tanto para ellas como para ellos, y esta epata escolar para ellos no es más que un paso para entrar pronto a trabajar y ganarse la vida.

Segunda parte

Análisis de la información

Una vez presentados los antecedentes teóricos y metodológicos, esta segunda parte de la tesis está dedicada al análisis de la información obtenida en la aplicación de las técnicas mencionadas en el capítulo anterior. Como se ha visto en el capítulo II, los objetivos e hipótesis de esta tesis, están orientados a encontrar actos comunicativos que permitan visibilizar nuevas masculinidades. En esta misma línea y acorde con la metodología comunicativa crítica, el análisis está hecho en dos niveles. El primero de ellos orientado a identificar los elementos transformadores, es decir los actos comunicativos que promueven nuevas masculinidades y al mismo tiempo identificar si estos actos comunicativos dotan de atractivo sexual a estas nuevas masculinidades. Para identificar estos elementos, me he centrado en los conceptos de atracción sexual a la violencia (Duque, 2006), modelo alternativo de amistad, amor y pasión (Gómez, 2004), lenguaje de la ética y del deseo (Puigvert, 2008) y actitud de seguridad y deseo (Soler, Flecha & Padrós, 2012). El segundo nivel de análisis, está orientado a identificar aquellos elementos que impiden la transformación social o elementos que reproducen el modelo actual, como en el caso del modelo de masculinidad hegemónica o tradicional (Connell, 2005), que se ve reproducido por determinados actos comunicativos. Así el análisis será hecho a través de la identificación de actos comunicativos que se dan entre la dimensión transformadora y la dimensión excluyente.

Una vez hecha la distinción entre aquellos actos comunicativos que promueven o no la transformación social, se hará un segundo nivel de análisis. El hecho

que sea un segundo nivel de análisis no implica que posea una menor importancia, ya que se trata de una forma de simplificar la comprensión. Este segundo nivel de análisis corresponde a los objetivos de investigación, centrados en distinguir entre aquellos actos comunicativos que se producen de acuerdo al contexto en el que se desenvuelven los jóvenes: escuela, familia y como un elemento que no se había considerado en los objetivos están las interacciones que se producen en las redes sociales.

De esta forma este segundo nivel de análisis está compuesto por el contexto social en donde existe la interacción y se da en los tres niveles antes mencionados: escuela, familia y redes sociales. Así, teniendo en cuenta los dos niveles de análisis y que han sido reflejados en el cuadro de análisis con una asignación numérica, los siguientes capítulos tendrán el siguiente orden. Primero serán analizados aquellos actos comunicativos que se producen en un contexto escolar, comenzando por aquellos actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica. Para posteriormente pasar al análisis de los actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades y las dotan de un atractivo sexual. Posterior a esto serán analizados los actos comunicativos que se producen en un contexto familiar. En este sentido se verán interacciones que según los propios jóvenes se dan en contextos familiares. Junto con ello identificare si existe una transmisión de valores orientada a potenciar en los jóvenes las nuevas masculinidades. Además de las interacciones que participan los jóvenes que tienes dentro del contexto familiar, se analizará la opinión de los propios padres. Gracias a los grupos comunicativos realizados a familias se analizará la transmisión de valores y como se potencia a través de los mismos la conformación de una

masculinidad igualitaria en los jóvenes. He de mencionar que las interacciones producidas en contextos familiares, han sido analizadas de la misma forma que las interacciones en el contexto escolar. Esto quiere decir, primero, que serán identificados los actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad tradicional. Para posteriormente dar paso a aquellos actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades, además de los que les dotan de atractivo sexual

Posteriormente al análisis de los contextos escolares y familiares que responden a los objetivos e hipótesis de esta investigación, daré paso al análisis de la categoría emergente de las “redes sociales”. Esta categoría no había sido considerada en un comienzo, sin embargo, gran parte de las interacciones que se producen entre los jóvenes del instituto, se producen gracias a las redes sociales, en especial a través de Facebook y Messenger. Ello obliga a considerar el contexto de las redes sociales como una categoría emergente. Además es muy importante mencionar, tal como se comprobará en el mismo apartado, que las redes sociales logran potenciar a los chicos que son más bien tímidos pues, les permite interactuar, sin verse presionados por el contexto o medio social. Esto quiere decir que jóvenes que en situaciones normales no se habrían atrevido a declararse o se muestran más inseguros, logran hacerlo gracias a los medios de comunicación como el Facebook, ya que les permite cambiar su percepción o temor al rechazo.

Como he mencionado anteriormente, los nombres de los chicos y chicas que han participado en la investigación han sido cambiados y serán utilizados unos seudónimos. Con esto se pretende proteger la identidad de los sujetos que

participaron en la investigación y la información aportada. Después de cada de las citas textuales, aparece entre paréntesis el seudónimo de cada uno de ellos, la edad y la técnica en la que se produce la comunicación. Además del nombre y edad aparecerá una p., esta p. significa la ubicación en el párrafo exacto de la transcripción donde se encuentra la cita. Esto permite facilitar una búsqueda de información y poder contextualizar las citas textuales de los sujetos.

Como una forma de facilitar el análisis en el contexto escolar, comenzaré haciendo una descripción de una situación que descubrí en donde el modelo de masculinidad hegemónico se reproduce. De esta forma se pondrá de manifiesto que aquellas situaciones, consideradas como normales o cotidianas por los jóvenes, son en realidad parte de una forma de ser machista que como sociedad hemos reproducido sin tomar nota de ello. Como ya he mencionado, el análisis será hecho en cada contexto de interacción donde los jóvenes participan (escuela, familia y redes sociales), primero poniendo de relieve en primer lugar cómo se reproduce el modelo de masculinidad tradicional. Y posteriormente, se hará el análisis de aquellos actos comunicativos que permiten una transformación de estas situaciones.

Análisis del contexto escolar

Esta primera parte del análisis está orientada principalmente a las interacciones que los jóvenes afirman, se producen en el contexto escolar. Pero además de tener en cuenta el contexto escolar propiamente tal, se considerará las interacciones producidas entre iguales o pares dentro y fuera del contexto escolar propiamente tal. Esto principalmente para facilitar el análisis y no crear una serie de apartados intentando contextualizar todas y cada una de las interacciones. Es por ello que al mencionar el contexto escolar, hago referencia a todas las interacciones producidas entre iguales y en espacios comunes o compartidos por ellos, como pueden ser una visita a una discoteca, tal y como se verá más adelante. Es importante señalar que la mayoría de los jóvenes mantienen el mismo círculo de amigos dentro y fuera del instituto lo cual facilita la contextualización de algunas de las situaciones. Como he descrito anteriormente, comenzaré por el análisis de los actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad tradicional agrupados según sus características. Posterior a esto, seguiré con el análisis de los actos comunicativos que facilitan una transformación social.

III. Actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad tradicional o hegemónica en el contexto escolar.

Los actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica o tradicional dentro del contexto escolar son muchos. Esto se puede ver reflejado en las interacciones que tiene lugar en la escuela, donde sin duda entre chicas y chicos existe un consenso sobre el tipo de chico que tiene más posibilidades de ligar. Como una forma de establecer el diálogo en el trabajo de campo, la primera pregunta de carácter general que se realizó era exactamente la siguiente: ¿qué tipo de chicos es el que liga más dentro del instituto? A esta pregunta la respuesta era unánime: “*el más chulo*”. En general existe dentro del instituto este consenso, sobre el tipo de chicos que mejor le va con las chicas, sin embargo, y como se verá más adelante, las actitudes hacia los chicos que son violentos y dominantes son principalmente de rechazo. Por ahora dedicaré las próximas páginas a identificar cómo el modelo de masculinidad hegemónica logra reproducirse.

III.I. Violencia

Para comenzar el análisis de los actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica, quisiera relatar una historia que fui descubriendo a medida que avancé con la investigación, y que sirve para poder contextualizar los actos comunicativos que surgen durante una parte del análisis de la información, en particular en este apartado sobre la violencia. La historia tiene como protagonistas a tres chicos, dos de los cuales participaron activamente en la investigación y dos chicas. Aquí quiero dejar de manifiesto que la primera forma de identificar cómo se reproduce el modelo de

masculinidad hegemónica es a través de la violencia física. Y bajo esta perspectiva, la contextualización que a continuación se presenta es una forma de identificar la violencia como una forma de ejercer dominio, poder en un intento de imponerse sobre los demás:

Pau es un chico de 18 años líder de un grupo de chicos que según algunos de sus compañeros dentro del instituto “son unos macarras, chulos y van de listos todos”. Por otro lado tenemos a Carlos y Xavi, estos chicos no son líderes de ningún grupo de chicos, sin embargo, en las descripciones de sus compañeros, son chicos que tienen mucha suerte con las chicas en lo que a relaciones románticas se refiere. Además son chicos que son muy educados, cordiales en el trato y que coloquialmente se les describe como que “no van de listos”, es decir para este estudio son chicos de una masculinidad igualitaria. Estos son los protagonistas masculinos. Las protagonistas son Caro y Jazmín, la primera es muy amiga de Carlos y la segunda chica es novia de Pau. También hay otra chica que participa de esta historia que desconozco el nombre así que para facilitar la comprensión de esta historia la llamaré Andrea. Por esas cosas que tienen las relaciones sociales y más aún en donde interactúan chicos y chicas, Carlos y Xavi sentían atracción romántica casi simultáneamente hacia Andrea. En un comienzo quien tenía mayores posibilidades de estar con ella fue Xavi, quien según me contó estuvo casi de “rollitos” durante unas dos semanas. Entonces Pau decidió robarle a Andrea y dejar a Jazmín. Según él “le tiré la caña y cayó”. Pau lo hizo para hacerle “la gracia” a Xavi al que le tiene una hostilidad que se logra ver durante su relato. Cuando Xavi intentó pedirle

explicaciones a Pau por su comportamiento, pues existe una regla no escrita de que quien está con alguien sea chico o chica, se ha de respetar hasta que esté soltero o sin rollitos nuevamente. Esto significa que no se debe intentar ligar a alguien que está con otra persona. Cuando Xavi pidió explicaciones fue invitado por Pau a pelearse fuera de las dependencias del instituto, invitación a la que Xavi se negó, por lo que recibió una paliza por parte de Pau dentro del instituto y fue catalogado de “cobarde” y “marica” por sus pares, primero por no aceptar la invitación a pelearse, y segundo por perder la pelea. Una vez superado todo esto, Xavi comenzó según sus palabras a “flirtear” con Jazmín la anterior novia de Pau. Cuando Xavi empieza a hacer intentos con Jazmín, a Pau no le gustó y dejó de lado a Andrea y fue otra vez a “quitarle la pava”. Cuando se produjo este hecho, Carlos que seguía enamorado de Andrea, también fue a intentar hablar con Pau para que diera una explicación de su comportamiento, es decir, por dejar de lado a Andrea e irse ahora con Jazmín. La respuesta de Pau fue muy similar a la que le dio a Xavi. Le invitó a darse una paliza fuera de las dependencias del instituto. Pero Carlos aceptó esta invitación, y en presencia de muchos compañeros del instituto, Pau golpeó a Carlos. Durante el relato que mantuvimos con Pau le preguntó directamente ¿por qué le pegaste? A lo que me respondió: “porque sí, por que hablé cosas de mí y si alguien habla de mí, entonces le meto”.

Si bien puede parecer un hecho excepcional esta situación descrita, esto no es así, pues el principal protagonista Pau, ha sido tema de conversación en muchos relatos. Con esta contextualización, que además ha servido de introducción para este apartado sobre la reproducción de la masculinidad hegemónica, quiero poner en relieve que la primera forma de identificar los actos que reproducen la masculinidad hegemónica es a través de la violencia, física o verbal. En particular la violencia física que puede ser mucho más sencillo censurarla, dependiendo de quien la ejerce y a quien se le ejerce. Además la violencia física no sólo es un producto de disputas por el amor de alguna chica dentro del instituto, sino que además, es una forma de mostrarse superior con los demás compañeros. Sin lugar a dudas la violencia es la primera forma de ver como se ejerce la masculinidad hegemónica y la más dolorosa. A continuación se puede ver en la cita cómo la violencia es utilizada como una forma de mostrarse superior y someter a través de la misma a los demás compañeros. En este caso en particular quien ejerce violencia es Pau, el mismo chico que aparece como protagonista en la contextualización o historia al comienzo de este apartado. Pero además del intento de imponerse o mostrarse superior, la violencia es utilizada como una forma de hacer reír a los demás miembros del curso y de mantenerse como líder. Esto permitiría captar la atención de todos y de todas. Sostengo esto, pues más adelante se verá, que la risa también es una forma utilizada para censurar ciertas conductas.

E: ¿Mi pregunta es que si hay uno que vaya de chulo metiéndose con los demás y encima le vaya bien con las chicas?

Yo por ejemplo, yo por ejemplo.

E: te vas metiendo con tus compañeros porque sí

Claro, a ver con todos no, con alguno cuando se puede. Para hacerse la gracia ahí en clases, para divertirse ahí en clases. (Pau 17 años, relato p.67)

La utilización de la violencia física como herramienta para mostrarse superior no es algo que pueda ser considerado como nuevo. Sigue siendo una herramienta utilizada, incluso en algunos parlamentos cuando los representantes elegidos tienen alguna diferencia que no son capaces de resolver a través de argumentos dirigidos a convencer por la vía de la racionalidad del discurso. Y además es una herramienta de cierre de conflictos que constantemente aparece en los medios de comunicación. Por ello no es de extrañar que los jóvenes utilicen la violencia como forma de resolver conflictos, además del ya mencionado aspecto de utilización para imponerse. A continuación, se puede ver al mismo protagonista anteriormente Pau, como resuelve una diferencia utilizando la violencia como herramienta.

“yo le pegué a un chico de su clase porque se metió en una conversación por el Facebook y le tuve que pegar. En verdad fue que le dije cállate que te pegaré y no sé qué. Y el pavo dijo a quedemos para pegarnos y no sé qué, así que le pegué. El chaval fue en verdad un compañero de peluquería y le pegué” (Pau 17 años, relato p. 31).

La utilización de la violencia, como acto comunicativo que reproduce la masculinidad hegemónica, podría dar para mucha discusión, pero no es parte de los objetivos de esta tesis, por ello sólo he querido hacer referencia a dos citas y la historia de introducción para poder identificar cómo funciona la

violencia en la cotidianidad de los jóvenes dentro del instituto. Es importante señalar que existen estudios que vinculan la violencia al atractivo y el deseo (Gómez, 2004; Duque, 2006) por este motivo, la violencia además de ser usada como herramienta para resolver conflictos y como una forma de imponerse, además puede ser utilizada para llamar la atención de las chicas del instituto, como refleja claramente el ejemplo de Pau.

III.II. Amenaza de cambio y desprestigio de las nuevas masculinidades

Para poder identificar los actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades, es necesario identificar a quienes la promueven y quién no. Como se ha visto anteriormente he logrado identificar a tres chicos dentro del instituto. Pau es un chico de una masculinidad tradicional. Por el contrario Xavi y Carlos promueven las nuevas masculinidades. Esta característica es otorgada por sus propios compañeros y compañeras, durante algunos relatos de chicas y chicos. El hecho que Xavi y Carlos estén bien considerados dentro del centro por sus propios compañeros supone un problema para Pau. Principalmente por la forma en que estos chicos ejercen su masculinidad dentro del centro, ya que como se verá más adelante, jamás están incordiando. Durante el relato que sostuve con Pau, mostró un elevado grado de hostilidad, en especial hacia Xavi, y estuvo contantemente desprestigiando su hacer. La primera muestra de esto, como se puede ver a continuación se observa en donde intenta mostrar que él es superior, simplemente porque le roba los ligues. Para Pau, él simplemente es mejor que Xavi porque le roba las chicas.

E: ¿Cómo se llevan ustedes en el curso?

Bien, hay un chaval que se enfada porque yo le quito las chavalas. No es broma eh, se mosquea porque yo le quito las chavalas. Si quieres luego le digo que baje. Xavi se llama. (Pau, 17 años, relato p.30)

Otra forma de mostrar su supuesta superioridad con Xavi por parte de Pau, es desprestigiando los ligues. Según he logrado entender durante el transcurso de la investigación, los jóvenes reconocen distintas formas de ligar con chicas, unas en teoría más fáciles que otras. Una de estas supuestas formas más fáciles de ligar, es establecer relaciones con chicas un poco más pequeñas, que para este caso son chicas de la ESO (Educación Secundaria Obligatoria). Según Pau, Xavi al ser una persona inferior, sólo logra ligar con chicas pequeñas y no con mujeres de verdad como él, que se puede permitir el lujo de estar con una chica un año mayor.

E: ¿Y Xavi?

Ese no, ese liga sólo con las niñas pequeñas, tiene que ligar con niñas más pequeñas, de la ESO, porque son más fáciles. Es más fácil ligar con una niña más pequeña. Claro porque a las niñas pequeñas les gustan más los chicos grandes. Para ir luego fardando que tiene un novio más grande. Yo por ejemplo mi novia tiene 18 años, pero porque me lo puedo permitir. ¿Sí o no? (Pau, 17 años relato, p. 45)

III.III. Violencia verbal

La violencia es una de las formas más comunes de ejercer la masculinidad hegemónica, por ello es una de las formas más comunes de lograr identificarla en cualquier situación o lugar. Como se vio en la introducción de este apartado, suele ser un hecho común que entre chicos los problemas se resuelvan llegando a la violencia física pasando primero por violencia verbal. Pero la violencia verbal también es un hecho muy común que ejercen algunos chicos hacia sus compañeras de instituto. Si bien la violencia física hacia las chicas es un hecho muy censurado socialmente, la violencia verbal no lo es tanto. Muy por el contrario es una práctica que en algunos círculos de chicos suele ser considerada graciosa. Y utilizada al igual que la violencia física para imponerse a los demás.

E: ¿Qué estilo de chico es este que desprecia a los otros?

Son los que van más de chulo ¿no? Da igual que sean guapos o no sean guapos, porque se lo tienen muy creído. Entonces pues humillan a los que son menos que ellos. A los que, los otros que se callan y no les contestan. A los que pasan por su lado y le pegan una colleja y le dicen a ver si te callas, ¿no? Eso ha pasado en muchos colegios y en muchas situaciones, es que no sé. (María Ángeles, 21 años, grupo de mujeres 2, p. 118)

La violencia que se puede ver de algunos chicos hacia sus compañeras es también un hecho común. También utilizada como herramienta que genera un supuesto status. Es importante mencionar que la violencia verbal hacia las compañeras es principalmente hacia quienes ellos consideran “feas”. En otras

palabras, algunos chicos tienen una fijación casi obsesiva con las chicas que ellos no consideran atractivas físicamente. Con Pau, logré establecer un grado de confianza que me permitió obtener información que en otras condiciones no hubiese sido posible. Como por ejemplo, conseguí saber cómo éste ejerce violencia hacia las compañeras. Para ello directamente le pregunto si ha maltratado a alguna chica.

E: ¿Has tratado mal a alguna chica?

Claro que he tratado mal a alguna. A ver si estoy saliendo con alguna no, luego si veo alguna y cualquier cosa si me rio de ella, sí. Depende de cómo este la chica, si está fea, depende, si es muy, muy fea a lo mejor digo ya tiene la desgracia de ser fea, no me voy a meter con ella. Y si está buena, se le tira la caña y ya está. No hay otra, se le tira la caña a ver si cuele. (Pau 17 años relato, p.103)

La violencia verbal hacia las chicas no es un hecho aislado, muy al contrario es una forma de establecer una especie de superioridad masculina hacia las chicas. Durante un grupo de discusión, en la conversación se les consultó por su forma de ser con las chicas y como ellos se consideran como persona. Para estos establezco dos tipos de hombres y les invito a que se identifiquen con uno de ellos. Estos son: “chulos” o “majos”, la idea es hacer una diferencia entre un chico de masculinidad hegemónica y chicos con una masculinidad igualitaria o de nuevas masculinidades. La respuesta unánime fue una identificación con una masculinidad democrática. Sin embargo, cuando comienzo a profundizar surgen actos de violencia verbal hacia sus compañeras. Al igual como lo hace Pau, existe entre estos chicos una fijación

obsesiva con las chicas que ellos no consideran atractivas, y como para ellos no son atractivas hay que maltratarlas. Además explicitan claramente como en las relaciones de ligue, una vez han usado a una chica ya no se les respeta, pasa a ser “fea”.

E: ¿Ustedes cómo se consideran majos o chulos?

Majos es la respuesta de los cinco chicos presentes.

Luis: Chulo con quien hay que ser chulo y majo con las chavalillas.

E: ¿Cómo tratan a las chicas?

Enric: Las tratas bien hasta que la tienes luego ya... si no la quieres ni nada pues la tratas como una mierda, sabes cómo te quiero decir.

E: ¿Alguno de vosotros ha tratado mal a una chica que es fea?

Si, si de todos y risas.

Ricard: Es que si te cae mal...

Jordi: A ver, es que hay de esas feas que dices, es que duele mirarlas y se lo tienes que recordar, tienes que decirlo, se lo tienes que recordar.

E: ¿Y por qué?

Jordi. No sé, sabes es que algunas van de chulillas y te dan ganas de gritarle porque es fea.

E: ¿Pero esta chica les ha hecho algo?

Enric: Ser fea

Ricard: Porque es fea y es amargada, pues te toca los cojones. (Grupo de discusión de hombres 1, p. 98 en adelante)

La actitud de ligue en los chicos de “chulillo”, provoca una atribución de fea o chica que se puede despreciar con violencia verbal en chicos que representan la masculinidad hegemónica.

III.IV. Mujeres como objetos

Como se puede ver, la violencia verbal es un hecho cotidiano y totalmente normal para los chicos. Para ellos es normal y se lo toman totalmente a la ligera un hecho tan grave como insultar a una chica. Un aspecto relevante de la masculinidad que ejercen los chicos, es sobre la utilización de las chicas como si fuesen objetos desechables. Anteriormente en la introducción del apartado se vio que Pau, en un intento de competir con Xavi se cambia de novia. Consultado sobre el tipo de chicas y lo que hace para ligar, responde que depende del tipo de chicas, diferenciando entre inteligentes y fáciles. Las primeras son aquellas chicas que no están a su alcance y las segundas, son las demás chicas.

Depende a quien esto. Depende a que mujer. Pues hay chicas que se fijan en el físico y otras chicas que se fijan en otras cosas. Si es tontita la chica con ser guapo ya te vale. Si son guapas e inteligentes, pues ya tienes que ser tú también inteligente y tratarlas bien y esas cosas. (Pau 17 años, relato p. 83)

Una de las formas más habituales de tratar a las chicas como objetos, es a través del sentido de propiedad que los hombres tienen con las chicas. Así por

ejemplo durante un grupo de discusión de chicos, éstos aseguran dos cosas. La primera, afirman que existen inconvenientes a la hora de ir a la discoteca con la novia, más aun si ésta es guapa. Y la segunda afirmación es el sentido de propiedad que éstos tiene sobre las chicas. Además de la ya mencionada utilización de la violencia como herramienta para resolver diferencias.

Enric: Pero por ejemplo irte con tu novia a la discoteca, es buscarte peleas solo. Porque si tengo una novia fea sé que puedo ir tranquilamente. Pero si tienes una novia que está bien y alguien le dirá algo y voy a tener que ir a golpearle. Tu por ejemplo si vas con tu mujer a la discoteca y uno se le queda mirando o vas a buscar un cubata y te giras y ves que está bailando con otro chico.

Ricard: La cosa va en que él te está faltando el respeto.

E: ¿Él o ella?

Ricard: El pavo que está mirando, tío

Enric: Claro, porque es tuya.

Ricard: Tú le indicas que es tuya, tú le metes un morreo ahí que flipas. Y si ves que el otro no reacciona, nen, ósea ya le metes dos tortas. (Grupo de discusión de hombres, p. 231 en adelante)

En esta cita, existe un claro sentido de propiedad lo que implica un trato de objeto hacia las chicas, además de un alto grado de violencia generado por el robo o intento de robo de esta propiedad. El hecho de sentir que sus parejas o compañeras les pertenecen, implica que ellas además de ser objetos, están en una condición de no poder decidir por sí mismas qué hacer. Durante el trabajo

de campo fue muy común que entre las chicas que tenían novios al momento de realizar la entrevista declararan abiertamente que sus novios no les permitían salir solas. Al contrario, ellos sí que estaban en condición de salir solos con sus amigos. Cuando una de las chicas decidía salir sin la compañía del novio, acarreaba una serie de problemas de pareja, como fuertes discusiones y en algunos casos represalias por parte de ellos, que se materializaban con salidas a discotecas sin informar previamente a sus respectivas novias. Este tipo de actitudes por parte de los chicos reproducen comportamientos machistas propios de la masculinidad hegemónica. Lograr cambiar este tipo de actitudes por parte de las chicas les resulta cada vez más complicado, pues muchas de ellas creen que se trata de una situación “*normal*”.

III.V. La atracción y deseo a la violencia

Existen dos elementos claves que dificultan un cambio de modelo de las relaciones amorosas, no solo en adolescentes sino también en adultos. Estos elementos son: primero vincular la atracción y el deseo a la violencia (Duque, 2006; Puigvert, 2008; Gómez, 2004), y el segundo es la condición de eterno mejor amigo de los hombres igualitarios. La atracción vinculada al deseo y la violencia está supuestamente sustentada por explicaciones socio-biológicas en donde las mujeres buscan al macho alfa (Wilson, 1980). En que supuestamente, la seguridad sólo la dan los hombres que son más violentos con los otros chicos o con los que ellos ven mucho más débiles e inferiores. Estas explicaciones socio-biológicas (Wilson, 1980), fuertemente cuestionadas por teorías sociales (Gómez, 2004), se pueden encontrar en todo tipo de

situaciones, en el caso de las chicas, la explicación la sustentan en un posible peligro o en una especie de peligro latente, es decir sustentan la explicación porque es seguro que algún día algo pasará. Un peligro que en teoría vendría, por ejemplo cuando otra persona los insulte (a ambos). Además existe una falsa sensación de seguridad. Esto significa que las chicas creen que al estar con el chico que es el que trata peor a los demás, ellas también serán respetadas (Espejismo del ascenso, 2010-2012). La dificultad de establecer una explicación a este tipo de comportamiento se puede resumir en la siguiente cita. Cris intenta explicar porque a las chicas les gustan los chicos que son los más chulos.

“Hombre nos gusta más que sea así macarra porque sabes que cualquier cosa te puede defender o que te van a tener respeto a ti también por ser la novia de él. Y no te van a decir nada” (Cris 17 años, relato p. 5)

Es complejo poder explicar el atractivo que las chicas sienten hacia un determinado tipo de hombres en especial el atractivo que sienten hacia aquellos que las maltratan. Pero como he explicado en el marco teórico se debe a un modelo de socialización orientado a generar atractivo en la violencia (Duque, 2006; Gómez, 2004) o hacia los hombres violentos. Por lo que este tipo de comportamiento no supone ningún problema para algunas chicas. Durante la primera parte de este capítulo, una de las protagonistas de la contextualización fue Jazmín, quien durante la investigación era la novia de Pau. Durante el relato, era consciente de que Pau posee ciertas características, que podrían perjudicarla directamente. Además de ser totalmente consciente

de la violencia que su novio ejerció contra otros chicos. Por ello, ser conocedora de todo esto, ser novia de Pau, era una especie de problema que estaba por llegar. Este sentir de que había un problema que estaría por llegar, no era solo sentido por ella, sino que además sus propias amigas le advertían sobre las consecuencias que le podría traer ser novia de un chico violento.

E: ¿Tus amigas que dicen del Pau?

A mí me dicen que pega mucho conmigo y que con la otra no. Que la otra es muy fea, no sé qué. Que hacemos muy buena pareja y que tenga cuidado, siempre me dicen que tenga cuidado.

E: ¿Cuidado de qué?

Porque lo ven muy, como te digo, de un carácter muy así, muy chulo. Y me dicen que tenga cuidado, pero cuando está conmigo es totalmente diferente. Me hace reír.... claro que hay cosas que me pongo seria, no puedo, porque no, no me voy a reír de sus gracias. Y cuando me pongo seria es cuando se cabrea, le digo pues cabréate, no te voy a tocar las palmas porque tú quieras. (Jazmín 18 años, relato, p. 125)

En el diálogo que se presenta a continuación, es un extracto de un grupo de discusión con chicas. En esta cita se habla de Jazmín, pues por lo visto aunque sabe sobre lo violento que es su novio, ella lo ve atractivo y lo va presumiendo por los espacios del instituto. Aunque Jazmín no participaba del grupo, durante el desarrollo del trabajo de campo fui descubriendo a cada uno de los participantes de las situaciones de mayor revuelo dentro del instituto. Este es el

caso en que Pau le da una paliza a Carlos, y muchas chicas comienzan a censurar este comportamiento, no así Jazmín, novia de Pau.

E. ¿Yo aquí no se si tú ves la similitud con lo que me estabas explicando del caso con el chico este que ahora hay chicas que ahora le hablan más a este chico que es el agresor. Pues si sabes, ¿qué es lo que dicen estas chicas de este chico?

Como que es el mejor y ya está, y dicen que es mejor tener un... Porque una que es el novio y dice cosas así, como que prefiere tener un novio que pegue a alguien que no que le peguen, y eso es lo que comentan más o menos.

E. ¿Y eso donde lo dicen, en qué espacios lo dicen?

En clases o cuando bajamos por las escaleras a la hora del patio.

E. ¿Y cómo lo dicen, dándole atractivo al chico agresor?

Si, como diciendo que es mejor.

E. ¿Hacen ver que este chico es más atractivo y que tal, que es más sexy, que es más guay, por el hecho que hace estas cosas que es así violento?

Sí, que les gusta más. (Grupo de discusión de chicas, p. 62)

E. y a partir de estas situaciones, de estas que estáis explicando ¿hay chicas, que por el hecho de que este chico está humillando a otros, le ven más atractivo?

“hay chicas que siiiiii” “si” “hay muchas que si” “muchísimas”(Grupo de chicas p.120)

Aunque socialmente, existe un elevado sentido de censura hacia determinados comportamientos de chicos y al mismo tiempo a los chicos que tienen este tipo de comportamientos (violencia, insultos). El comportamiento individual de las chicas, suele contradecir el sentido de censura social que existe. Así lo he mostrado en la cita anterior y también se podrá ver en la siguiente cita. Sara, afirma que los chicos que son chulos ya no gustan tanto, sin embargo, esto no es una opinión unánime.

De los chulos ya no tanto, eso era antes cuando íbamos a la ESO. Ahora ya no gustan tanto. A mí no, pero una amiga mía siempre me dice, es que no se mientras más cabrón, más me atrae. Yo le digo pero tía tú eres tonta. Es que yo no lo entiendo (Sara 20 años, relato p. 49)

Antes hemos comprobado que cómo la explicación en que basan su atractivo hacia los chicos de masculinidad hegemónica, tiene una vinculación con un supuesto estatus que se adquiere automáticamente al estar con este tipo de chicos. Durante el transcurso de los relatos he podido escuchar diferentes explicaciones respecto al tipo de chicos que atraen, los que más atraen sin lugar a dudas y, como se ha dicho anteriormente, es el más “chulo” (una de las principales características de los jóvenes que ejercen masculinidad hegemónica). Así la utilización del lenguaje, dotando de atractivo a este tipo de chicos es común y quienes lo hacen lo utilizan generalizando a todas las chicas. Es importante señalar que para las chicas existe una relación directa

entre ser un chico hegemónico “chulo” y ser gracioso. Pues según explican, cuándo están en su presencia la personalidad de los chicos cambia. Esto significa que aunque sea un chico violento con los demás, la percepción de muchas chicas es que cuando esté en presencia de su compañera sentimental, él adopta una actitud serena, graciosa, amable, etc. Es decir, se explican a sí mismas que los chicos cambian, y al hacerlo ya no son malos. Sólo son malos en circunstancias donde los amigos están presentes, no en compañía de sus compañeras. En este sentido el papel de los actos comunicativos juega un papel fundamental para parecer atractivos a sus compañeras. Pues ellas ven en determinados comportamientos e interacciones atractivo. Por ejemplo el hecho de tener un comportamiento de “chulería” es visto como atractivo a ojos de algunas chicas.

E: ¿y a ti como te gustan?

Me gustan con su puntillo de macarra, de gracioso y macarrilla. Pero buenos, que te traten bien, que te traten, que te sepan llevar. (Paola 19 años, relato, p. 67)

E: ¿Te gusta que te traten mal?

A ver no mal, sino con aires de chulería, como si yo fuera más que tú. Por una parte a las chicas también no nos gusta que estén encima de nosotras, pero si son así también chulillos mejor, pero sin pasarse. (Cris 17 años, relato p. 18).

Como se ha visto hasta este punto, los ejemplos donde se ejerce la masculinidad hegemónica son muchos, así por ejemplo de forma más evidente

es la violencia verbal hacia compañeras o compañeros, y la violencia física que continúa siendo utilizada para resolver conflictos entre los chicos del instituto. Sin embargo, esta no es la principal forma que tiene la masculinidad hegemónica de reproducirse. A mi entender, una forma muy evidente que tiene la masculinidad hegemónica de reproducirse es a través de las relaciones románticas entre chicos y chicas. A continuación se verán ejemplos de citas en que la forma de reproducir el modelo de masculinidad tiene una forma que puede resultar no tan evidente, pero que está totalmente relacionado con los objetivos e hipótesis de esta investigación. Esta forma de reproducir el modelo está relacionada con la forma de establecer relaciones con los chicos considerados igualitarios. Pues se verá que estos chicos son considerados amigos y sólo amigos. Por tanto quienes logran entablar relaciones románticas con chicas son los chicos un poco violentos, es decir aquellos chicos que ejercen una masculinidad hegemónica. Además de la condición de eterno mejor amigo, existe al igual que como se ha visto en el atractivo que generan los chicos violentos, una utilización del lenguaje que se utiliza hacia los chicos igualitarios. En esta utilización del lenguaje existe una desvinculación total del atractivo sexual. A continuación veremos estos dos elementos no tan evidentes de reproducir la masculinidad hegemónica.

III.VI. Eterno mejor amigo

Tan importante para reproducir las interacciones de poder como dotar de atractivo sexual a los chicos hegemónicos, es quitarle o no dotar de atractivo a los chicos de masculinidades igualitarias. El ejemplo más claro de esto es que los chicos igualitarios quedan relegados a ser los “*eternos mejores amigos*”. Si bien no todas las chicas cuentan historias sobre quiénes son sus mejores amigos, las chicas que lo hacen muestran mucha admiración hacia estos chicos. Esta admiración, es tanto física como psicológica, es decir sienten una atracción física hacia ellos, además de encontrar que son buenas personas. Sin embargo, son ellas mismas quienes se ponen límites cuando son consultadas de por qué no profundizan aún más esa relación, es decir porque no establecen relaciones románticas con ellos. La explicación para esta conducta es tan simple como que son “*los mejores amigos*”. Sin duda los mejores amigos están condenados a no ligar. A continuación hay tres ejemplos en donde chicas que sienten que sus mejores amigos son personas en las que se puede confiar, son guapos y sin embargo, optan por no de establecer una relación romántica con ellos. La primera chica es Cris, una chica de 17 años que se considera afortunada en lo que a relaciones románticas se refiere. Luego el ejemplo de Caro, que viene saliendo de una relación un tanto tormentosa y por último el ejemplo de Paola:

E: ¿Y cómo es tu amigo?

Es majo. Guapo no mucho, pero es majo. Buena persona también, sabe escuchar a las chicas, las trata bien.

E: ¿No te gusta?

Como persona sí, como novio no. No me atrae físicamente nada.

E: ¿Por qué, cómo es?

Es un poco bajillo, como yo más o menos. Un poquillo gordito, no gordito, rellenito. Bueno con algunos michelines, pero ya está. No es feo del todo, es del montón. Pero en verdad es de las mejores personas que conozco, sabes.

E: ¿Nunca piensas en él de otra forma?

No, solo como amigos...bueno al principio éramos amigos, luego empecé a salir con él y la cosa fue mal no sé porque. (Cris 17 años, relato p. 144)

Durante el relato que mantuvimos con Cris, me di cuenta que actualmente está con novio y que meses antes había intentado durante una semana tener una relación romántica con su mejor amigo. Cuenta que durante este corto periodo de tiempo llegó a la conclusión que era mejor tenerlo como amigo en vez de novio. Al preguntarle el porqué de esta conclusión, Cris no logra dar con una explicación que pueda convencerla a ella, simplemente las cosas no funcionaron.

E: ¿Es majo el chico este?

Sí, es mi mejor amigo. Lo que pasa es que aunque a él yo le gusto, es mi mejor amigo. Aunque ande detrás siempre, le cuento cosas y no se las dice a nadie. Él me apoya y lo puedo apoyar.

E: ¿Si algún día lo dejas con tu novio, no piensas en tu amigo como posible reemplazante?

No porque ya lo veo con ojos de amigo. Hace tiempo que somos amigos y ya le veo con ojos de amigo. No le veo cómo que podría tener algo con él. (Cris 17 años, relato p. 158)

Por su parte Caro al igual que Cris muestra una admiración por Carlos y no sólo por su forma de ser y tratar a los demás, sino que además se siente atraída físicamente por él. La descripción sobre Carlos por parte de Caro ejemplifica a un hombre cordial, amable y atractivo que en teoría debiera ser suficiente para poder tener una relación romántica. Sin embargo, Carlos al ser el mejor amigo de Caro no puede pasar a tener una relación que no sea más que una relación de amistad. Cuando comienza el relato de Caro a la pregunta de ¿quién es el que más liga aquí en el centro? su respuesta fue automática “Carlos”, pero al intentar profundizar el por qué no hay otro tipo de relación entre ellos como ser novios la respuesta fue “*porque somos amigos*”

E: El Carlos, ¿por qué, qué tiene Carlos que lo hace ligar?

Pues no sé, con las chicas es muy atractivo, le gusta hacer muchas bromas, le gusta pues tirar la caña. Y pues las niñas pues también les gustan estar muy coquetas y eso.

E: Y el Carlos ¿cómo trata a las chicas?

Pues bien, es súper amable. Si te tiene que decir algo te lo dice. No es callado, lo que es un poco tímido.

E: ¿Es chulo él?

No, para nada

E: ¿Te gusta Carlos?

A mi nada, pero porque soy su mejor amiga. Pero yo que sé, con otras chicas desde que llegó en el curso y todo pues ha estado ya con una, y ya ha cortado con otra. Y a todas las chicas les gusta. (Caro 19 años, relato p. 6)

Es importante señalar que Caro, poco tiempo antes de la investigación había tenido una relación con un chico de características muy hegemónicas. Según me explica su antiguo novio era violento pero que cuando estaba con ella cambiaba totalmente y “*la tenía en bandeja*”. La relevancia de esta comparación reside en que Caro, sí estuvo vinculada románticamente a un chico violento y que le trajo más de un problema no solo familiar, sino que además en los estudios. En cambio teniendo la posibilidad de estar con una persona que según ella es muy buena y guapa como Carlos, no se puede concretar simplemente porque Carlos tiene el sello de “*mejor amigo*”.

Establecer cómo se reproduce el modelo de masculinidad hegemónica, al no dotar de atractivo a los chicos igualitarios, también lo pude discutir durante un grupo de discusión. En la siguiente cita les pregunto a las chicas por el mejor amigo y directamente a Paola por su mejor amigo. Y al igual que las citas anteriores existe una asociación entre mejor amigo y no poder ligar con ellos. La asociación que se hace entre hombres igualitarios y los mejores amigos, es debido a las descripciones de las propias chicas.

**E: Pero el otro día hablábamos del mejor amigo, por ejemplo:
¿ustedes tienen mejores amigos? ¿Y cómo es tu mejor amigo?**

Muy guapo.

E: ¿Y por qué no te lo ligas si es bueno y guapo?

Porque no, porque es mi mejor amigo... No, no. Pero es amigo, el me ayuda a mí, yo lo ayudo a él. Hombre es que si siento algo más es que ya no es mi mejor amigo

E: ¿Pero por qué no os ligáis a los mejores amigos?

Porque son mejores amigos. Porque si te lo ligas, ya no es tu amigo

E: Es igual, no importa perder la amistad...

Si hombre....Claro vas a perder la amistad. Novios pueden haber muchos, amigos pueden haber muy pocos

E: ¿Y chicos con las características de los mejores amigos no les interesan?

Si tío ¿pero dónde están? (Paola 19 años, grupo de discusión de chicas, p.85)

III.VII. Utilización del lenguaje

La utilización del lenguaje es otra forma de reproducción del modelo hegemónico. Así según qué tipo de comentarios utilizado por las propias chicas dotan de atractivo a un tipo de chico. De esta forma utilización de un lenguaje depende de qué tipo de chicos, por ejemplo para los chicos igualitarios y que a

primera vista pueden resultar atractivos a las chicas, el comentario sería de “*mono*”. Este comentario es una forma de decirle que es guapo, simpático pero que su atractivo no es suficiente como para poder ligar, le falta algo, un toque de chulería. “*Hay que ser un poco macarra para poder ligar*”, eso es lo que se repite constantemente durante el desarrollo de las entrevistas y a las chicas parece que les gusta. Así el comentario cuando el chico es un poco chulo también es diferente. Cuando pregunto por los comentarios que se hacen con los dos tipos de chicos las respuestas son distintas dependiendo del chico:

Decimos mira que majo el chico, qué buen ver. Decimos que está bien.

E: ¿Y del chico majo?

Claro decimos “que mono”.... El comentario es diferente uno es que mono y otro es que majo.

E: ¿Cuándo es mono que quieres decir?

Porque es mono...es bueno ¿sabes? Es mono se le ve bien, se le ve buen niño. Y del otro decimos mira, nos alegra la vista y ya está. (Paola 19 años, relato p. 38)

Durante el relato con Paola, me explica el por qué los chicos finalmente optan por ser un poco más violento que optar por ser buenos. Esto se puede reflejar perfectamente tal como lo explica en la cita donde le pregunto qué tipos de chicos son mayoría según ella dentro del centro. Ser un “*calzonazos*” es ser un hombre dominado por las mujeres, incapacitado de tomar decisiones. Estos comentarios despectivos normalmente vienen por parte de otros chicos. Así

Paola me cuenta cómo estos comentarios hacen que los chicos que pueden optar ser buenos no les dan un prestigio entre sus pares.

E: ¿Qué hombres son mayoría, los chulos o los majos?

Sabes que pasa, que cuando eres bueno les dicen que son unos calzonazos. (Paola 19 años, relato p. 71)

Las chicas además de utilizar un lenguaje que no les dota de atractivo a los chicos igualitarios, los intentan ligar con chicas que no son ellas. El comentario en la siguiente cita, muestra que los chicos que son igualitarios, considerados majos, ligan pero con otras chicas, las majas. Ésta es una forma de justificar el poco atractivo que sienten hacia estos chicos. Cuando les consulto si los chicos que son igualitarios logran tener relaciones románticas con compañeras del instituto, su respuesta es que sí, pero con otras chicas. Realizan una asociación de parejas que también la realizan los chicos, pero que para lo relevante de la investigación considere no poner en este apartado.

Sí los majos también ligan, lo que pasa es que son tontos y no saben utilizar las armas de hombre.

E: ¿Con quién ligan?

Pues con otras majas. Los majos con las majas y los chulos con las chulas. Igual que los feos con las feas. Pues eso. (Jessi 18 años, relato p. 63)

La situación romántica que viven los chicos que promueven una masculinidad de carácter más democrática, es en algunos casos, un poco compleja, en especial por la situación que viven con las chicas y su situación de eterno mejor amigo. Esto es vivido de formas diversas según qué tipo de chico. En algunos casos existe una resignación al asumir que son los chicos malos los que mayores posibilidades de ligar tienen. Otros como se verá a continuación optan por un cambio de actitud, lo que les permitiría llamar la atención de sus compañeras. Entre los hombres también existe un consenso en aceptar que los hombres que más gustan y atraen sexualmente a las mujeres, son aquellos que son “malotes”. Este tipo de conductas lleva a muchos chicos que son más bien tímidos a cambiar de personalidad o mostrar una actitud hostil en la forma de interactuar con los demás. En las dos siguientes citas se puede ver primero que entre los hombres existe una especie de resignación que a las chicas les gusten los chicos “malos”. A posteriori vemos en que una chica cuenta como un compañero pasaba desapercibido y que para ser tomado en cuenta cambia de forma de vestir y de interactuar con sus compañeros.

E: ¿Qué tipo de chicos crees que les gustan a las chicas hoy en día?

Hoy en día, pues o garrulos, o de gimnasio. Pero no busca el típico hombre de cariño. Que buscan más un poco que sea más cabrón.

E: ¿Tú crees que es así? ¿Y por qué crees que pasa eso?

Porqué, no lo sé, la verdad, no lo sé.

E: ¿Y a tus amigas que tipos de chicos les gustan?

Garrulos

E: Garrulos, y siempre dicen que tiene que tener algo de malo o también que las trate bien

Más bien que sea malote, que tenga la de esto de malote. (Santi 22 años, relato p. 26)

Según se puede ver en el diálogo que sigue, la entrevistada explica la historia de un compañero que era tímido y majo, pasaba desapercibido tanto para chicos como para chicas. Esto lo lleva a tomar el camino de convertirse en otro tipo de hombre. Así las mujeres lo verán más atractivo y sus compañeros supuestamente lo respetarán. El mismo hecho de no reconocer a los chicos que son amables y respetuosos por parte de sus iguales, los llevan a tomar otro tipo de actitudes como la de ser un “borde y subidito”.

E: ¿Y ahora que la gente lo conozca, o así, ha cambiado su estilo?

La ropa, ya no viste como vestía antes. Ahora viste como más garrulo así con bambas así, es que no sé cómo explicarlo. Es que son las bambas que se llevan. Pantalones anchos, así anchos. Sobre todo ropa de marca, antes no vestía de marca ni nada, ahora viste de marca. Lleva la chaqueta que si la Adidas, que la Nike y cosas de estas. Y la manera de andar así sobre todo porque antes iba así como muy escondido y ahora va así como muy con la cabeza alta ¿sabes? Y la manera de hablar también

E: ¿cómo hablaba antes y como habla ahora?

Es que antes casi que no hablaba y ahora le habla a todo el mundo le contesta a todo el mundo. Si le dicen algo te contesta, si te metes con él también te contesta, antes no te contestaba no te decía nada.

E: ¿Pero cuando con la gente es respetuoso, es amable o se ha vuelto como un poco chulito?

Si se ha vuelto estúpido y borde. Muy subidito. (Montse 19 años, relato p. 24)

III.VIII. A modo de conclusión

Durante este apartado he querido dejar de manifiesto cómo se reproduce el modelo de masculinidad hegemónica dentro del ámbito escolar. La principal forma de reproducirse es a través de la violencia física y simbólica, como se vio en la introducción en la contextualización donde Pau ejerce violencia física hacia Xavi y Carlos. También se ha visto como de forma muy habitual se reproducen conductas de violencia verbal hacia chicos y chicas como parte de la vida cotidiana de los estudiantes que se manifiestan en el uso de un lenguaje sexista y en un trato de desprecio y humillación. Sin embargo, las formas menos comunes de reproducir el modelo de masculinidad hegemónica son a través de los actos comunicativos que no dotan de atractivo sexual a las nuevas masculinidades. Así cuando las chicas denominan sólo como mejores amigos a los chicos igualitarios, no solo están conservando su amistad según ellas, sino que además lo que hacen es una reproducción del modelo hegemónico de masculinidad y la doble moral. Esto trae como consecuencia como ya se ha visto que chicos que en principio podrían haber optado por ser

buenos con quienes les rodean, optan por ser personas diferentes, para no ser tratados de “calzonazos”. Además del desprestigio que se les otorga a los chicos igualitarios, también se les cataloga de “chicos monos”, es decir guapos, simpáticos pero que no son suficientemente atractivos sexualmente como para establecer relaciones amorosas con ellos. Con esto quiero establecer que no sólo la violencia y relaciones manifiestas de poder logran reproducir el modelo de masculinidad hegemónica. Así también el hacer que chicos que promuevan masculinidades igualitarias no ligen, reproduce el modelo que se quiere superar.

La argumentación de este primer capítulo, está elaborada de forma tal, que puedan visibilizarse los actos comunicativos reproductivos de la masculinidad hegemónica. Esta elaboración va desde los más visibles a primera vista, como es la violencia física y simbólica, a los menos visibles a simple vista como es la relación de amistad sin atractivo que se mantiene con los hombres igualitarios. Esta argumentación tiene la intención de poner de manifiesto la complejidad que tiene la masculinidad hegemónica en su funcionalidad con los adolescentes del centro de formación profesional. En otras palabras, he intentado poner de manifiesto la compleja relación entre los chicos y la masculinidad. Una complejidad que al primer argumento sobre cómo se puede manifestar la masculinidad hegemónica es la violencia física o verbal. Esta última muy normalizada dentro de las interacciones entre los jóvenes. Sin embargo, la complejidad de la funcionalidad de la masculinidad hegemónica, está también en aspectos como las relaciones románticas entre los jóvenes. El mismo hecho de no poder establecer relaciones románticas por su forma ser llamados o considerados “calzonazos” lo que provoca, en algunos casos, un

cambio de actitud, que en teoría les ayudaría a ser más respetados por sus iguales, llamar más la atención y les daría mayores posibilidades de romances con compañeras del instituto. Otro argumento sobre cómo se reproduce la masculinidad hegemónica es la condición de amigos que los chicos igualitarios tienen. Esto también, es una compleja red de interacciones que intentare desvelar en la segunda parte del contexto escolar en el capítulo siguiente.

IV. Actos comunicativos que promueven nuevas masculinidades en el contexto escolar

A partir de este punto en el presente capítulo se comienza a identificar los actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades. Para esto serán divididos según sus características y aunque están separados según qué tipos de actos. Existe entre ellos una conexión muy fina, lo que significa nada más que existe entre ellos una dependencia. Primero serán identificados los actos comunicativos que rechazan la masculinidad tradicional. Para poder comenzar primero hay que rechazar el modelo dominante, esto porque no puede fomentarse nada nuevo, si primero no hay indicios de decadencia del modelo existente. De esta forma, a través de actos comunicativos, que pueden resultar un algo violentos a ojos del lector, se podrá identificar que existe en el ámbito escolar un rechazo hacia quienes reproducen el modelo de masculinidad hegemónica.

Una vez identificados los actos comunicativos que producen un rechazo a la masculinidad tradicional, lo siguiente será identificar actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades. Los primeros actos comunicativos

serán los que promueven un reconocimiento de las nuevas masculinidades, es decir, aquellos actos donde logra visibilizar a los chicos que promueven nuevas masculinidades. Este reconocimiento aún no está ligado con el atractivo sexual. Posterior al reconocimiento, está el apartado de la amistad. Allí se verá que es a través de la amistad donde existe un mayor reconocimiento de las nuevas masculinidades. Hay un consenso entre chicas y chicos de este instituto, que son los amigos o puntualmente los mejores amigos, las mejores personas que conocen. De la amistad se dará paso al amor, en el apartado que lleva el mismo nombre. De esta forma se constatará que gracias a un nivel de profundidad de interacciones entre los jóvenes del instituto existe solo un nivel más de profundidad, y este es el amor romántico. Aunque en el capítulo anterior he demostrado que una de las formas de reproducir el modelo de masculinidad tradicional, es relegando a los chicos que promueven las nuevas masculinidades a la categoría de “eterno mejor amigo”, existe un número importante de chicos que logra dar el paso de profundizar aún más las relaciones y establecer relaciones románticas con sus amigas. Además las chicas reconocen que aunque les haya costado un poco hacer este reconocimiento, manifiestan que las relaciones románticas con sus amigos, son mucho más intensas y satisfactorias emocionalmente. Una vez identificados los actos sobre la amistad, daré paso a la identificación de otro elemento en el reconocimiento de las nuevas masculinidades como es la seguridad. En este apartado demostrare que la seguridad es un elemento que se valora en las nuevas masculinidades. Como he mencionado anteriormente, entres los actos que promueven las nuevas masculinidades hay una conexión muy fina. Por ello, este punto está seguido del de amistad, pues la amistad genera confianza,

y la confianza seguridad. Además hay importantes indicios que plantean que la seguridad genera, mayores posibilidades de tener relaciones románticas, ya que la seguridad permite que los chicos puedan ser vistos. Pues el hecho de ser tímidos, no da muchas posibilidades de ligar.

A partir del apartado de seguridad, comenzaré con uno de los puntos importantes de esta investigación, donde se podrá demostrar que la belleza es algo ambiguo y que se socializa. De esta forma podremos ver que existen chicos que a primera vista para las chicas son atractivos promueven las nuevas masculinidades. Sin embargo, y en base a la socialización del atractivo, se verá que hay chicos que en principio no son atractivos y gracias a las interacciones entre chicas, acaban por generar atractivo en aquellos chicos que según su propia apreciación, al comienzo no eran considerados atractivos. Esto se logra solo a través de los actos comunicativos, y gracias a ellos se genera atractivo sexual. Este apartado es importante principalmente pues es aquí donde se comienza por generar el atractivo a través de las interacciones.

Uno de los apartados que podría generar mayores contradicciones es el que se refiere a los chicos buenos. En el intento demostrar que las chicas a larga se quedan con los buenos. Esto genera contradicciones porque en la investigación demuestro que las chicas prefieren a los chicos buenos para formalizar una relación (“estar de novios”), sin embargo, para “rollitos” prefieren a los “malos”. Por ello, a pesar de que entre las chicas del instituto hay una clara tendencia, que para formalizar una relación prefieren a los chicos buenos, entre en una profunda contradicción comparando lo que está sucediendo dentro del instituto, con lo que está pasando en los casos de violencia contra las mujeres (INE,

2012). Independiente de esto, este apartado sobre los chicos buenos, que para efectos de esta investigación son los chicos que promueven las nuevas masculinidades, es relevante por el hecho que las chicas terminan por reconocer a los chicos igualitarios, y esto es lo destacable para la investigación. Es importante mencionar, que este reconocimiento se hace en términos de belleza, a través de los actos comunicativos entre iguales, es decir en conversaciones entre chicas, cuando entre ellas se comienza a dotar de atractivo a estos chicos a través de actos comunicativos, cuando antes no se les otorgaba.

Quisiera hacer especial hincapié en estos dos siguientes y últimos puntos. Se trata de las relaciones igualitarias y de las chicas que toman la iniciativa. El primero de ellos, es sobre la importancia que las chicas le dan a unas relaciones basadas en la igualdad. Esto quiere decir que las chicas están priorizando las relaciones donde existe confianza e igualdad de trato. Esto descarta otras intervenciones hechas, en especial en la primera parte del capítulo donde se demuestra que existen chicas que aún sienten deseo por aquellos chicos que construyen relaciones basadas en el poder. Por último, está el apartado donde las chicas toman la iniciativa. Según las evidencias recogidas, una buena forma de promover a las nuevas masculinidades atractivas, es a través de las propias chicas y que sean éstas las tomen la iniciativa. Esto permite que se establezcan relaciones románticas con chicos igualitarios aunque estos no se atrevan a dar el primer paso para establecer un contacto. Es importante destacar que estos dos últimos apartados son contruidos gracias a los avances en democracia que como sociedad hemos alcanzado, construyendo las bases de una sociedad dialógica (Flecha, Gómez,

& Puigvert, 2001). El hecho que las chicas escojan chicos para tener relaciones igualitarias supone superar prejuicios y falsos valores donde se cree que a las chicas les gustan los malos. Pues son justamente los malos quienes ofrecen solo posibilidades de relación basadas en el poder. Seguidamente, el hecho que sean las propias chicas quienes toman la iniciativa demuestra claramente la superación de ciertos prejuicios. Que si no se dieran las circunstancias adecuadas, este tipo de acciones por parte de las mujeres del instituto serían censuradas por los jóvenes y sus propias compañeras. Por esto es que considero, estos dos apartados son contruidos gracias a los avances democráticos de nuestras sociedades.

IV.I. El rechazo a la masculinidad tradicional

Los Actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades son interacciones que hacen destacar un nuevas formas de masculinidad alejadas de la masculinidad tradicional por sobre el modelo de masculinidad hegemónica. Para ello, el primer paso para transformar el modelo de masculinidad tradicional que he logrado observar durante la investigación, es el de censurar determinados comportamientos de la masculinidad tradicional. Así comenzaré por referirme al mismo protagonista de la masculinidad hegemónica Pau, para demostrar que si bien existe un grupo de amigos que le sigue, existe un número importante de compañeros que rechazan su comportamiento.

Pau como he mostrado más arriba, es el líder de un grupo de chicos, utilizando un vocabulario muy coloquial tiene una actitud “*chulo*”. Además de asumir abiertamente que es líder, que liga y que golpea a los demás “*para hacer la gracia*”, admite que tiene una abierta rivalidad con Xavi. Por otra parte Xavi es

un chico de 17 que es querido y respetado, por al menos varios chicos y chicas que participan en la investigación. La rivalidad entre ambos solo la hace patente Pau, en constantes comentarios durante el relato. Durante la conversación que mantuvimos con Xavi y al comenzar a dirigirla para lograr identificar a quién ejerce la masculinidad tradicional entre sus compañeros o ser más conflictivo dentro de su curso, comienza a manifestar un notorio rechazo hacia la actitud de Pau. Tal vez esta cita pueda parecer que no sea una forma de promover nuevas masculinidades, sin embargo, el acoso que sufre en algunas ocasiones Xavi por parte de Pau, queda manifiesto a continuación donde estaba siendo acosado por Pau a través de una grabación con teléfono móvil.

“Bueno, un día cuando estaba conmigo hace dos semanas o así, me estaba grabando con el móvil y tal. Yo le dije, ¿por qué no grabas a tu puta madre? Y todos se empezaron a reír, hasta los amiguitos chulos, los que defienden a éste se empezaron a reír. Como le dije eso, el otro dejó de grabar y se picó o algo, pero pasó de mí”. (Xavi, 17 años p. 106)

La actitud burlesca de Pau, es hacia todos los que le rodean y se comienza a notar una cierta hostilidad hacia esa actitud. En el mismo relato establecido con Xavi, hace una diferencia entre dos tipos de chicos dentro de su curso, el de los “chulillos” y el de los “normalillos”. El grupo de los “chulillos” es donde Pau es el líder, corresponde a su grupo de amigos que lo siguen en sus gracias. Por otro lado el grupo de los “normalillos”, que al parecer no existe un líder y que tiene un carácter más democrático, se muestran hostiles con las actitudes de Pau.

E: ¿Y los demás compañeros que dicen de él?

“Pues los que van con él, le comen un poco el culo. Y nosotros algunos le decimos tonto no sé qué. Algunos le dicen “a mí no me digas nada y como me hagas algo te suelto una hostia” y cosas así. Claro con los mayores no se atreve”. (Xavi, 17 p. 68)

El descontento que genera Pau dentro de la clase, no solo lo manifiesta Xavi, también lo hacen patente otros compañeros como Andrés. Este chico se muestra muy amigo de todo el mundo pero una vez avanza la conversación también comienza a mostrar su descontento con Pau. Al igual que con Xavi, el relato lo comienzo a orientar para identificar a alguien que pueda ejercer una masculinidad hegemónica dentro de su curso. De esta forma llegamos al mismo protagonista, Pau.

Alguno hay de bromas pesadas y eso.

E: ¿Quién?

Pau, sí pero bueno, yo me llevo bastante bien con él no tengo problemas. He tenido algún conflicto con él pero tampoco.

E: ¿Y cuándo se pone muy borde, que dicen ustedes de él?

Normalmente nadie dice nada, y soy yo el que habla.

E: ¿Tú eres el que le para los pies no?

Si soy yo el que le para los pies. Yo también soy sobrino de un profesor, entonces a lo mejor él se controla más. Y los otros a lo mejor me utilizan para que lo controle y le digo oye para. Muchas veces se mete con Xavi que ha estado aquí, muchas veces se mete con él y yo pues lo paro. A

mí no me gusta eso de que se metan con la gente. No me gusta.

(Andrés, 18, relato, p. 66)

Las actitudes hegemónicas molestan bastante entre los chicos, y más aún entre aquellos que se atreven a manifestarlo abiertamente. Pero además las actitudes hegemónicas también molestan entre las chicas, y eso lo notan los propios compañeros varones, quienes observan que estos chicos que están intentando todo el día ligar, de ir un día con una y un día con otra, son rechazados por las chicas. De esta forma, los propios varones dentro del instituto comienzan a ser conscientes de que determinadas actitudes son censuradas por las compañeras.

“Sabes lo que te digo, los que no hacen los deberes y luego van detrás de las chicas que son más inteligentes que ellos. Pero bueno las chicas siempre les dan calabazas y a tomar por culo. Las chicas dan calabazas, a los salidos”. (Héctor, 22 años, relato, p. 58)

Actitudes hegemónicas como se ha visto durante este trabajo, existen en todos los ámbitos y forman parte de la masculinidad. Por ello las situaciones en donde se muestra hostilidad se repiten en otros contextos escolares. Santi explica una situación en donde terminaron todos por censurar las actitudes de otro chico.

E: ¿Qué comentarios hacían ustedes de ese tipo de chicos?, ¿Que decían ustedes de ese tipo de chicos?

Que era un hijo de puta

E: Un hijo de puta...

Sí claro, es que era hablar....era mencionarlo y saltaba uno "ese un hijo de puta". Cuando venía una chica preguntando por él. Cuando nos decía "¿oye conocéis a este chico?" le decíamos "si el hijo de puta ese" siempre era lo mismo. (Santi, 22 años, relato, p. 303)

Si bien se ve claramente que existe un rechazo por parte de los chicos hacia quienes son "chulos". Por su parte las chicas comienzan por mostrar solidaridad entre ellas y un rechazo a quienes las tratan mal. A continuación hay dos citas que reflejan que entre amigas se apoyan para terminar con los novios que maltratan. Por ejemplo Olga se refiere al caso de una amiga que tenía un novio que era muy posesivo, y que ejercía una violencia psicológica con su amiga. Como hemos visto el amor se socializa (Gómez, 2004) y nuestros pares son los primeros en hacernos ver quién puede ser o no atractivo. Así un chico que muestra actitudes de dominación al avanzar en la relación, acaba por cansar a sus parejas quienes les cuentan a sus amigas.

E: ¿Se ha dado el caso de que una amiga tuya haya sido maltratada psicológicamente?

Sí, pero ya lo han dejado. Ósea yo le decía que lo dejaran porque él la trataba muy mal en verdad. Pero ella le decía que le quería, pero hasta que un día se hartó y lo dejó. (Olga, 19 años p. 70)

Lo digo "es que yo de ti, yo dejaría porque no te conviene un chico así que te haga pasar esto, sabes. (Sara, 19 años p. 88)

E: Y para no verlo atractivo o sea, para llegar a esta conclusión de que no es atractivo, pues a lo mejor alguien le veía algo de

atractivo, que ahora no lo veáis, que cosas habláis entre vosotras, aparte de decir que esto no está bien y que no....

Es que más que nada fue por eso, por lo que pasó, desde ahí como que le hemos puesto la cruz. Ahora pues a lo mejor, antes decíamos a la manera de andar o la manera de expresarse o hablar, pues ahora decimos pues esto no está bien porque va muy de chulo y tal. Pues a lo mejor lo que antes veíamos de chulo que nos gustaba, ahora no nos gusta. (Laura 19 años, relato p. 76)

En esta primera parte se ha visto que la masculinidad tradicional produce mucho rechazo entre chicas y chicos de la escuela. A partir de este punto y siguiendo en el ámbito de la escuela se verá que existe un reconociendo de las nuevas masculinidades. Si bien las actitudes hostiles hacia los chicos que reproducen la masculinidad hegemónica, son hechas en su mayoría por chicos. Las actitudes que hacen un reconocimiento de las nuevas masculinidades son en su mayoría hechas por mujeres, aunque también existen chicos que reconocen y valoran a los chicos asociados a las nuevas masculinidades.

IV.II Reconocimiento de las nuevas masculinidades

En el primer capítulo del análisis (capítulo III) he intentado mostrar, como es que se logra reproducir el modelo de masculinidad tradicional, en las interacciones dentro del instituto de formación profesional. Si bien los objetivos de este estudio son opuesto a los que ya he mostrado, es necesario dar este paso para identificar a quiénes se alejan del modelo tradicional de masculinidad o como he definido en más de una ocasión del modelo de masculinidad

hegemónica. A partir de este punto es donde se comienza a dar respuesta a la hipótesis de la investigación, mostrando cómo es que interactúan, cómo se identifican y cómo se promueve el modelo de masculinidad igualitaria. Para esto lo primero será agrupar los actos comunicativos según el tipo de interacción. El primero de estos grupos es el que reconoce a las nuevas masculinidades como positivas.

Para identificar y reconocer a las nuevas masculinidades atractivas, el primer paso que he de dar, es identificarlas y reconocerlas en aspectos que pueden no estar directamente relacionados con el amor. El reconocimiento de las nuevas masculinidades en el ámbito escolar se da entre chicos y chicas. Aunque es mucho más notorio y manifiesto entre las chicas del instituto. Por su parte los varones también manifiestan que tener una actitud positiva con los demás, les trae como consecuencia relaciones muy positivas con los demás miembros del círculo en el que interactúan. A continuación en la primera cita se puede ver claramente qué tipo de actitudes son las que promueven las nuevas masculinidades. Luis es un chico que se le ve muy seguro de sí mismo, al mismo tiempo que se le reconoce como un chico que ejerce una masculinidad igualitaria con sus compañeros.

E: ¿Tú te acuerdas como hablaban de ti? ¿Qué decían? ¿Qué comentarios hacían sobre ti?

“Pues eso, que eres la polla, que te ríes mucho, no sé qué. Pero no me lo he ganado a base de reírme de nadie, ni de insultar a nadie. Ya te digo ha sido por lo que les he comentado antes, mis vivencias me dicen que es eso, ser una persona lanzada una persona abierta, hacer reír a la

gente de manera sana claro, pero sin reírse de nadie, sin ridiculizar a nadie". (Luis 22 años, grupo chicos p. 55)

La importancia que tiene la cita es que es precisamente que posee lo que se busca en esta investigación, una persona que sea segura y democrática para establecer relaciones sociales. Reconocer que las buenas relaciones con los demás miembros de círculo en que se interactúa tienen como consecuencia unas relaciones sociales sanas y permite avanzar en el fomento de las nuevas masculinidades. Este primer paso muestra que ser un hombre que posee determinados valores no es un hecho aislado y que demostraré a medida que avance en el análisis. A partir de este punto es donde la identificación de las nuevas masculinidades es hecha por grupos de categorías según la interacción. La primera de ellas es el reconocimiento de las nuevas masculinidades a través de la amistad.

IV.III. Reconocimiento de las nuevas masculinidades a través de la amistad

Durante el apartado sobre reproducción de modelo de masculinidad hegemónica en el capítulo III se vio que los hombres que las chicas eligen como sus mejores amigos son chicos de las nuevas masculinidades. Estos son descritos como muy buenas personas, amables, no violentos, en algunos casos como atractivos, es decir hombres completamente apartados de la masculinidad hegemónica o tradicional. Muy probablemente todas las chicas y los chicos del instituto manifiestan tener un mejor amigo. Sin embargo, para poder identificar a quien realmente pertenece a las nuevas masculinidades de estos mejores amigos, he intentado hacer una diferencia cuando se trata de chicos y sus amigos hacerlos a aquellos chicos que son igualitarios y

democráticos como es el caso de Luis y aquellos que no los son. Es decir, cuando he logrado identificar a un chico de las nuevas masculinidades, asociar a sus mejores amigos con los mismos valores que los chicos, como el ya mencionado casi de Luis. No así con las chicas pues ellas son mucho más claras en diferenciar cuándo un hombre es un “chulo” o es un chico “majo”. Así los primeros requisitos que debe tener un chico para mantener una relación de amistad más profunda con una chica, son la confianza y el trato. Es decir aquel individuo para ser considerado mejor amigo debe ser confiable sobre todo y además poseer un trato amable.

A ver yo casi siempre los amigos que me escojo, son los que tratan bien a la gente. Pero porque yo trato bien a la gente y a mí me gusta que me traten bien y no me gustan los chulos que van criticando a todo el mundo. Me gustan amigos que son amigos de verdad. Con ellos yo me junto, entonces pues me tratan bien. Pocos amigos tengo por eso. (Cris 17 años, relato p. 111)

Al igual que las chicas, entre los hombres la principal forma de promover las nuevas masculinidades en los chicos de formación profesional es a través de la amistad. Entre los hombres quienes suelen destacar como los mejores amigos, son hombres que son considerados como buenas personas y también está el valor de la confianza. En la cita que se verá a continuación, Luis destaca sobre todo que su amigo es una persona tranquila, sana y en la que se puede confiar. En el contexto que se produce este comentario es que durante el grupo de discusión, Santi uno de los chicos que también participaba en el grupo, sostenía que a quien le va mejor en las relaciones románticas con compañeras

eran los chicos que promueven masculinidades tradicionales. Así Luis, sostiene una posición totalmente opuesta y para esto destaca la figura de su mejor amigo, que además de tener las cualidades antes mencionadas, tiene suerte a la hora de establecer relaciones románticas con chicas

Es que no, lo sé ya te digo, yo conozco gente, pero los de mi clase. No sé el Manel sin ir más lejos, es mi mejor colega en clase. Es un tío que no sé, un tío sano, hace deporte, no le va mal con las tías según me cuenta. Ha tenido varias, no dura mucho, pero va haciendo y si es un tío que puedes confiar en él, te ríes mucho y tal. Luego tiene una vertiente que tampoco me gusta demasiado, una educación un poquito conservadora y tal, pero bueno ese tampoco es tema de tocarlo.

E: ¿Se habla bien de este tío en clases?

¡Sí!

E: ¿No tiene mala fama? ¿No es un pringadillo?

No, no que va. (Luis 22 años, grupo de hombres p. 193)

Sin lugar a dudas, la mejor forma de hacer un reconocimiento entre lo pares a la masculinidades igualitarias, es a través de la amistad. Si bien tanto chicas como chicos reconocen tener mejores amigos, estos mejores amigos son descritos solo con cualidades positivas. Entre los chicos, aunque sus amigos en algunos casos no compartan aficiones, tal como manifiesta Luis, salir de fiesta por ejemplo gracias el tipo de educación recibida por su mejor amigo. Él considera que esto no es un impedimento para mantener una estrecha relación de amistad. Por parte de las chicas, sin embargo existe una diferencia en

comparación con los hombres y sus amigos. Ellas saben y sienten que sus mejores amigos están enamorados de ellas. Por lo que el reconocimiento de las nuevas masculinidades basadas en la igualdad a través de la amistad, es en algunos casos el primer paso para una relación mucho más profunda.

IV.IV. De la amistad al amor

En el capítulo de reproducción establecí que una de las mayores justificación del porque las chicas buscan a los jóvenes con una masculinidad tradicional era principalmente por una sensación de un peligro latente. Así existe una vinculación entre la violencia y una falsa sensación de seguridad. Para comenzar a establecer la relación existente entre la amistad y el amor, es necesario para las chicas que su amigo tenga determinadas características que veremos más adelante como la seguridad. Así para comenzar a relacionar el atractivo con los jóvenes igualitarios y la amistad pregunto a las chicas si conocen chicos que sean buenos y que se sepan defender de ese supuesto peligro. Así también encontramos que las chicas, conocen y reconocen chicos igualitarios que en teoría se saben defender y tienen simpatía. El reconocimiento de las masculinidades igualitarias está basada sobre todo en lo buenas personas que son estos chicos. Gracias a esto las chicas vinculan belleza interior (buenas personas) con belleza exterior (belleza física). Como se puede ver en la siguiente cita, el amigo de Paola es una persona buena y con ello Paola lo asocia a una belleza exterior antes no vista.

E: ¿Conoces un chico que sea bueno majo, sea guapo, que no sea chulo y que si se sepa defender?

Si un chico, es amigo mío.

E: ¿Cómo es?

Buen niño, se llama Xavi

E. ¿Habláis vosotras de él?

Si decimos que es gracioso, que te hace reír, es un niño que te hace reír. Y por su gracia vez la guapura. (Paola 19 años, relato p. 68)

Con anterioridad he mostrado que entre los hombres igualitarios existe una la condición de “eterno mejor amigo”. Ahora como se puede ver existe una relación entre la amistad y la belleza previamente no detectada. El hecho de ser amigo como he demostrado y la doble moral hace que el modelo de masculinidad tradicional se logre reproducir. Sin embargo, la condición de amigo permite además tener un contacto cercano. Este contacto, permite a los chicos igualitarios lograr establecer relaciones románticas con sus amigas o compañeras. Del mismo modo, las chicas quienes en un comienzo solo veían a un amigo, con el pasar del tiempo y el hecho de intensificar la relación de amistad comienzan por sentirse atraídas poco a poco por quienes en principio solo eran sus amigos. A continuación se presentan dos citas, en la primera Cris cuenta que su actual novio era su mejor amigo y que desde ahí comienza a profundizar la relación por el hecho que hay una preocupación y una constancia en el contacto entre los dos. La segunda cita que se presenta, esta otra chica, ve a su amigo atractivo y que le atrae pero que no ha profundizado en su relación romántica porque según cuenta hay otras chicas que se preocupan más aún por él.

E. ¿tu novio te lo ligaste o él te ligo?

Él a mí. Primero éramos amigos y comenzó a llamarme a casa. Bueno hubo una época en que yo estaba rayada o algo así, con mis problemas y él pues me llamaba cada noche. Y hablando conmigo, sacándome las cosas y entonces comenzó a gustarme. Entonces comenzó a gustarme. Después venía a verme por las noches a mi casa. Bueno a mi portería, porque trabaja hasta las 10, viene a verme un rato pues entonces se va. Trabaja en el aeropuerto. (Cris 17 años, relato p. 50)

E. ¿Y ese amigo puede ser interesante para ser más que amigos o qué?

Sí, bueno a mí me llama mucho la atención, o sea, como amigo sí, porque es muy buen chico pero, si hay chicas que se han fijado más en él. Que le prestan más atención.

E. O sea, que le prestan más atención, no estoy diciendo que tengan que salir con él pero que le prestan más atención lo encuentran más atractivo a lo mejor. ¿Y en qué cosas se fijan?

En la manera de ser sobre todo, como actúa como se porta con nosotras. Porque claro al ser un solo chico en la clase, porque a lo mejor como que nos trata diferente. Pero no como o que nos trata bien, está guay. (Laura 18 años, relato, p.34)

La hipótesis de esta investigación sostiene que existen actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades con un atractivo sexual. Este apartado del capítulo está orientado a ver qué actos comunicativos promueven las nuevas masculinidades. Sin embargo en cada acto comunicativo que

promueve una nueva masculinidad comienza a verse poco a poco la asociación entre ser bueno y poder mantener una relación romántica con este tipo hombre por parte de las chicas. En la primera parte de este capítulo se ha visto claramente asociaciones como la del mejor amigo que impide, según las chicas, relacionarse con ellos de forma romántica. También se ha visto que existe una asociación entre violencia y atractivo, principalmente por el hecho de creer que existe un peligro latente. A partir de este punto es donde se comienza a ver la existencia de los actos comunicativos y la vinculación con un atractivo sexual. En la siguiente cita, Montse reconoce que en algún momento se puede ver como atractivo al chico que es “malote”. Sin embargo, a medida que hace su propia reflexión respecto al atractivo de los chicos, manifiesta que la atracción se termina sintiendo por quien trata mejor y por quien mejor se comporta con ella.

Que no a todas, pero a veces es verdad, mmmm a ver o sea, reconozco que un chico bueno te puede atraer más que un chico malote, el típico malote, no, no, no me gusta. Prefiero un chico más bueno que a lo mejor, no sé, me hable de otra forma, sino que me saque una conversación que me sorprenda. Que pueda hablar con él porque hay gente con la que no puedes hablar. Que no se a lo mejor tienes una conversación de cualquier cosa te puedes reír, puedes contar cosas más íntimas ¿no? Ese ya es tema personal. (Montse 19 años, relato p. 52)

El paso de ser amigos a tener una relación romántica es una situación que no todos los chicos igualitarios logran dar. Sin embargo, es una cuestión que suele suceder. A continuación, en la cita extraída durante un grupo de discusión de

chicas, se logra evidenciar que para ellas, la importancia que llega a tener un chico que en un comienzo era considerado solo como un amigo. También hay que agregar el hecho que el contacto sentimental y comunicativo que han mantenido durante su relación como amigos ha permitido profundizar la relación. Esto quiere decir que el hecho que hayan sido amigos permite establecer mucho una relación más profunda e intensa que si se conocieran por solo unos días.

Miriam: Claro que eso si puede ser porque también el contacto de cómo te trata él y de cómo te trata otra persona y entonces sabes que se nota eso. O sea, el cariño se coge a una persona quieras o no... y más si te ayuda en problemas que tengas grandes sabes. Si esta todo el día apoyándote y a lo mejor un amigo tuyo de verdad no va estar y él te está demostrando cosa que no te haya mostrado el otro amigo sabes. Entonces pues sí, se coge cariño y a lo mejor puedes tener al final algo. Porque si no se conocieran del paso no sería tan grande de un día para otro.

E: Este cariño que dices, porque me interesa algo más que el cariño. Me interesa que haya alguna cosa más. Que haya atracción, no que haya te quiero mucho como amigo. Sino que haya de verdad pasión. Qué cosas creéis que hacen que haya ese cambio de que los ves como amigo a ostras de tengo unas ganas locas de...

Miriam: No sé en el día a día no sé si lo ves o no lo ves, también si hablas mucho con él. No hablas nada y a lo mejor hablas un día y se lo cuentas todos sabes no sé.

E. O sea la confianza por un lado

Lorena: Y echarlo de menos, a veces no sé el llevar mucho tiempo sin saber de esa persona y sentir la necesidad de tener que hablar con él o saber algo de él. (Grupo de discusión, p. 64 en adelante)

Ejemplos del paso que da un chico igualitario al mantener relaciones de amistad, a mantener una relación romántica con una amiga son varios. Así está el caso que cuenta Montse, de una amiga que en un comienzo solo veía a su amigo, como amigo. Durante el trabajo de campo, se constató que un argumento para reproducir la masculinidad hegemónica es la argumentación a partir la belleza física. Este argumento consiste en que las chicas consideran que los chicos que son “guapos” son chulos. De ahí se desprende que ellas se fijan en los chicos que son chulos. En la siguiente cita, Montse, cuenta que su amiga en un comienzo no lograba encontrar el atractivo físico en su amigo. Sin embargo, el mismo hecho de mantener una cercanía emocional, que logra traspasar barreras sociales como el atractivo físico. Así la chica que en un comienzo no encontraba esa belleza física en su amigo, establece una relación romántica con su amigo gracias a que el contacto continuo con el chico logra visibilizar aspectos que en otras circunstancias no hubiese sido posible.

Por ejemplo una amiga, era amigo suyo y al principio no se fijó nada en por qué no era un chico atractivo y tal pero vio eso, que la trataba muy bien. Y empezó a decir no sé qué, es que me trata tan bien, pero no es atractivo. No me gusta físicamente, pero bueno todas tenemos nuestro ideal de hombre que luego rompemos. Pero eso pasa y bueno. Ella

acabó fijándose en él. De ahí fue a más, él le pidió salir y ahora llevan mucho tiempo juntos y están muy felices. (Montse 19 años, relato p. 121)

Las evidencias sobre la existencia e importancia que le dan las chicas a los hombres que ejercen una masculinidad igualitaria atractivas son importantes. Éstas como he intentado mostrar comienzan con la amistad para luego dar un paso de profundidad y cercanía. Así las chicas terminan valorando y comprendiendo que quienes las tratan mejor son quienes ellas terminan por querer. Cabe destacar, que aquellas chicas que han mantenido o establecido relaciones románticas con sus mejores amigos sugieren que estas relaciones son mucho más intensas y satisfactorias. Esto se desprende de los argumentos que vinculan un contacto sentimental fluido y la complicidad provoca que, la relación sea con un mayor nivel de intensidad. Es decir, que la información obtenida nos ofrece evidencias que la afirmación que las relaciones con los chicos malos es más intensa es falsa.

Sí, sí que me ha pasado. Con el chico que estoy ahora, o sea lo conozco desde que teníamos un año y medio. Y siempre lo había visto como mi mejor amigo. Y bueno, este verano cambiaron las cosas, no sé por qué. No hay una razón aparente, pero no sé.

E: Vale, hasta ahora, no lo veías como para tener una relación con él. ¿Qué cosas veías que te gustaban de él pero que no sentías atractivas?

No sé... siempre me ha gustado mucho su carácter, su forma de ser... siempre. Pero físicamente nunca me ha atraído mucho... físicamente.

Pero no sé... Yo siempre lo he dicho, prefiero un buen carácter a un buen físico.

E: ¿Y ahora qué es lo que te gusta de él? ¿O qué es lo que...?

Todo (Risas)

E: Ahora sí que te gusta. Y tiene el mismo físico que antes.

Sí.

E: ¿Y por qué crees que es esto?

De mentalidad o... no sé. (Mireia 19 años, grupo mixto p. 53)

La socialización del atractivo es un aspecto que se puede evidenciar en esta investigación. Así por ejemplo, chicas que según sus apreciaciones no se sienten atraídas por sus amigos, son animadas por sus pares a ver la belleza donde ellas en principio no la veían. Este elemento de socialización es muy relevante y forma parte de los actos comunicativos que promueven a las nuevas masculinidades atractivas. La cita que a continuación presento tiene estas características. Una chica que en principio no tenía interés en mantener relaciones románticas con un amigo, fue animada para ello, gracias a la comunicación con una de sus pares. Este paso de comunicación entre pares, es fundamental para la visibilización de las nuevas masculinidades atractivas. Aunque como se podrá comprobar más adelante existe una predisposición entre las chicas, a que las relaciones estables deben ser con los chicos buenos por una cuestión de socialización como demostraré dentro del ámbito familiar. Ya se ha visto, que al principio las chicas prefieren a los que más se hacen

notar, y quienes más se hacen notar son aquellos jóvenes que de una u otra forma están reproduciendo el modelo de masculinidad hegemónica.

Pues por ejemplo hay un chico que es muy bueno que quiere conocer a una amiga mía, pero tampoco le atraía mucho. No por nada, no es su tipo de hombre, es muy guapo, es guapo sí, es majo. Se porta muy bien con ella y le va a pedir salir con ella de una manera muy romántica y tal. Y ella ha dicho que si lo quiere intentar y dice ¿Por qué no? Y yo la he animado, y digo no es para nada mi tipo de hombre pero... con esta chica somos muy diferentes así de gustos en general. Pero bueno nos llevamos bastante bien, y le digo pues inténtalo, claro que sí. Pues si sale bien y es perfecto.

E: ¿Y qué crees que le está gustando a esta chica de este chico? O que es lo que tú le animas diciendo pues mira es así, para que le parezca atractivo.

Las cosas que le dice, de cómo la trata, porque conoce a su familia y tal. También la trata muy bien a su madre y a su padre. Y el conjunto de todo eso. Que el otro día le regaló flores y bueno. (Montse 19 años, relato p.124)

E: O sea, quieres decir que querrás más a esta persona que te cuida, te trata bien...

María: Yo creo que sí.

Miriam: Hombre es que si luego no te trata bien, pasa de ti y todo, para que lo quieras sabes. Lo que te interesa es si tú estás bien sabes, estás con esa persona a gusto que los dos estén a gusto y pasar el tiempo que se te pase rápido, ¿no? No que estés amargada todos los días. También sentirte a gusto con la persona, estar con ella y decir jolín yo con él me siento muy a gusto, quiero volverlo a ver, quiero volver a estar con él.(Grupo de discusión de chicas, p 76 en adelante)

IV.V. Solidaridad como parte de la amistad

Un elemento importante como parte de la masculinidad igualitaria es la solidaridad, si bien podría estar dentro del elemento de la amistad. He hecho un apartado porque la solidaridad de estos chicos no solo es con quienes son sus amigos directos, sino que la practican con quienes le rodean. De esta forma la solidaridad se convierte en un valor muy apreciado por quienes comparten con chicos que promueven las nuevas masculinidades.

En la manera de ser, en la manera de tratarnos a nosotras, de cómo hacen las cosas y esas cosas, como se comporta en clases.

E: ¿porque por ejemplo eso de cómo se comporta en clases, que característica son. Que hace él y que hacen otros que no son así.

Por ejemplo estamos haciendo algún trabajo y nos ayuda mucho, está muy atento con nosotras. Participa más en clases que antes. Es mejor con nosotras, pues como nosotras participamos mucho y ahora él también participa. (Montse 19 años, relato p. 95)

IV.VI. Seguridad

Una cualidad muy importante al momento de poder identificar las nuevas masculinidades con atractivo, es la seguridad. La principal forma de hacerse ver es gracias a esta cualidad. La cualidad de la seguridad permite y favorece muchos otros aspectos, la primera como ya he mencionado es hacerse ver, en segundo lugar y gracias a lo anterior es generadora de atractivo. Este segundo punto es fundamental para los objetivos de la investigación. Los chicos de las nuevas masculinidades que presentan la cualidad de ser unos chicos seguros les favorecen mucho al momento de establecer relaciones románticas. A continuación se presentan una serie de citas en las que tanto chicas como chicos valoran la cualidad de la seguridad como un elemento positivo dentro de las nuevas masculinidades.

“Exacto, exacto es que yo no creo que vaya en torno al físico. Ya te digo, principalmente si no entras por el físico. Si no entras por la vista, si puedes ligar sabes, conversando por internet. Puedes llegarle a gustar pero es más difícil. Pero yo creo que tiene que ver el hecho de la personalidad también.... Puede que sea un tío que además de estar fuerte, las hacía reír y de guay, pues si puede ser por eso el éxito, yo no creo que fuera solo por los músculos..... Pero yo creo que también tendría que tener más que músculos”. (Luis 22, grupo p. 85)

El mismo Luis, al comienzo del grupo de discusión y en respuesta a una afirmación que hacía otro compañero, afirma que para tener relaciones románticas con las chicas ser atractivo te puede ayudar, lo que finalmente cuenta es tener una actitud de seguridad. Esto está completamente relacionado

con la propuesta de esta investigación sobre la socialización en el amor. Además se ha visto poco más arriba que el atractivo puede ser generado por las interacciones entre pares. Aunque en la cita que presento esta en evidencia que la seguridad es fundamental para establecer relaciones románticas, no se deja de lado un aspecto tan socializado como la belleza externa que tiene que ver con argumentos que no ocupan a esta investigación.

Yo no, yo no creo que tenga nada que ver con el hecho de que este mazado, de que sea rubio, de que tenga los ojos azules. A ver, obviamente que entra dentro del juego que sea agraciado no. El rollo de que el fondo y la belleza interior y todo eso.

Risas generalizadas... continúa

No sé si me explico, entonces no sé, creo que tiene que ver un poco con la actitud, y sí tiene que ver el hecho de ser un poco seguro, o si lo ven un poco más lanzado un poco más... atrevido quizás, pero no creo que tenga que ver con un estereotipo de músculos, pues no lo sé. Pues yo no lo creo, no lo creo, yo no lo veo así. Esa es mi opinión, si una persona abierta una persona lanzada, atrevida... yo por mi experiencia, creo que es así, yo por lo menos es lo que me pasa. (Luis 22 años, grupo p. 6)

Por su parte, las chicas también valoran la seguridad que puede mostrar algún chico. En la cita que a continuación se presenta Caro afirma que su amigo tiene éxito con las chicas gracias a la seguridad mostrada. Según se desprende de la cita, Carlos mantiene una relación abierta, amable y segura con las compañeras, lo que de alguna forma le ha dado resultados positivos para

mantener relaciones románticas con más de una compañera. Aunque pueda parecer que Carlos es un chico que desprecia a las chicas, esto no es así. Carlos ha sido uno de los protagonistas de la contextualización realizada al principio del capítulo anterior. Además según quien habla de él, es una persona amable, segura y que nunca intenta imponerse a nadie. Así el protagonista de la cita que se presenta tiene características propias de un chico que promueve las nuevas masculinidades. Esto sobre todo al elemento de la seguridad que muestra al interactuar con compañeras.

E: *¿El Carlos, por qué, qué tiene Carlos que lo hace ligar?*

Pues no sé, con las chicas es muy atractivo, le gusta hacer muchas bromas, le gusta pues tirar la caña. Y pues las niñas pues también les gustan estar muy coquetas y eso.

E. *Y el Carlos ¿cómo trata las chicas?*

Pues bien, es súper amable. Si te tiene que decir algo te lo dice. No es callado, lo que es un poco tímido.

E: *¿Es chulo él?*

No, para nada

E. *¿Qué te gusta Carlos?*

A mi nada, pero porque soy su mejor amiga. Pero yo que sé, con otras chicas desde que llego en el curso y todo pues ha estado ya con una, y ya ha cortado con otra. Y a todas las chicas les gusta. (Caro 19 años, relato p. 6)

Además del reconocimiento por parte de los chicos de que la seguridad es un elemento importante que permite relacionarse de manera más fluida y podría de alguna forma permitir relacionarse románticamente con chicas. También reconocen ellos mismos y no solo a manera de ejemplo de otros sino como parte de lo que hacen ellos para relacionarse con mujeres. En la siguiente cita, Andrés ejemplifica que su forma de ser (seguro), le permite relacionarse y establecer relaciones románticas. Aunque en este sentido, la seguridad puede estar relacionada con la amistad y la profundidad del contacto de modo que la seguridad mostrada juega un papel importante.

E. Pero en ese sentido no eres callado sino que eres...

Mira una cosa que siempre me dicen mis amigos, es que triunfo con las chicas porque tengo labia, porque se hablarles, tratarlas, cuidarlas. Pues esa es mi manera de ligar. (Andrés 18 años, relato p. 7)

La primera parte del guion recordaba o intentaba poner de manifiesto alguna situación donde un chico que en circunstancias normales pasa desapercibido. En un momento este chico hacía algo, como defender a un compañero, lo que hacía ponerlo en la vista de sus compañeras. Así en la cita que a continuación presento, el muchacho en cuestión se siente totalmente identificado con esta situación. Comenta que este tipo de actitud aunque no trajo como consecuencias un mayor número de relaciones románticas, sí que reconoce que le ayudo a mejorar sus relaciones con sus compañeros y compañeras de instituto lo que sin duda significó un cambio positivo en su cotidianidad.

E: ¿Te recuerda algo?

Si una vez yo hice eso en tercero de la ESO. También es verdad, o sea, no que te vienen así pero te se ríen y tal y te ven más simpático. Te ven que eres buen chico. Si pero no lo hice por eso, eso a un chico no le sale. Yo no fui pensando que si hago esto voy a ligar. A mí me salió natural, le dije oye profe ¿Qué? A mí me paso porque él es extranjero y todavía no sabía hablar italiano más o menos.

E: ¿Que decían las chicas de ti por haber hecho eso?

Me decían que estaba bien, y me dijeron que después comenzamos a hablar con el chico. Con el nuevo, porque él era el nuevo, hablamos un poco con él y quedamos con él fuera de clase y quedamos después con las chicas sí.

E: ¿Tú tratas bien a las chicas o no?

Si yo creo que sí.

E: ¿Como las tratas?

Soy dulce, simpático, las hago reír y si es mi novia pues aún más, las trato mejor. (Carlos 17 años, relato p. 61)

A partir de la situación en que logra ser visto por los demás compañeros y compañeras del instituto, Carlos se reconoce como un chico que mantiene buenas relaciones con los demás. El hecho que del chico logre ser visto, es decir, deje de pasar desapercibido, es gracias a actitudes que se le pueden otorgar a la seguridad. Esto se desprende de la cita anterior, lo que facilito que mantenga y mejore sus relaciones sociales no solo con las compañeras, sino que con todos, dentro del ámbito educativo. Es importante añadir que es una

cita muy importante. Esta intervención en defensa de un compañero sucede en Italia, donde los dos son inmigrantes. Carlos es inmigrante ecuatoriano y el compañero que defendió es de origen árabe. Esto podría haber traído como consecuencia, cuestiones negativas, como discriminación. Pero muy por el contrario, la seguridad mostrada logró mejorar las relaciones sociales de ambos jóvenes dentro del instituto.

E: ¿Tus compañeros qué dicen de ti?

Nada que soy gracioso y tal y que es bueno tener gracia. Con los tiempos que hay ahora lo mejor es tener gracia. (Carlos 17 años, p. 78)

Un ejemplo de la importancia de la seguridad para establecer relaciones románticas con compañeros, se puede ver en la cita que a continuación se puede leer. En ella, Cris, defiende claramente que un chico, que no habla y no se muestre seguro, tiene mayores dificultades para tener romances. La necesidad de mostrarse seguro, puede tener solo consecuencias positivas. Pues es la única forma de ser visto por las compañeras. Pues Cris advierte que el hecho de no verlos, es producto de su falta de seguridad porque no hablan. El tener mayor seguridad, podría hacerlos hablar más, hablar más haría que se vieran más y por último el verse más, atraerían más a sus compañeras.

Hombre, si son guapos, majos y hablan sí que ligan pero ahora si no hablan, pierden todo el encanto

E: Es por lo que te digo, que los chicos majos no ligan tanto.

No, si son majos, si son guapos y hablan sí que ligan. Pero ahora si no hablan, pierden todo el encanto. No nos atraen, porque no son tan

suelos. Son más calladitos, entonces no llama mucho la atención. Si un chico viene y es lanzado, pues te gusta más. Pero tampoco muy lanzado. (Cris 17 años, grupo p. 33)

IV.VII. La ambigüedad de la belleza

Este apartado posee este título porque como ya se ha visto la belleza es una cuestión que se socializa. Esto lo he mostrado en el apartado de la amistad donde chicas que en principio no eran vistas atractivos, a partir de los actos comunicativos. En este apartado en particular hare el mismo ejercicio de mostrar que las actitudes cambian dependiendo de las opiniones de los pares. Pero además se verá casos de chicos que son considerados guapos a primera vista, también ejercen una masculinidad igualitaria. Esto para evitar comparaciones, como las que hacen algunas chicas y algunos chicos, planteando que los que son los buenos, son los feos. Por tanto, este apartado estará orientado, primero a desmentir el hecho que solo los chicos que no son vistos bellos a primera vista son igualitarios, sino que cualquier chico, puede ejercer una masculinidad democrática. Y segundo, también contribuirá a continuar demostrando que la belleza se socializa y que es gracias a los actos comunicativos, se puede cambiar la apreciación que se tiene de los chicos considerados los majos.

E. ¿Entonces conoces alguno?

Si el novio de mi amiga, es muy guapo, tiene cara de porcelana, los ojos azules y además es súper buena persona. Y cuando nos juntamos mis amigas con él, es como si fuera otra chica más. Porque podemos hablar

cualquier cosa con él, como si hablamos de todo, pues él nos entiende también. Es muy buena persona y además muy guapo, simpático.

E. ¿Y qué comentarios hacéis vosotras de él?

Pues empezamos a decir hay es que el Miqui es muy bueno, no sé qué y quiere mucho a la Saray, no sé qué. Cosas así. (Sara 19 años, relato p. 65)

Que la belleza se socializa, se ha visto varias veces, en la siguiente cita, se puede ver que una chica que a primera vista es atractiva, es cuestionada por mantener una relación con un chico que por los demás no es visto como atractivo. Este apartado lleva por título, sobre la ambigüedad de la belleza, porque la belleza en ningún caso es algo que esté definido claramente ni por aquellos que se dicen los dueños de la belleza. Así esta chica que es cuestionada, a pesar de los cuestionamientos sociales, ella decide seguir con su relación.

No sé, yo tengo un amigo que, a ver, no es agraciado por así decirlo y tiene muy buen corazón y no sé. Y nada pues está con una chica que está muy buena y tal y la gente le dice: ¿Cómo puedes estar con él? y tal. Y bueno...

E: ¿Cuánto lleva él con su chica?

Un año y medio o así. O sea, es de relación ya estable y así.

E: ¿Y le cuestionan a la chica de porqué está con él y así continuamente?

Bueno, antes más. Le preguntaban: ¿Cómo puedes estar con este chico, que es muy feo, que no sé qué...

E: ¿Y ella qué decía?

Pues ella decía que nada, pues que si me gusta a mí no tienen porque...
(Lorena 20 años, grupo comunicativo p. 76)

La belleza se puede ver en todo tipo de actos, por ejemplo al compartir alguna actividad, lo que permite unas interacciones continuas y hasta cierto punto mucho más profundas. En la siguiente cita, que podría estar en otros apartados como el de la amistad al amor, ha sido seleccionado para este puntualmente porque se manifiesta que al principio el chico no se veía como atractivo, pero finalmente ha sido visto como una persona atractiva gracias al contacto que mantiene con la chica. Es decir un chico que en principio no era visto atractivo, la cotidianidad ha cambiado la percepción de éste.

E: ¿Qué apetece? ¿No?, qué más cosas, que más cosas esta chica a lo mejor. De este chico no me lo imaginaba y a lo mejor es así ¿no?, no lo veía como atractivo y esto me encanta, que diga o que haga o ¿qué?

Eso sobre todo que ella no lo veía como atractivo pero me decía, pero es que me está encandilando. Porque me dice cosas muy bonitas, me trata muy bien, pues que me está encantando. Si pues eso sí que es verdad.

Y antes no lo veía atractivo ¿Por qué? ¿Cómo es este chico?

Pues es delgado, bueno es normal, tiene el pelo largo, que no es algo que atraiga y tal. No es así, no sé, es un chico que ¿sabes? Pero muy

bueno y como. Y tiene en común es que los dos bailan flamenco. Y pues tuvieron eso en común y han bailado juntos y tal. Después pues mira, a partir de ahí ya.

E: ¿Y es un chico que tiene éxito con las chicas o no? O ¿no lo sabéis?

No lo conozco, realmente no. Yo sé que había una chica que le iba detrás, pero bueno él no quiso nada con ella.

¿Y por qué no quiso nada con ella?

Porque le gustó mi amiga (Risas). (Miriam 18 años, relato p. 131)

E: Y hablando de estos chicos que son majos y que no se hacen notar. ¿Ustedes hacen comentarios de estos chicos que son guapos pero que no se hacen notar?

No sé, a veces cuando los vemos pasar decimos así entre nosotras mira y ese ¿quién es? Si siempre así como ¿quién es ese? ¿Quién es ese? Jejenes. Si siempre decimos así como hay que guapo no sé qué. Y la otra si es verdad y otra ¿pero qué dices? No sé para gustos colores.

E. ¿De los chulos?

De los chulos ya no tanto, eso era antes cuando íbamos a la ESO.

E. ¿Ahora ya no gustan tanto?

A mí no, pero una amiga mía siempre me dice, es que no sé mientras más cabrón más me atrae. Yo le digo pero tía tú eres tonta. Es que yo no lo entiendo. (Sara 20 años, p. 49)

IV.VIII. Buenos

Existe un consenso entre las chicas que para una relación formal, las chicas prefieren a los chicos que son buenos o al menos es lo que manifiestan. Esto se puede ver a continuación, donde las chicas afirman que a la larga se prefieren a quienes las tratan bien. Esto sin embargo, necesitaría una mayor profundización pues los casos de violencia de género contra las mujeres ya que la mayoría de los casos de violencia contra las mujeres son cometidos por sus parejas o ex parejas, según los datos de la Macro Encuesta de Violencia de Género 2011 (INE, 2012). Incluso los casos de violencia de género con víctimas mortales en su mayoría son cometidos por parejas o exparejas de las víctimas. Independiente de lo visto anteriormente, la verdad es que entre algunas chicas existe la tendencia a preferir a la larga a quienes las tratan bien.

E: ¿Y para novio?

De novio, pues que te entienda, que sea comprensivo, que sea sincero porque la mayoría de chicos y no sé porque todo lo que piensan o sienten se lo guardan para ellos. No son como las chicas porque si a mí me pasa algo, yo voy y se lo cuento. Ellos no ellos van y se lo callan y tampoco va así porque es peor. (Cris 17 años, relato p. 78)

El hecho que las chicas a la larga prefieran a los chicos que las tratan mejor que otros, no implica necesariamente que el segundo tipo de chicos no sean considerados atractivos. Así por ejemplo reconocen que casi siempre el atractivo se les encuentra a los chicos que a primera vista son guapos y estos son los que no necesariamente las tratan bien, es decir son los que ellas consideran los chulos. Pero que aquellos que las tratan bien, que como se vio son amigos o mejores amigos, termina por enamorarlas. La situación por la que estos chicos pasan (lo que a primera vista no se ven como atractivos) es en definitiva producto de lo que la socialización produce en la percepción del atractivo de las chicas hacia un determinado modelo de masculinidad (Duque, 2006). Esto debido a la influencia de los medios de comunicación en los jóvenes, socialización en la familia (Gómez, 2004). Esto se cambia gracias a los actos comunicativos, es decir a las interacciones entre las chicas que acaban por dotar de atractivo a los chicos que al principio no son considerados atractivos o no son vistos como guapos. En la cita que a continuación se presenta, María cuenta y afirma que en definitiva quienes mejor las tratan son aquellos que a la larga las terminan enamorando, aunque reconoce que al principio no les parecen tan atractivos.

Bueno como tópico, te lo he dicho antes me gustan los majos, pero que aunque muchas veces hay excepciones. De verdad como que nos acaban enamorando realmente, los que realmente nos importan, o sea los que realmente nos valoran. Aunque a primera vista no los veamos atractivos. Porque aunque a primera vista no nos entren por la vista, luego los vamos conociendo pueden ser nuestros amigos, después

vemos que nos tratan bien, que sean buenas personas y que acabemos con ellos o algo. (María 20 años, grupo p. 26)

La influencia de los actos comunicativos en el cambio de percepción que tienen los chicos queda demostrada en la cita que a continuación se presenta. En ella se puede ver que las interacciones, y el hecho de dotar a atractivo a los chicos a través de las palabras utilizadas, influye en un cambio de percepción de los chicos. La cita que se presenta tiene la característica de verificar y demostrar que existen actos comunicativos que dotan de atractivo a las nuevas masculinidades. En otras palabras, esta cita nos ayuda a corroborar la hipótesis ya que muestra la existencia de actos comunicativos que dotan de atractivo a las nuevas masculinidades.

Pues a lo mejor. Depende, a lo mejor no sé. A ver al cabo de los años te acabas dando cuenta que los que más valen la pena, son los que a primera vista no dice "hay que chico más guapo" pero, poco a poco y tal entre las amigas lo vas hablando y alguna te va convenciendo entre comillas de las cosas ¿no? Porque eso pasa, que a lo mejor no estás muy convencida con un chico sabes, que hay buen filing y tal, y alguien te convence...."inténtalo, porque no lo conoces". Y pasa eso, y el chico tímido que decíamos que en principio no me es atractivo, notas que quiere conocerte y alguien te anima. Alguien te anima y te decides. Que hacemos, pues claro a lo mejor te dicen cualidades que ellas ven. A lo mejor dicen pues no lo has visto, pues claro mira que ojos. Te dicen ¿no has visto cómo te trata? Cosas así, pequeñas, que a lo mejor nunca te has fijado. (Montse 19 años, relato p. 68)

Entre algunos chicos también existe un convencimiento de que ser bueno, es la clave para establecer relaciones románticas. Son totalmente conscientes, en especial Xavi, de que quienes al principio se hacen notar más tienen mayores posibilidades de ligar. Pero sostiene que son las mismas chicas que a la larga se acaban dando cuenta que quienes más se hacen notar no son tan buenos como ellas creían, lo que determina que acaben por romper la relación. Del mismo modo que las chicas acaban decepcionadas de las relaciones con estos chicos que no son buenos. Son los buenos quienes sacan mejor partido a mantener una actitud que desde un principio no era tan bien valorada, es decir ser buenos.

E: ¿Los normalillos también triunfan?

Si, a ver yo me considero del grupo de los normalillos. Pero claro yo con las que ligo es porque es como soy, ¿sabes? Porque siempre se quieren ir con el más chulillo pero luego cuando quieren conocerlo más a ver si es cariñoso o si es simpático y todo eso.

E: ¿Ya y ahí ya no gusta el más chulillo?

A ver primero buscan al que destaca más y luego quieren conocerlo y como le gusta a la chavala, pues ya busca que sea cariñoso y todo eso. Y luego cuando ven que pasan de ellas y son demasiados chulos, entonces les dan largas. (Xavi 18 años, relato p. 47)

Como se vio en unos de los apartados de arriba, la seguridad es fundamental para mantener relaciones románticas con chicas. Xavi, el protagonista de la siguiente cita, plantea que tratarlas bien le ha permitido establecer relaciones

con chicas. Sin embargo, también plantea que es gracias a la seguridad mostrada. Es decir que el hecho de mostrarse tal y como es, tratarlas bien y demás, están asociados a la característica vista anteriormente que es la seguridad.

E: ¿Qué hombre crees que es el que liga más aquí en el centro?

A ver todos podemos triunfar con las chicas, porque ahora ya las chicas de hoy en día son liberales y ahora ya, van con todos así que, todos podemos triunfar.

E: ¿A ti te va bien con las chicas no?

Sí, tengo suerte, en eso sí.

E. ¿Hombre y como es tu relación con las chicas, como, lo haces para ligar?

A ver las relaciones que he tenido hasta ahora, tengo 18 años. Y las relaciones que he tenido hasta ahora han sido siempre porque las he conocido antes y siempre me he mostrado como soy. Y ya está, esa es mi manera digamos de ligar. (Andrés 18 años, relato, p. 79)

E: Explícame por qué consideras que está bueno y por qué es bueno.

A ver, está bueno porque me gusta, me atare físicamente y porque me trata bien (...) me llama, me presta atención, no sé. Que es buen amigo,

que sabe guardar las cosas, que cuando le dices algo no va corriendo y se lo dice al otro. Está bien. (Mireia 19 años, grupo mixto p. 252)

IV.IX. Relaciones igualitarias

Un elemento que ha sido poco visible durante el transcurso del trabajo de campo, ha sido el tipo de relación que mantienen los adolescentes. En la primera parte de este capítulo se estableció que existe una atracción hacia aquellos chicos que ejercen una masculinidad hegemónica. Sin embargo, tal como se ha demostrado, esto no es así para todas. De esta forma he logrado identificar aspectos que podrían no ser tan evidentes, como es el tipo de relación que mantienen y quieren tener las chicas. Esto es, relaciones basadas en la igualdad y no en el poder.

Bueno si, mi novio. Es muy bueno, nos discutimos como novios, pero me trata muy bien. Me viene a buscar muchas veces.

E: ¿Cómo es la relación?

Buena, ninguno trata de imponerse si queremos hacer algo, pues lo decidimos los dos. Ni él manda ni yo mando. Somos los dos (Olga 19 años, relato p. 44)

Muy probablemente no todas las chicas logran establecer este tipo de relaciones románticas, sin embargo, la búsqueda de este tipo de relaciones está orientada por ellas hacia relaciones mucho más democráticas e igualitarias. A continuación en la cita Jazmín plantea que lo que está buscando es una relación romántica de igualdad. Donde el cariño sea compartido y no impuesto por ninguno de los miembros de la relación

E: ¿Cuando en grupo de amigas y ven pasar a un chico? ¿Qué buscan las chicas en los chicos?

Yo sinceramente lo que busco en un chico, es que sea prácticamente sincero. Que para nada busque una cosa que a lo mejor, como te lo digo, que a lo mejor, yo de más que él, pero yo tampoco lo busco. Yo busco una cosa intermedia, de si tú me das yo también te doy. Y que sepa comprender las cosas en su momento. (Jazmín 18 años, relato p.101)

IV.X. Las chicas toman la iniciativa

Una de las principales formas de visibilizar a las nuevas masculinidades atractivas, es por parte de las chicas, cuando éstas toman la iniciativa. Durante la investigación se ha visto que los chicos que ejercen una masculinidad igualitaria en algunos casos son tímidos o simplemente no se atreven a dar el primer paso para estrechar lazos con la persona por la que se sienten atraídos. Esto implica que a muchas chicas les cueste mantener relaciones románticas con ellos. Sin embargo, esto no supone ningún problema para algunas chicas, quienes reconocen que cuando esto sucede, no han dudado y han tomado ellas la iniciativa. Ello es gracias a los avances en democracia que han tenido nuestras sociedades como he mencionado previamente, ya que en otras circunstancias una acción de estas características por parte de las chicas habría conllevado una fuerte censura tanto por sus pares mujeres como por los propios chicos. Víctor reconoce que ha visto un par de veces que chicos que no tenían la personalidad suficiente para interactuar con chicas han sido las propias chicas han tomado la iniciativa.

A lo mejor la chica muestra interés y dice hostia vamos a hablar con el chico. Que yo qué sé, es callado pero es mono. A lo mejor le llama al tonto. A lo mejor no es tan mono como los otros, pero le puede llamar la atención. Pero no suele ser el caso pero yo he visto casos. (Víctor 23 años, relato p. 26)

Durante el capítulo del marco teórico he puesto en evidencia que el amor es una de las mayores libertades ganadas por la modernidad (Beck, 1998). En este sentido el hecho que chicas tomen la iniciativa no es más que una muestra de esta libertad ganada. Poder elegir con quien se establece una relación romántica, más aún atreverse a tomar la iniciativa permite visibilizar a quienes por diferentes motivos no lo hacen. El hecho que sean las chicas tomen la iniciativa cuando los jóvenes de las nuevas masculinidades no se atreven, hace que estos chicos ganen confianza y seguridad, además de sentirse deseados.

Pero si lo tengo que hacer. Tampoco me importa.

E: ¿Pero lo has hecho alguna vez?

Si, algunas veces

E: ¿Cómo ha sido eso?

A lo mejor él dice que quiere algo conmigo y no se atreve. Porque es tímido, pues yo voy y me lanzo yo (risas) no pasa nada. (Cris 17 años, relato p. 49)

Más bien las chicas les entramos. Si es guapo y tal.

E: ¿Suele pasar mucho o poco?

Suele pasar bastante, de que las chicas les entren a los chicos que son guapos y callados. (Mónica 16 años, relato p. 47)

Pues le decimos cosas al chico... uno le dice cualquier cosa "guapo" y después te pones a comentar con las amigas así como, oye, que está bueno.

E: ¿Y si está bueno y es majo, y es calladito y pasa por al lado de vosotras que comentarios hacéis?

A ver si es majo y está bueno yo también digo cosas... se pone rojillo. (Cris 17 años, relato p. 115)

IV. Actos comunicativos y masculinidad en la familia

Como se ha visto en el apartado de la discusión teórica, la familia es una de las principales formas de socialización que existen en las sociedades modernas, junto con la escuela. Por ello es importante establecer qué tipo de actos comunicativos permiten visibilizar a las nuevas masculinidades en las familias. Es decir, qué tipo de interacciones se producen en el ámbito familiar que logran visibilizar las nuevas masculinidades. Como una forma de establecer y mostrar qué tipo de interacciones se producen, comenzaré con un análisis de las interacciones que reproducen el modelo de masculinidad tradicional o hegemónica dentro del ámbito familiar. Para poder escribir este apartado en concreto he realizado durante el trabajo de campo un apartado dedicado a descubrir las interacciones dentro del ámbito familiar. Así he llegado a establecer desde un punto de vista de los mismos jóvenes qué tipos de interacciones logran transmitir valores y cuáles no. Sin embargo, para

profundizar respecto a la transmisión de valores he realizado relatos comunicativos a padres (ambos, padre y madre) de chicas. Partiendo de resultados preliminares en los que se constata que son las chicas quienes dotan de atractivo a las nuevas masculinidades. Tal como he mencionado arriba comenzaré por describir interacciones que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica. Para luego pasar a los actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades. Para hacer este ejercicio, de separar como se promueven las nuevas masculinidades y como se reproduce el modelo de masculinidad tradicional, centraré el análisis en dos figuras. Esto siempre de acuerdo a la información obtenida en el trabajo de campo. Estas dos figuras son muy representativas y pueden resumir cómo ha evolucionado la sociedad gracias a los avances en democracia. Así para representar como se reproduce el modelo de masculinidad tradicional centraré el análisis en la figura del “padre”, esto principalmente porque son ellos quienes mantienen y transfieren una serie de valores a los jóvenes, que se pueden llamar poco positivos y en el mejor de los casos, mantiene una relación de incomunicación con sus hijos e hijas.

Por el otro lado, y basando el análisis en la promoción y visibilización de las nuevas masculinidades, centraré el análisis en la figura de la “madre”. Esto porque son ellas quienes mantienen mayores grados de comunicación con sus hijas e hijos. Además de mantener un elevado grado de comunicación con sus hijos e hijas, la promoción de valores por parte de estas es siempre en positivo, al contrario que los padres. Por ello, son las madres de los chicos y chicas del instituto quienes mejor representan la transformación social, en lo que a masculinidad se refiere.

La justificación de diferenciar el análisis dentro de dos categorías totalmente marcadas está en el hecho de centrar el análisis sobre quién debe mejorar o cambiar aspectos en la transmisión de valores. Y por otro lado, aportar y promover qué tipo de comportamiento es positivo que sea potenciado y reproducido, en este caso la transmisión de valores realizados por las madres. A continuación daré paso al análisis de cada una de estas figuras o categorías de análisis.

IV.I. Actos comunicativos en las familias que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica

Durante el transcurso de la investigación y del trabajo de campo propiamente tal, he logrado constatar que los que quienes reproducen mayoritariamente el modelo de masculinidad hegemónica, son los propios hombres, y en particular para este apartado los padres. Esto no es raro y fácil de constatar a través de la literatura y es producto de la socialización que han recibido. Aspectos a destacar, como el hecho de que algunos padres mantienen una marcada distancia en la educación de los hijos y además de mantener esta distancia, en determinados casos evitan hablar de ciertos temas con sus hijas. Cuando lo hacen es en algunos casos para recomendar que no desvíen su atención en relaciones románticas, *“que para ellas debe ser más adelante”*, pues argumentan que ya habrá tiempo. En el caso de los padres cuando se refieren a los hijos, la situación es totalmente opuesta, pues según cuentan los propios chicos, sus recomendaciones son de carácter totalmente machistas.

Para facilitar el análisis me he centrado en la figura paterna como elemento reproductor de masculinidad tradicional, sin caer en generalizaciones y teniendo en cuenta que muy probablemente existen madres que también

reproducen el modelo de masculinidad hegemónica dentro de las familias. Además hago referencia solo a padres que participan en la investigación y padres de algunos chicos que ven en sus padres comportamientos más bien ligados a una masculinidad tradicional. Además como he descrito en el marco teórico existen nuevas formas de ejercer la paternidad, sin embargo, queda un largo camino por recorrer. Para centrar el análisis en la figura del padre he dividido los elementos excluyentes en tres apartados que describiré a continuación. El primer apartado, se refiere a la reproducción de la masculinidad a través de la utilización del lenguaje, en particular en la utilización de un lenguaje sexista, que tiene como objetivo la vinculación sexual y generación de atractivo hacia un determinado perfil de mujer. El segundo apartado está referido, hacia los padres, en concreto aquellos padres que tienen hijas e hijos, hacen un trato diferenciado entre ellos, otorgando mayores libertades, incluidas libertades sexuales a sus hijos. El último apartado sobre la reproducción del modelo de masculinidad, está dedicada a hacer una descripción sobre cómo los padres hacen y reproducen acciones propias de un modelo tradicional de paternidad.

V.I.I Padres y uso del lenguaje sexista

Como he mencionado antes, durante la investigación dedicada a las familias, tanto chicas como chicos ven en sus padres una figura tradicional, es decir que son ellos quienes reproducen el modelo de masculinidad tradicional. A continuación se verá cómo es que los padres reproducen mayoritariamente a través de sus hijos e hijas el modelo de masculinidad tradicional. En las dos siguientes citas se puede ver que existe en versiones de los propios chicos un

incentivo a tratar a sus compañeras como objetos, cuestión que ya ha sido analizada en el contexto escolar. Pero ahora es el propio padre quien destaca la importancia de tratar a las chicas como objetos.

E: Pero te habla de cómo has de tratarlas

Sí, mi padre sí, pero mi padre como es anticuado, me dice que haga las cosas que él hacía antes. Cosas más o menos machistas. Por ejemplo me dice “tú a las chavalas mientras más arriba, más no sé qué” cosas así, que me la folle directamente. Si en vacaciones este verano, me fui a una urbanización de estas y había una francesa y estaba bastante bien. Y yo empecé hablar con ella, lo que sé yo de francés y mi hermano y mi padre todo el rato riéndose. Y como la chavala no entendía nada de español, salta mi hermano en medio de la piscina “Xavi a ver si te la follas y no sé qué, que está bastante buena”. Y la francesa se reía, y yo madre mía, menos mal que no entiende, como se haga la tonta sabes. (Xavi 18 años, relato p.89)

La representación de la masculinidad vinculada al dominio sexual es lo que intenta transmitir a través de sus mensajes el padre de Xavi. Intentando demostrar que la masculinidad solo estará consolidada a través del acto sexual. Xavi cuenta que no solo su padre sino que además su hermano intentan hacerle ver que solo a través del acto sexual consolidara una conquista. Otro ejemplo es el que a continuación se presenta. Adam cuenta que la comunicación con su padre se limita al sexo o si la chica está buena. En las citas que a continuación se muestra y en la anterior, se puede ver que en los discursos de algunos padres existe un lenguaje del deseo (Puigvert, 2008).

Cuestión que como demostrare no existe en los discursos de las madres, aunque en ellas existe una condición transformadora que no se ve entre los padres.

“A mí, mi padre me pregunta si has follado y yo le respondo ¿qué?”

E: ¿Te ha pasado que sus padres hayan dicho algo?

“Mi padre siempre dice...mientras esté buena ya vale” (Adam 20 años, grupo de discusión mixto p. 258)

Así por ejemplo, el hecho que los padres pregunten o afirmen que sólo debe existir un atractivo sexual, hace que sus hijos vinculen relaciones románticas con personas que ellos encuentren atractivas descuidando otros aspectos como puede ser los valores de las personas en las que están interesados. Por otra parte y continuando con el lenguaje sexista utilizado por los padres, y además lo de vincular el acto sexual a una forma de consolidar la masculinidad, no solo lo viven los chicos, sino que también lo viven, aunque no directamente, las chicas que tienen hermanos hombres. Así lo cuenta Cris en la cita que a continuación se lee. Como se verá, el padre hace una clara distinción entre ella y su hermano, en lo que a relaciones románticas o en este caso relaciones esporádicas se refiere.

“A mi hermano gemelo mi papa le dice que tiene que tirarse a todas las que pueda. Pero a mí no me dice nada, ni les puedo contar nada porque soy su niña” (Cris 17 años, grupo chicas p.105)

V.I.II. Padre y trato diferenciado entre hijas e hijos

Un aspecto muy relevante que aparece como una característica reproductora de los padres, es el hecho que éste tenga un trato diferenciado entre sus hijas e hijos. Esto se traduce en que padres que tienen hijos de distintos sexos, hacen muchas diferencias al momento de referirse a cuestiones de relaciones románticas. Así, un padre como el papá de Cris que tiene dos hijos de la misma edad, marca claramente que comportamiento debe tener su hijo varón, (en la cita anterior *“tiene que tirarse a todas las que pueda”*) mientras que por el contrario su hija, no puede referirse a temas de amor. En la cita anterior, Cris manifiesta que tiene un hermano gemelo, y que ante esto su padre lo que hace es mantener un trato diferenciado entre hija e hijo.

E: ¿Y tu padre que te dice?

Mi padre no quiere novios... yo soy su niña y no quiere novios sea como sea, ahora si es un gamberro pues entonces ya no. (Cris 17 años, relato p.37)

La cita que a continuación se presenta es muy importante para esta parte del análisis pues ejemplifica aspectos que he mencionado hasta ahora, como es el trato diferenciado dado a una chica que a un chico. Este tipo de conductas por parte del padre hace fomentar desigualdades de derechos entre sus hijos. Por otro lado se puede ver lo planteado en un principio en este apartado sobre familias. En el que existe una diferencia entre el discurso de la madre y el discurso del padre. La madre es la que plantea que existe una diferencia de tratos entre sus hijos sugiriendo un cambio de actitud del padre, quien por su parte no tiene intenciones de cambiar su postura.

M: Tenemos un niño de 20 años también, ese se ha hecho novia pronto y con ese no hubo problemas delante del padre, lo veía súper bien. Pero con la niña no, es súper protector.

E: ¿Qué pasa si un día tu hija te exige que le aceptes al novio?

P: Pues que no entra, la casa es mía y ese no entra

M: ¿Entonces prefieres que lo haga por detrás en la calle?

P: no pero tiene un control, la niña tiene un control, tiene sus horarios y los cumple. Igual si lo trae, lo vería poco por aquí, le enseñaría el balcón.

M: pero porque, mi padre te acepto, no te puteo, ni te hecho a la calle, eso es un poco egoísta. Pero la niña cuando quiere cualquier cosa va donde su padre, pero cuando tiene algún problema siempre viene hacia mí. Para pedir cosas solamente se acerca a él, para todo lo demás soy yo. (Entrevista a padres, p. 76)

Hasta este punto en el ámbito familiar he mostrado dos elementos de la masculinidad tradicional o hegemónica como son la utilización del lenguaje sexista y como los padres tienen un trato diferenciado entre hijos e hijas. Tratando con mayores privilegios y libertades a los hijos, no así a sus hijas. Sin embargo, existen aspectos de la masculinidad tradicional ejercida por los padres dentro de las familias que no se logran verbalizar o que simplemente se hacen por omisión. A continuación destacare aspectos que se relacionan con aspectos destacados en la discusión del marco teórico donde se destacan aspectos relacionados con los hombres, como es el hecho de ser proveedores o no involucrarse emocionalmente con sus hijos.

V.I.III. La paternidad tradicional

De esta forma existen elementos que son parte de la masculinidad tradicional, y que como sociedad hemos normalizado. La primera de ellas es que los padres mantienen una conducta de proveedores del hogar, manteniendo una marcada distancia en la educación de sus hijos. Esto implica que los padres se ven a sí mismos y también sus hijos, como proveedores del hogar. Esta situación relega a las madres a un segundo plano porque sería más importante el sueldo del padre que el que aporta la madre. Esta situación de autoproclamarse como jefes del hogar trae consigo otra situación, y es que estos padres descansan en sus compañeras para implicarse de forma más emocional con los hijos. Si bien es difícil poder ejemplificar con citas esta situación, se ve claramente cuando las madres afirman que son ellas quienes mantienen una comunicación más cercana con los hijos, en especial con sus hijas. También se puede evidenciar en el hecho que los y las jóvenes al ser consultados, con quién establecen mayor comunicación en lo que a relaciones románticas se refiere, afirman que en primer lugar están los amigos. Pero que con las madres es más fácil poder hablar, además agregan que son ellas quienes se muestran más interesadas por sus vidas sentimentales. Otro ejemplo que se puede ver a continuación es el bloqueo comunicacional que marcan los padres. El hecho que los padres mantengan una distancia al de hablar de ciertos temas, que les pueden causar incomodidad.

P: yo no hablo de esas cosas con ella.

M: soy yo la que habla de novios con ella, siempre me cuenta cosas. Todos los días, si no, yo lo pregunto. Él no, él le dice que no quiere hablar de esos temas con ella. (Entrevista padres p. 98)

V.I.IV. Ausencia del atractivo en las nuevas masculinidades

Es sin duda lo que he mostrado hasta ahora dentro del ámbito familiar, lo que a primera vista podría ser lo más evidente para evidenciar como se reproduce el modelo de masculinidad tradicional. Sin embargo existe un elemento que puede no ser tan evidente y es precisamente porque no existe. En este sentido me estoy refiriendo a la ausencia de un lenguaje que logre otorgar atractivo a los hombres que ejercen una masculinidad igualitaria. Como veremos a continuación, en el apartado sobre la transformación y el papel que juegan las madres en ella. Se puede ver claramente que las madres aconsejan a sus hijas que establezcan relaciones románticas con chicos que las traten bien, que sean buenos etc. Pero al hacer este tipo de sugerencias las madres no utilizan un lenguaje que pueda dotar de atractivo a estos chicos. Cuestión que si se logra evidenciar en el uso del lenguaje utilizado por los padres. Como he destacado en el apartado de la utilización del lenguaje por parte de los padres como factor o elemento de reproducción de la masculinidad tradicional, he destacado, que a pesar de tener un lenguaje sexista y si existe en ese lenguaje una vinculación con el lenguaje del deseo (Puigvert, 2008). Al contrario de lo que hacen las madres, que a pesar de tener y utilizar un lenguaje de la ética respecto a los jóvenes con lo que se relacionan. No existe un lenguaje del deseo, lo que traería con ello dotar de atractivo a las nuevas masculinidades.

“Yo siempre me preocupo que no se meta con cualquiera, que los chicos con los que esté que sean buenos y tal. Por eso siempre le digo que se tiene que fijar en chicos que valgan la pena, no en los gamberros. (Entrevista a padres p. 103)

V.II. Actos comunicativos en las familias que superan el modelo de masculinidad hegemónica y actúan como elementos de transformación social

Como he descrito hasta ahora, el principal factor de reproducción de la masculinidad hegemónica está en el tipo de socialización que han recibido los padres marcado por la masculinidad hegemónica y que éstos reproducen con sus hijos e hijas. Pero por el contrario, la función que cumplen las madres de los jóvenes que participan en la investigación dentro del ámbito familiar, lo que invita a ser muy optimistas sobre la transformación del modelo de masculinidad que mayoritariamente se ejerce. De acuerdo a lo observado durante el trabajo de campo ha logrado determinar tres elementos que están relacionados con la transformación del modelo de masculinidad tradicional.

El primer elemento que destaca en las madres como transformadoras está directamente relacionado con el último apartado sobre reproducción del modelo dentro de las familias. Éste está relacionado con la utilización del lenguaje. De acuerdo a lo observado existe en los actos comunicativos por parte de las madres una preferencia hacia que sus hijas elijan a los chicos que son buenos, es decir que las tratan bien. El segundo elemento que destaca en las madres como transformadoras está en el hecho de que se vinculan emocionalmente con sus hijos, cosa que los padres no realizan. Este vínculo permite mantener un elevado grado de comunicación, que en la adolescencia es muy importante.

Además este hecho permite establecer una relación de amistad más o menos profunda, que está relacionada con el tercer elemento de transformación ejercida por las madres.

V.II.I La utilización del lenguaje

Durante el desarrollo del análisis de los factores o elementos de reproducción del modelo de masculinidad en las familias dentro del ámbito familiar. Llegue a establecer un apartado en el que se destaca la *ausencia del atractivo*. Con esto quiero establecer dos cosas, la primera trata sobre cómo las madres utilizan un lenguaje de la ética (Puigvert, 2008) para que sus hijas se fijen en los chicos que son buenos y no “*gamberros*”. Y en segundo lugar que en ese lenguaje de la ética no existe vinculación con el del deseo. Esto implica, tal y como lo expliqué con anterioridad, que los hombres o jóvenes, que las madres consideren adecuados para sus hijas no se les dote de un atractivo sexual explícito, que es un elemento clave para este estudio.

Por ahora voy a detenerme en este primer punto, dígame en cómo las madres intentan que sus hijas se fijen en los “*buenos*”. Durante el trascurso del trabajo de campo tanto chicas, como chicos plantean abiertamente que son las madres las que más se preocupan por averiguar qué tipo de personas son aquellas con las que sus hijos se están relacionando. Según he logrado establecer, el primer paso es comenzar por averiguar quién está cerca de sus hijos. Como se verá a continuación son los propios chicos quienes describen dicha situación y las consecuencias que acarrea una evaluación poco positiva por parte de las madres

Adam: Yo digo en la casa, mamá tengo novia, pero no me preguntes nada. Me pongo con el ordenador a puerta cerrada. Luego viene mi mamá y digo ya verás “oye y como se llama”

Mireia: Mi madre hace lo mismo, “es de tu clase, estudia, trabaja y ¿es buen chaval?”

Adam: Mi madre me pregunta los padres de qué trabajan

Mireia: A mí también, me pregunta si tiene hermanos, y quiénes son, si se han independizado. Es que si ya son así, imagínate hablar de otras cosas con ellos.

E: ¿Qué opinan vuestros padres cuando les dicen he, estoy de novio?

Mireia: Bueno a mí ahora me va preguntando si me gustaba alguien. Bueno que cuando viene mi novio a casa a mí me da miedo que venga, porque no veas mi madre. A los cuatro meses le sigue preguntando lo mismo. Y vale, pues nada

Adam: La putada es que a los padres les tiene que caer bien el novio o la novia.

Mireia: Sí, que si no les cae bien. Pues la cosa no va bien. A ver no va por eso, pero influye algo la cosa. Imagínate que no la puedes llevar a casa porque se llevan mal. (Grupo de discusión mixto, p.178)

Como se puede ver en la cita anterior, los chicos reconocen que la opinión de las madres es un factor determinante en el futuro de sus relaciones románticas.

A partir de este punto, marcaré una línea al referirme a las relaciones de hijas con sus madres, dejando a un lado la relación entre los hijos varones y sus madres. Esto es sólo por cuestiones metodológicas, ya que como he mencionado con anterioridad y como parte del objetivo está identificar nuevas masculinidades atractivas. Por lo que los actos comunicativos que están relacionados con mujeres me acercan mucho más a este objetivo.

E: ¿Tú hablas con tus padres sobre tus novios?

No porque nunca me ha puesto defectos en eso.

E: Y tu padre tampoco te ha dicho mira el tío que este contigo te tiene que tratar bien.

Es que mi padre pasa más de esos temas. La que es así es mi madre.

E: ¿Y qué te decía?

Que cuidado porque, que tenga cuidado con los chavales que son muy agresivos que no sé qué. Que me pueden traer por malos caminos.

(Caro 19 años, relato p. 71)

Una vez establecido el dialogo por parte de las madres y averiguado qué tipo de chico o chicas es con el que se están relacionando hijos o hijas. Comienzan las presiones para que esto cambie. Las madres utilizan un lenguaje de la ética como se ve en las afirmaciones de las chicas. En el primer ejemplo se ve como Cris es influida por su madre para que elija un determinado tipo de chico. Posterior a este ejemplo se puede ver a madres que intentan influir en la elección de un posible novio o al menos una relación romántica.

“Mi madre siempre me dice que me fije en los chicos normales, que no sean muy gamberros para que el día de mañana si puedo estar con ellos, pues que esté bien. No que me traten mal ni que yo les tenga que mantener ni nada. Que sean que estudien, normales que no sean tontos, pero normales”. (Cris 17 años, relato comunicativo p. 34)

M: hace tiempo estaba con uno, un tal Juan. Que Juan esto y lo otro. Pero es un gamberro, está todo el día en la calle.

E: ¿Y tú como sabías eso?

M: Porque ella me lo contaba, que estaba en el cole metiéndose con los demás, que no hacía nada. Por eso yo le dije que no me gustaba nada ese chico.

E: ¿Que te dijo ella?

M: Al principio de enfado, decía que no la entendíamos.

P: Pero se le pasó pronto.

M: Sí, ahora está con un chico que es muy majo parece. Al menos se ve que sí estudia (risas). (Entrevista padres p. 109)

Hasta aquí se puede ver que la influencia de las madres es en algunos casos determinante para elegir a unos u otros chicos. Sin embargo este apartado en particular está dedicado a la utilización del lenguaje positivo hacia un determinado tipo de chico, es decir a aquellos que promueven las nuevas masculinidades. De esta forma y como se verá a continuación son las madres

quienes se dedican a que sus hijas se fijen en chicos con características que se alejen del modelo de masculinidad hegemónica.

M: Yo siempre le estoy diciendo si alguno no le conviene. Le digo que tiene que pensar en el futuro, que piense si ese chico que le gusta tiene futuro.

E: ¿Y qué te responde?

M: Nada al principio siempre se enfada, pero cuando conoce a otro chico, ya me cuenta y eso. (Entrevista padres, p.92)

Otro ejemplo de este tipo de actos comunicativos de forma positiva hacia un determinado tipo de chico se puede ver a continuación donde la madre destaca de forma positiva las cualidades de un chico en el cual su hija solo considera como un buen amigo. Y aunque no siempre tiene los resultados esperados, la opinión de las madres es muy importante.

M: Yo me acuerdo cuando venía el Esteban. Venía todos los días a buscarla para acompañarla al cole. Pero ella nunca le hizo caso.

P: Pero es que desde siempre ha estado enamorado de ella, desde pequeños.

M: Pero es que nunca, y mira que le hizo empeño el chaval. Yo le decía que es un buen chaval, que se veía majo y esas cosas. Pero ella que no le gustaba. Al final el chaval se terminó aburriendo y ahora se ha hecho novia. Pero yo creo que si ella le dice que vuelva, él viene corriendo.

E: ¿Cuánto tú le hablabas de él, ella que te decía?

M: Que era verdad, que es muy bueno, pero que a ella no le gustaba. Sí que ya no podía hacer mucho más. (Entrevista padres, p. 134)

Hasta este punto he mostrado ejemplos de cómo las madres intentan destacar lo positivo que es tener una relación con un determinado tipo de chicos, y aunque a veces no obtienen los resultados positivos o los que las madres esperan. Sí se puede decir que en ellas hay una transmisión de valores positivos hacia un determinado tipo de chicos. Quisiera destacar la importancia que tiene el hecho que exista un lenguaje de la ética y no un lenguaje del deseo en el discurso de las madres. El hecho que sólo exista un lenguaje de la ética hace desvincular el deseo hacia un determinado tipo de chicos. Por otro lado como se ha visto durante el análisis del contexto escolar existe en algunos casos una vinculación del deseo hacia el modelo de masculinidad hegemónica. Ello sin duda resta posibilidades a quienes son los chicos igualitarios pues debe haber un vínculo entre lenguaje de la ética y lenguaje del deseo, es decir hay que vincular a los jóvenes igualitarios con el deseo sexual. Hasta aquí se puede observar que las madres se preocupan sobre qué tipo de chicos tienen un acercamiento a sus hijas. Sin embargo, este grado de confianza se da o mejor dicho, se lo ganan las madres al establecer un vínculo emocional mucho más cercano con sus hijos. Este hecho también fue analizado en el apartado de reproducción donde establecí, ciertos aspectos de la masculinidad tradicional y paternidad que hacen que los hombres mantengan una cierta distancia emocional con sus hijos y para este caso en particular, una clara distancia con sus hijas. A continuación analizaré este vínculo emocional que mantiene a las madres tan cerca de sus hijas e hijos y que permite desde un punto del dialogo, establecer mejores relaciones.

V.II.II Vínculo emocional madre/hija

Durante todo el argumento de la masculinidad, he destacado cómo durante el desarrollo de la modernidad el papel de la mujer queda relegado a un segundo plano y se encarga de las tareas del hogar. Esto trajo consigo que las mujeres se ocuparan del hogar y con ello del cuidado de los hijos. Con esto, el vínculo entre madre e hijo ha sido algo muy sólido en lo que a sentimientos se refiere. A esto además se le debe agregar que los padres descansaban y no se involucraban en el cuidado de sus hijos. Con el pasar del tiempo esta situación ha cambiado. Debido principalmente a la incorporación de las mujeres al mercado del trabajo y los avances en democratización que como sociedad hemos tenido. Esta incorporación trajo consigo un cambio muy importante dentro del ámbito familiar. Además hay que destacar que existe un avance en la democratización de las relaciones entre padres e hijos, lo que algunos pueden traducir en una mayor indisciplina por parte de los hijos. Sin embargo, esta democratización, desde mi punto de vista establece nuevas formas de relacionarse entre padres e hijos basados en el argumento y no en el poder. El hecho que exista un cambio en las relaciones entre padres e hijos basadas en el diálogo y en el argumento en vez del poder, borra la línea en la que las madres eran el vínculo emocional con los hijos y hace que ahora este vínculo se deba ganar en base a la confianza. Es por esto último, que las formas de relacionarse en la familia están basadas en el argumento y no en el poder. Hace que el vínculo emocional entre padres e hijos sea cada vez más importante para ganarse la confianza de los hijos, en este caso particular de las hijas. De acuerdo al trabajo de campo y a los relatos comunicativos tanto de padres como de hijos, continúan siendo las madres quienes mantienen un

vínculo emocional mucho más fuerte con los hijos, y en este caso en particular con las hijas. Del análisis se desprende, y además como mostré en el apartado sobre reproducción en las familias, que los padres continúan descansando en el papel que juegan las madres respecto a sus hijos.

E: ¿Quién habla de estas cosas con ella?

M: Soy yo la que hablo con ella.

E: ¿Y tú (hacia el padre) por qué no hablas con ella?

P: Porque no, yo no hablo de estas cosas. Y cuando me quiere decir algo, yo la corto que no me venga con esas cosas.

E: Entonces solo habla contigo (hacia la madre)

M: Sí, yo le pregunto o ella me cuenta (Entrevista padres, p. 178)

Así como existe un vínculo emocional entre madres e hijas, este vínculo solo puede dar el efecto deseado comunicacionalmente estableciendo un cierto grado de amistad entre ellas. Así por ejemplo, las chicas al ser consultadas por qué tipo de comunicación había en sus casas o en la intimidad del ámbito familiar. Las respuestas de las chicas estaban orientadas a dejar en claro que con la única que se puede hablar en algunos casos es con las madres, pero en ningún caso con los padres dentro de esta investigación.

E: ¿Con tus padres hablas de cómo has de relacionarte con los chicos?

Bueno si más o menos, mi madre me habla más bien como amiga y mi padre siempre para echarme la bronca. Con ella puedo hablar casi de

todo, porque todo lo hablas con las amigas, pero con mi mamá si hablo mucho. (Cris 17 años, relato comunicativo p. 34)

A modo de resumen, se puede establecer dos elementos en las familias, uno como reproductor y otros como transformador. El primer elemento está personalizado en la figura del padre, quiénes muy probablemente producto de la socialización que ellos mismos han vivido, los que hacen es reproducir un modelo que en algunos casos se mantiene muy vigente. La reproducción del modelo a través de los padres se hace a través de tres elementos. Primero en la utilización de un lenguaje sexista, que intenta promover el acto sexual como forma de consolidar la masculinidad. Segundo se refiere a un trato diferenciado entre hijos e hijas en aquellos padres que tienen hijos de sexo diferente. Este tipo de aptitudes no hace más que reproductor desigualdades porque el trato diferenciado, no es otra cosa que limitar las libertades de las hijas. Por último los padres que reproducen el modelo de masculinidad tradicional, actuando como padres tradicionales es producto de una socialización en la cual mantienen una distancia con sus hijas al considerar que es mejor que lo hablen con sus compañeras. Esto quiere decir que actúan según han aprendido, esto es, descasando en sus compañeras para que se acerquen emocionalmente a sus hijos.

Otro aspecto que es importante destacar y que se mueve entre transformador y reproductor. Hace referencia a lo que hacen las madres al intentar que sus hijas se relacionen con chicos que ellas consideran que son buenos o adecuados para sus hijas. De esta forma se comienza para describir al elemento transformador personalizado en la madre. Las madres utilizan un

lenguaje ético para que sus hijas se relacionen con los chicos que son buenos. Sin embargo, este aspecto tiene el problema de que a estos chicos se les resta atractivo sexual al no utilizar un lenguaje del deseo al referirse a estos jóvenes. A pesar de esto, la utilización de este lenguaje es un aspecto transformador, pues existe una preocupación por parte de las madres sobre qué tipo de relaciones mantienen sus hijas.

El segundo aspecto transformador personificado en las madres está relacionado con el vínculo que éstas, mantienen con sus hijas. Según he descrito, las condiciones actuales de transformación del ámbito familiar han traído consigo una democratización de las relaciones afectivas. Por ello el vínculo emocional ha pasado de ser algo dado a ser algo que se trabaja. En este sentido son las madres quienes trabajan el aspecto más emocional con los hijos. No así los padres quienes suelen mantener una distancia con sus hijas. Relacionado con esto, está además el hecho que las chicas sientan a sus madres como amigas. Tanto madres como hijas, han manifestado que el grado de confianza establecido, se puede traducir como una amistad. Esto permite a las madres mantener una comunicación más o menos fluida. Aunque las chicas ven como algo de lo que se puede prescindir, la amistad con las madres es considerada como algo muy positivo.

VI. Actos comunicativos en las redes sociales

Durante el trabajo de campo apareció un elemento como categoría emergente que no estaba considerada en un comienzo en esta tesis. Este elemento se refiere a los actos comunicativos que se producen en las redes sociales. Entre las redes sociales están Facebook y Messenger. Este elemento comienza surgir en instancias en las que preguntaba sobre cuál es la mejor forma de ligar dentro del instituto. De ahí comenzó a aparecer como una forma muy cotidiana de interacción. Estas formas de interacción dentro del ámbito educacional han alcanzado tal grado de importancia que han remplazado en algunos casos a las formas tradicionales de comenzar una relación romántica. Antes de comenzar con el análisis propiamente tal de este elemento emergente realizaré una pequeña descripción sobre como entendí que se producen dichas interacciones. Es necesario destacar que las descripciones están orientadas a las relaciones románticas, por tanto omitiré descripciones que mantienen amigos u otro de interacciones que no se relacionen con el intento de establecer relaciones románticas.

Cuando existe interés por conocer a alguien por el cual los jóvenes sienten un atractivo físico, lo primero que hacen es dar un primer paso, que consiste en pedir la dirección del Messenger o enviar una solicitud de amistad por Facebook. Una vez hecho esto, que al parecer es una cuestión más o menos fácil o que se resuelve sin mayores complicaciones. Una vez establecido este primer contacto, el siguiente paso consiste en intentar iniciar una “*amistad en red*”. En un principio la amistad se mantiene en los límites de la comunicación social a través de internet. Ya establecida la amistad, el tercer paso consiste

según sus propias palabras “*se le tira la caña*”. “*Tirar la caña*” consiste en lanzar pequeños cebos en forma de palabras bonitas medio en broma, medio en serio como “*qué bonita eres*” o “*me gustas*”. La idea es establecer un diálogo en base a argumentos de atractivo físico. Si quien recibe las palabras respecto a su atractivo físico, responde con el mismo argumento, es decir con argumentos sobre atractivo físico, están dadas las condiciones para el último paso, que es establecer una relación afectiva. Que puede ser en forma de “*rollitos*”, es decir que una relación informal o en forma de relación de novios. Este último tipo de relación es más complicado, pues según explican también está relacionada con otros factores que he analizado en el primer capítulo del análisis.

“Si ves a una chavala que te gusta ya no le pides el teléfono, le pides el Messenger o Facebook. Ahí le empiezas a tirar la caña. No le dices oye quedemos mañana, eso ya no se hace” (Grupo de chicos p. 274)

La metodología utilizada en esta tesis, la Metodología Comunicativa Crítica, implica identificar los elementos que impiden la transformación social y aquellos elementos que facilitan dicha transformación. Y para esta investigación se identifican elementos que reproducen la masculinidad hegemónica, contra aquellos elementos que visibilizan y dotan de atractivo a las nuevas masculinidades. Por ello este apartado dedicado a los actos comunicativos que se producen en las redes sociales, identificaré ambos elementos.

Tal como lo he hecho hasta este punto comenzaré por aquellos actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica en las redes sociales. Si bien el uso de las redes sociales para establecer relaciones

románticas es positivo. Existen especialmente varones, quienes se aprovechan de la intimidad que obtienen en su hogar para intentar ligar con todas las que pueden, propiciando aspectos negativos dentro de las relaciones humanas como las mentiras y el engaño. Pero en contra parte, están los actos comunicativos que visibilizan y dotan de atractivo a las nuevas masculinidades. En esta misma línea es efectivamente, la intimidad del hogar en la que chicas y chicos puedan entablar conversaciones mucho más profundas e íntimas lo que facilita las relaciones románticas con chicos que son considerados buenos.

VI.I Actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica a través de las redes sociales

Existen dos componentes en las interacciones que se producen en las redes sociales que reproducen el modelo de masculinidad tradicional. El primero y es una prolongación de la masculinidad hegemónica. Se trata de los celos, éstos se ejercen como una forma de control pero no solo por parte de los jóvenes, sino que además son las chicas quienes hacen de los celos parte de sus relaciones. El segundo elemento de reproducción de la masculinidad hegemónica está relacionado con el argumento anterior. Este elemento se refiere al engaño, manifestado a través de infidelidades. Por ahora me detendré en el primer elemento para luego analizar el elemento del engaño en las redes sociales como una forma más de reproducir el modelo de masculinidad hegemónica.

VI.I.I. Los celos y control en la red

Dentro de los aspectos que más destacan como forma de reproducir el modelo de masculinidad hegemónica en las interacciones que se producen en las redes sociales están los celos como forma de ejercer poder sobre las chicas por parte de algunos novios. Este fenómeno se produce de forma más o menos cotidiana entre aquellos que tienen una relación más o menos formal, es decir entre aquellos que son novios. Aunque esta conducta es considerada normal entre las chicas y también los chicos. He de agregar que además de encontrarlo normal, lo cuentan con cierta alegría. De esto se desprende que los jóvenes entienden que las manifestaciones de celos son una forma de demostrar amor. En el primer ejemplo se puede ver que el novio de Cris exige que esta borre a los contactos que ella entiende le ha “tirado la caña”. Cris es una chica que ha participado activamente en la investigación, y en ningún momento manifestó molestar por el comportamiento de su novio. A quien además lo describió como muy bueno.

“De si alguien me dice algo uf, como se pone. Si algún chico me tira la caña o algo “bloquéalo, elimínalo”. Y no me deja quedar con chicos tampoco si no está él. Aunque sean amigos eh, no me deja. No quiere que esté sola con algún chico”. (Cris 17 años, relato p. 58)

Como las redes sociales están consolidadas dentro de los jóvenes para poder establecer relaciones románticas existe mucho control entre los mismos y entre sus parejas sobre qué tipo de contactos o interacciones se mantiene en las redes sociales. Así por ejemplo, con la cita anterior se ve como un novio controla a su novia, mientras que en la siguiente cita se ve que como un chico

que se queja de su novia, le ha borrado del Facebook todos los contactos de sexo femenino.

Ella me borro todas las pavas del Facebook. Igual ahora estoy haciendo una lista nueva (Enric 18 años, grupo de chicos p. 66)

Al concluir este apartado es importante añadir dos cosas. La primera es que existe mucha naturalidad el hecho que exista un control justificado por lo celos, como el hecho de que decidan por ellos quienes pueden y quienes no pueden ser sus amigos de sus compañeros o compañeras. Así como además no existe preocupación en el hecho de obligar a borrar contactos en las redes sociales a sus parejas. Lo segundo que hay destacar, es que dependiendo de qué tipo de chico sean con quienes mantienen una relación afectiva, estas actitudes de control pueden estar justificadas. Esto porque como se verá a continuación hay quienes utilizan las redes sociales para engañar o para ligar más de la cuenta.

VI.I.II Engaños e infidelidades

Como he indicado al comienzo de este apartado sobre las redes sociales, la utilización de estos medios permite una mayor intimidad a la hora de relacionarse con las personas que se sienten atraídas físicamente y esto puede ser muy positivo, como mostraré más adelante. Sin embargo, existen quienes aprovechan esta intimidad para ligar un poco más de lo éticamente correcto. Dentro de las interacciones más negativas o reproductoras que se dan dentro del ámbito de las redes sociales, son las de engaños. Como se verá más adelante, la facilitación de las interacciones con intenciones de ligar, también facilita que algunos a chicos a intentar establecer romances con más de una

chica al mismo tiempo. A continuación Sara cuenta como una amiga sospecha de su novio porque éste mantenía amistades sospechosas con otras chicas.

“Siempre decían que tonteaba con otras chicas. Que no sabía si había pasado algo pero una vez hablando por Messenger pusieron esa cara con la lengua afuera y esa cara toca las narices, por que toca las narices. Y lo pilló así en conversaciones y tal hablando con una chica y tal y él se cabreó un montón. Luego al tiempo lo terminaron dejando, no sé porque pero lo terminaron dejando.” (Sara 20 años, relato, p. 62)

A continuación mostraré una interacción producida durante un grupo de discusión de hombres, en donde se puede ver lo que representa para ellos las posibilidades que ofrecen las redes sociales. Aunque es un diálogo un poco extenso, es imposible quitar algo pues es muy representativo de lo que sucede desde un punto de vista reproductivo.

Ricard: Yo ahora mismo estoy en una etapa en que me junto con todas las chavalas. Es que por las noches me entretengo y lo que hago es tirarles la caña a todas las chavalas.

E: ¿Tú vas ahí probando?

Ricard: Si tú estás ahí con las chavalas....

Enric: Le hablas y si la pava te sigue la corriente, pues le dices oye quedamos mañana no sé qué.

Ricard: Eso va así, va como en broma y si ella te sigue el rollo, quedas en serio y ya está.

Enric: Y si ella te dice que no, le dices oye que era broma, no te lo creas, entonces quedas bien.

Ricard: Para eso le sueltas un jajaja después de la frase y ya está.

E: Hombre, entonces ahora es mucho más fácil ligar.

Enric: Y ahora por ejemplo, como no tienes que verte a la cara si alguien te está hablando siempre, ya se nota que....

Ricard: De eso que le vas dando al escape todo el rato porque es una pesada. Pregunta ocho veces las mismas cosas, sabes. Si cambias la foto del Facebook ponen a cada rato me gusta, no sé qué. No pero yo también sigo el rollo a las chavalas, aunque sean feillas.

Enric: Yo también aunque tengo novia. Yo por ejemplo...

Ricard: Y si te sigue el rollo mejor

Enric: Claro y aunque tengas novia siempre tiene que haber un banquillo por si falla, ahí está la otra.

Ricard: Estas ahí tonteando sales con una chica, luego lo dejas y sales con otra. Te estás buscando siempre otra, sabes, esto va así (risas).

Enric: Por ejemplo, me vino el otro día una pava y no la había visto nunca. Pero ya sé que hablar porque ya tengo confianza, ya sé que hablar porque la conozco un poco más. (Grupo de chicos, p. 135)

En este diálogo se puede leer con claridad que algunos jóvenes utilizan las redes para establecer relaciones románticas con la intención de ir cambiando de relación constantemente. En ningún caso existe una preocupación por la

otra parte involucrada, simplemente es tener una “*en el banquillo*” por si la relación que mantienen falla. Existe en estos dos chicos, un tono despectivo hacia las chicas. Para ellos no son más que objetos que se pueden cambiar de vez en cuando y para ello sienten que las redes sociales les han facilitado mucho las cosas, utilizando las redes sociales como una forma de engañar y utilizar a las chicas como moneda de cambio, siendo un aspecto de la masculinidad hegemónica de hombre conquistador (Giddens, 1995).

Hasta este punto he analizado dos puntos aunque fácilmente podría incluir otros, pero son especialmente estos dos los celos y el engaño basado en la infidelidad, los que llaman especialmente la atención. Existe en el discurso de los jóvenes una normalidad de estas dos situaciones y creen que los celos sean un elemento de violencia, muy por el contrario, es una forma de demostrar amor o sentirse queridos, cuando son víctimas de ellos. Lo mismo sucede con las infidelidades en la red. Para los chicos es una cuestión normal. Una vez establecidos estos dos puntos daré paso a los actos comunicativos que permiten una visibilización y que además dotan de atractivo a las nuevas masculinidades.

VI.II. Actos comunicativos que visibilizan y dotan de atractivo sexual a las nuevas masculinidades en las redes sociales

Sin lugar a dudas, las redes sociales son un hecho muy positivo para quienes promueven las nuevas masculinidades. Esto, porque los chicos que son considerados como los buenos, en muchos casos suelen pasar desapercibidos. Lo que se traduce, en mayores dificultades para relacionarse con chicas dentro del ámbito del colegio. Con la ayuda de las redes sociales, la intimidad del hogar y el hecho de no tener que verse directamente a la cara facilita mucho

las interacciones, aunque parezca contradictorio. El hecho de no verse directamente a la cara permite establecer un diálogo mucho más profundo. O simplemente permite establecer un diálogo que es muy difícil que se produzca en otro ámbito que no sean las redes sociales. Como he mencionado con anterioridad, este apartado sobre las redes sociales no estaba considerado dentro de los objetivos. Sin embargo al comenzar con el trabajo de campo, ha salido a luz los primeros indicios sobre las posibilidades que ofrecen las redes sociales para establecer relaciones románticas. En la cita que a continuación presento es cuando entendí la importancia que tienen las redes sociales para comenzar las relaciones románticas. La cita se da en un contexto donde Luis destaca la importancia de tener una personalidad abierta. Sin embargo, al mismo tiempo destaca que si no eres una persona con mucha personalidad, igualmente puedes llegar a gustarle a una chica a través de internet.

Exacto, exacto es que yo no creo que vaya en torno al físico. Ya te digo, principalmente si no entras por la vista, si puedes ligar sabes, conversando por internet puedes llegarle a gustar. (Luis 22 años, grupo chicos p. 85)

La cita tiene mucha relevancia metodológica, pues a partir de este punto he descubierto que estaba dejando a un lado un aspecto muy relevante de las interacciones que se producen dentro del ámbito escolar, en cuanto a relaciones románticas se refiere. En la misma línea que Luis, la cita que a continuación se puede leer se puede ver como las chicas toman la iniciativa en cuestiones románticas a través de las redes sociales. Desde mi punto de vista esto promueve nuevas masculinidades, porque permite a aquellos chicos que

no se atreven a dar el primer paso, que sean invitados a establecer un diálogo iniciado por las chicas. Es importante este aspecto, porque como he demostrado en la primera parte de este capítulo los chicos que mayoritariamente destacan son chicos que son considerados como “chulos” por los demás. Por ello la importancia de que los chicos que son considerados como los buenos puedan establecer relaciones del tipo románticas con compañeras del instituto.

Cris: Hombre si te gusta igual le dices algo, si no se atreve él, se lo dices tú de quedar.

Paola: Por el Facebook o por el Messenger da igual.

E: ¿Se liga mucho por el Messenger aquí?

Cris: Es más fácil.

Paola: Claro es más fácil, como no te ven.

Cris: Tú la sueltas y luego ya, si cae, cae (Grupo de chicas, p. 23)

A continuación un claro ejemplo de cómo la intimidad proporcionada en la intimidad del hogar, y junto a ello la ayuda de las redes sociales permiten a Pablo establecer un diálogo mucho más profundo.

E. ¿Tú con tu novia comenzaste a formalizar por internet?

Hombre hablábamos en clase, pero hablábamos más serio por Messenger o Facebook. Claro porque da menos corte hablar. Porque si te da corte hablar siempre estás así que le digo, que le digo. Pero por internet como no la tienes delante pues, te expresas más. Como ya se

los has dicho todo pues te sueltas más. (Pablo 21 años, grupo de chicos p. 89)

También las redes sociales son un método reconocido entre los mismos chicos que en principio no son tan atractivos físicamente y pueden establecer relaciones románticas con compañeras. Este es el caso de Oriol, que al parecer sus compañeros no consideran que a primera vista pueda tener muchas posibilidades de relacionarse románticamente con ninguna chica. En este caso son los propios compañeros que reconocen que Oriol ha ligado gracias al trabajo que se ha tomado a través de las redes sociales.

Ricard: Sabes, los que son así medio feos también lo pueden conseguir

Luis: El Oriol en verdad liga un montón. Ha estado con unas pavas que vamos, las habla por el Messenger, se las consigue

Ricard: Se lo curra vaya (grupo chicos, p.78)

Durante el desarrollo de la discusión de uno de los grupos mixtos, se dio la casualidad que dos de los participantes habían estado intentando, profundizar más la relación (“estaban de rollitos”). Cuestión que al parecer no salió como ellos esperaban. A continuación en la cita, se puede leer como ellos comienzan argumentando sobre las facilidades que permite internet para mantener un contacto mucho más íntimo que otros espacios sociales como la salida del instituto. Pero poco a poco empiezan a deslizar la conversación a los que les sucedió a ellos. Según se desprende de la conversación, internet debe ser un medio y no un fin. Es decir que es utilizado para romper el hielo, pero debe ser acompañado de otro tipo de interacciones que se deben producir cara a cara. A

pesar de que en este caso en particular la relación no ha salido como lo esperaban, son ellos mismos quienes reconocen las oportunidades que da internet para establecer relaciones románticas.

Adam: Lo que pasa que cuando hablas por Messenger se va soltando.

Mireia: Claro por ahí va la cosa, como no se ven cara a cara...

Adam: Es que por el Messenger, la gente dice cosas que cara a cara no tiene cojones a decirlo.

E: Hay muchas interacciones en internet entre vosotros.

Sí, varias voces.

Adam: Bueno yo me hablaba con ella antes.

E: ¿Y ahora por qué no hablan?

Adam: Porque no me conecto

Mireia: Sí te conectas

Adam: No sé por qué surgió la primera complicación y...

Mireia: Porque dejamos de hablar.

Adam: Hablábamos bastante al principio. Pero la putada de internet es que tú puedes estar hablando con una chica. Tú vas diciendo cosas en serio y las chicas se piensan que eres de otra forma sabes.

Mireia: Porque se lo tendrás que decir a la cara digo yo, porque así no se dicen las cosas. Porque no sirve de nada que le digas las cosas por el Messenger y a la cara no le dices nada.

Adam: Hombre sí yo por el Messenger digo oye me gustas y me responden a mí no, pues chau.

Mireia: No pero si tú por internet le dices eso, a la cara le dices lo mismo. Pues entonces ya, quedas un día con ella y se lo dices.

Adam: Pero si vas y le dices oye me gustas y dice a pero a mí no. Te quedas con una cara de tonto delante de ella que...

Mireia: Para eso está internet para hablarlo primero por el Messenger ya está, estamos diciendo lo mismo (grupo mixto, p. 138)

Aunque no estaba considerado en los objetivos de esta investigación, las redes sociales suponen una manera de interactuar a diario entre los jóvenes de cualquier ámbito educativo, incluido universitarios. Esto ha transformado de manera considerable las formas de interactuar de los jóvenes y para este caso en particular para los jóvenes del instituto. Este cambio en las interacciones, ha venido acompañado, como se ha visto, de situaciones que pueden ser negativas. Sin embargo, también ha supuesto un cambio positivo, pues los chicos que suelen ser tímidos y que por tanto no se atreven a hablar con las chicas que les gustan, gracias a internet y la intimidad del hogar, logran decir cosas e interactuar, sin la presión del medio social.

Desde una perspectiva de promover las nuevas masculinidades, las redes sociales suponen un gran avance. Esto teniendo en cuenta que la principal

argumentación de las chicas del instituto a la pregunta de ¿por qué no te fijas en los chicos majos? Es simplemente, porque los chicos que son majos (igualitarios) no hablan. Con la ayuda de las redes sociales como he mostrado, este argumento queda superado. Sin embargo, esto no queda del todo resuelto porque como he dicho esto es solo un paso, y en ningún caso un fin último para establecer relaciones románticas.

Quisiera reiterar la importancia que suponen los medios de comunicación social modernos para promover las nuevas masculinidades. Aunque tampoco se enfatizó demasiado dentro de la investigación. Existen a través de los teléfonos móviles otras formas de comunicación, que permiten mantener interacciones entre los jóvenes. Y aunque la mayoría de las interacciones producidas dentro de estos medios son entre amigos, constituyen una forma muy efectiva de relacionarse de manera romántica entre las y los jóvenes del instituto.

A modo de resumen

Durante estos dos últimos capítulos he puesto de manifiesto interacciones que reproducen el modelo de masculinidad tradicional como aquellas interacciones que promueven y visibilizan a las nuevas masculinidades atractivas, dentro del contexto familiar, como aquellas interacciones que se producen en las redes sociales. En el contexto familiar como una forma de facilitar el análisis he centrado las interacciones que reproducen el modelo masculinidad tradicional en la figura del padre. Esto por las descripciones hechas por los y las jóvenes y por la información obtenida en los relatos en las familias donde se puede observar que aún existe en la figura del padre muchas barreras por superar para lograr transformar. Porque como se ha visto en el capítulo del marco

teórico existe una socialización y una afirmación de la masculinidad muy fuerte en especial en las familias (Fuller, 2001). En este sentido cuatro son los elementos identificados en las familias que están en la categoría de elementos excluyentes: el uso del lenguaje sexista; trato diferenciado hijos e hijas; paternidad tradicional; ausencia del atractivo en las nuevas masculinidades, este último vinculado a interacciones con madres, pues se produce en conversaciones con ellas.

En cuanto al aspecto transformador en las familias, también me he centrado en solo una figura, aunque en este aspecto, me refiero a la figura de la madre. Esto porque las interacciones positivas que los y las jóvenes reconocen que se producen en el ámbito familiar están centradas de manera casi exclusiva en la figura de la madre. Seguidamente de lo que he logrado observar en los relatos en las familias, en donde logre identificar que son las propias madres las que se sienten mucho más cerca de sus hijas e hijos y por el contrario, los padres que han participado en la investigación mantienen una distancia con hijos e hijas. Así dentro de los elementos transformadores en el ámbito familiar son: la utilización del lenguaje; vínculo emocional madres e hija.

En lo que está referido a las redes sociales también he encontrado elementos excluyentes que reproducen el modelo de masculinidad tradicional o hegemónica. En este sentido los aspectos más relevantes están asociados a los celos y control que se ejerce sobre las parejas, es decir, es una situación que se da tanto por parte de los chicos como por parte de las chicas. Esta situación si bien es una forma de reproducir el modelo tradicional de masculinidad, es vivida con cierta normalidad por parte de las chicas, quienes

en los celos ven como una forma de mostrar cariño. Por último dentro de los elementos excluyentes dentro de las redes sociales, se dan interacciones a fomentar el engaño y las infidelidades. Esto porque existen chicos quienes se aprovechan de las posibilidades que ofrecen las redes sociales para hacer las de “hombre conquistador”. Este es uno de los aspectos claves de cómo se reproduce el modelo de masculinidad en los jóvenes dentro las redes sociales.

El elemento transformador que poseen las redes sociales está ligado a las posibilidades y oportunidades que se presentan, principalmente porque las redes sociales ofrecen un espacio de intimidad, que o se dan en otros espacios. Este aspecto que ofrece la intimidad da mucha más seguridad a quien se atreve a intentar ligar con una persona por la cual se sienten atraídos. Como he demostrado las redes sociales ofrecen mayores posibilidades garantizadas por la intimidad. Además las redes sociales se han transformado en muy poco tiempo en un espacio de interacción cotidiano, que es utilizado por jóvenes para estrechar lazos de amistad, amor o diversión.

VII. Conclusiones

VII.I. Introducción

En sociedades complejas como la actual, el papel de los sujetos se hace cada vez mucho más determinante para lograr transformar aspectos de la estructura social, como las desigualdades que viven las mujeres frente a los hombres y la violencia que los hombres ejercen contra las mujeres (Flecha, Gómez, & Puigvert, 2001). La transformación solo es posible a través del diálogo y la acción comunicativa (Soler & Flecha, 2010; Habermas, 2001). Lograr desbancar el modelo de masculinidad hegemónica (Connell, 2005) y potenciar un modelo alternativo (Gómez, 2004), es posible como he constatado en la presente investigación potenciando a los hombres igualitarios, en este caso jóvenes igualitarios. La necesidad de incidir en el análisis de la masculinidad está justificado porque muchas mujeres siguen siendo maltratadas por sus parejas, novios, parejas esporádicas, maridos o ex parejas e incluso en ocasiones acaban muertas (Oliver & Valls, 2004). Esto que a primera vista podría parecer una contradicción, no lo es, esto es producto de un proceso de socialización marcado por un modelo de masculinidad hegemónica en el que los hombres que sienten las libertades de sus parejas amenazan su propio poder y su manera de entender la masculinidad (Kimmel, 2008). En este sentido la literatura científica señala que los hombres sienten amenazado su poder con el aumento de las libertades que las mujeres han conseguido en estos últimos años, por este motivo lo que se propone en esta investigación, es contribuir a superar la reproducción y el predominio de este modelo, a través del análisis de los mecanismos que potencian masculinidades igualitarias a través de actos comunicativos.

Ahora es importante determinar cómo se potencian estas nuevas masculinidades para no caer en las consecuencias de una doble moral donde algunas chicas o mujeres plantean que les gustan los buenos, pero desean a los malos. Esta investigación ha estado encaminada a identificar cómo a través de los actos comunicativos se potencian nuevas masculinidades y vinculando a ellas un atractivo sexual promoviendo aspectos transformadores en las relaciones afectivo-sexuales entre adolescentes de Formación Profesional. A lo largo de la investigación he intentado mostrar que en las interacciones existentes entre las personas investigadas, sean dentro de la intimidad del grupo familiar o en el grupo de amigos, fuera o dentro del espacio educativo, existen actos comunicativos que promueven masculinidades igualitarias, y que además dentro de éstas existen actos comunicativos que permiten ligarlas a un atractivo sexual.

El principal objetivo de esta investigación es analizar cómo las nuevas masculinidades se vinculan al atractivo sexual, para poder contribuir a una transformación y un cambio en el campo de las masculinidades. En definitiva esta tesis se enmarca en la línea de actuar para promover, potenciar y visibilizar a través del atractivo sexual las nuevas masculinidades alejadas de los valores de la masculinidad tradicional o hegemónica (tal como he definido en el capítulo II). Sin embargo, cuando se promueven las nuevas masculinidades en algunos casos se obvia un aspecto sumamente importante para lograr que estas tengan una repercusión social real. Este elemento hace referencia al hecho de hablar con deseo de estas nuevas masculinidades (Puigvert, 2008), es decir dotarles de un atractivo sexual suficiente para que resulten atractivas a ojos de las otras personas. Establecer actos

comunicativos que les permitan iniciar relaciones afectivo-sexuales satisfactorias y no ser discriminados en el ámbito de las relaciones afectivo-sexuales.

Durante el proceso de investigación y siguiendo los directrices de la metodología comunicativa crítica he identificado como se reproduce el modelo de masculinidad hegemónica, detectando actos comunicativos como la violencia verbal y la física, pero además comentarios sobre cómo los jóvenes igualitarios no resultan atractivos para las compañeras y amigas. Pero los aspectos más importantes de la investigación están en poner el acento en la transformación social. Esto implica la identificación de las interacciones y actos comunicativos que promueven masculinidades igualitarias y además como se les dota de atractivo. La investigación ha estado dividida en tres partes fundamentales. La primera es la presentación de un marco teórico, que ha permitido adquirir los conceptos más relevantes para realizar el trabajo de campo. Posteriormente, he presentado el diseño de la investigación y la consecuente estrategia metodológica. Y por último he realizado el análisis de la información obtenida durante el trabajo de campo.

El análisis de los datos lo he dividido en cuatro capítulos. En los dos primeros, se encuentran las interacciones que describen los y las jóvenes con relación a la masculinidad dentro y fuera del espacio educativo. Por esto el análisis de estas interacciones están en dos capítulos, los capítulos III y IV. En el primero de ellos se analizan los actos comunicativos que reproducen el modelo de masculinidad tradicional donde he identificado aspectos de la masculinidad hegemónica como la violencia verbal y física. Pero además he identificado

aspectos no tan visibles como la utilización del lenguaje de la ética y del deseo para referirse a los jóvenes de cada una de las diferentes masculinidades (Puigvert, 2008). También he identificado aspectos como el relegar a los jóvenes igualitarios a la condición de eterno mejor amigo. En este capítulo he logrado evidenciar que el modelo de masculinidad hegemónica se reproduce no sólo con aspectos visibles y comunes propios de este modelo de masculinidad, sino que además existen formas mucho más sutiles de reproducir el modelo como potenciar que estos chicos sean vistos como atractivos.

En el capítulo IV, en cambio están definidos aquellos actos comunicativos que promueven nuevas masculinidades. Partiendo de elementos como el reconocimiento de las nuevas masculinidades a través de la amistad y las interacciones cotidianas que mantienen los chicos con las chicas. También se ha corroborado que gracias a interacciones que se establecen entre amigos y amigas, estos jóvenes establecen relaciones románticas satisfactorias con sus amigas ya que se muestran muy felices con estos chicos. Otra forma que se ha constatado que potencia el atractivo sexual de los jóvenes igualitarios es cuando las chicas toman la iniciativa de escoger a chicos igualitarios para relaciones afectivo-sexuales.

Los capítulos siguientes del análisis están dedicados a profundizar en los resultados en cada uno de los contextos escogidos para el trabajo de campo. Así por ejemplo el capítulo V está dedicado a los actos comunicativos que se producen dentro del ámbito familiar. Este capítulo está construido con el análisis de las interacciones que los jóvenes comentan que se producen dentro

del ámbito familiar y además de las interacciones que los propios padres hacen patente, pues dediqué parte de la investigación a entablar un diálogo en esa dirección. En este capítulo he centrado el análisis en dos figuras puntuales, primero las relaciones padre e hijo/a como elemento reproductor, para definir esto he descrito interacciones como es por ejemplo el trato diferenciado que tienen padres entre hijos e hijas, o el simple hecho de descansar en las madres para establecer una relación mucho más cercana con sus hijas. Es decir que he constatado que existe una relación más distante en el contexto familiar por parte del padre y que por tanto el diálogo es más constante con la figura materna. De alguna forma existen barreras, ligadas a los procesos de socialización de los hombres, que dificultan que se establezca este diálogo entre hijos e hijas alrededor de las relaciones y los modelos de masculinidad. En cambio el elemento transformador lo he centrado en la relaciones madre hijo/a. Ello se debe porque he identificado en ellas interacciones que favorecen y potencian las nuevas masculinidades igualitarias. Sin embargo, y aunque las madres potencian las relaciones románticas con chicos igualitarios, no hablan de ellos con un lenguaje del deseo, en cambio sí utilizan un lenguaje de la ética (Puigvert, 2008). En conclusión sin bien existen interacciones que potencian las nuevas masculinidades en la familia, no existen en estas interacciones una dotación de atractivo o de deseo que permita a estos chicos ser vistos como atractivos sino más bien, se utiliza un lenguaje que los relega exclusivamente a la esfera de la bondad.

Por último en el capítulo VI hay un apartado dedicado a interacciones que no estaban previstas dentro de los objetivos y que sin embargo, facilitan y producen actos comunicativos que promueven nuevas masculinidades. Al igual

que en los capítulos anteriores he identificado en primer lugar las interacciones que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica. En este aspecto he logrado distinguir situaciones en las cuales se ponen de manifiesto por ejemplo el engaño y también infidelidades. Además también se ha constatado la existencia de los celos, ya que algunos jóvenes utilizan las redes sociales como herramienta para mantener controladas a sus compañeras. A pesar de estas situaciones en donde se puede ver que existen interacciones que no hacen nada por superar el modelo de masculinidad hegemónica, existen interacciones que favorecen las nuevas masculinidades. Estas se producen gracias a la existencia de las redes sociales que se convierten en espacios de comunicación cotidiana entre las y los jóvenes. Esto permite que chicos igualitarios puedan interactuar de forma cotidiana con chicas que les atraen que favorece a que no existan presiones sociales en las que puedan verse envueltos. Uno de los aspectos que he logrado identificar en esta tesis doctoral es que el primer paso para iniciar una relación afectivo-sexual es pedir el Messenger o enviar una solicitud de amistad por Facebook. Una vez hecho lo anterior, se empieza poco a poco a intentar entablar una relación de amistad, hasta llegar a un posible ligue (romance de corta duración).

En términos generales, la construcción de las nuevas masculinidades a través de actos comunicativos se da en los tres ámbitos investigados, esto es, instituto, familia y redes sociales. Sin embargo, es necesario distinguir entre los actos e interacciones, es decir, entre aquellos actos comunicativos que tienen la intención de dotar de atractivo sexual a estos jóvenes que son igualitarios y los actos comunicativos que no dotan de atractivo a las nuevas masculinidades. Así por ejemplo como he demostrado en el ámbito de la

familia, cuando las madres dicen a sus hijas que elijan como novios a chicos que sean buenos, que las traten bien no existe en ese acto un uso del lenguaje del deseo y se habla de estos chicos en términos éticos. Esto termina por hacer perpetuar la doble moral y que muchas hijas vean con un atractivo sexual a chicos que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica.

Por otro lado, dentro de las interacciones que hay entre las chicas que otorgan atractivo a los chicos de una masculinidad hegemónica (Duque, 2006) se puede decir que se están dando pasos para la dotación de atractivo a las nuevas masculinidades, por tanto existe una convivencia entre los dos modelos de masculinidad entre los jóvenes.

VII.II Contrastación de Hipótesis y Objetivos

Como toda investigación científica, esta tesis doctoral está dedicada a dar respuesta a unas hipótesis y objetivos, estos últimos, objetivos generales y específicos. Los siguientes apartados están centrados en la verificación de hipótesis y objetivos de investigación. Para esto comenzaré por las hipótesis, para posteriormente pasar al objetivo general y los objetivos específicos.

VII.II.I Hipótesis I

Las hipótesis de esta investigación son dos, la primera de ellas orientada a verificar la existencia de interacciones que promueven nuevas masculinidades en la Formación Profesional.

“En contextos educativos muy masculinizados como la Formación Profesional, existen interacciones que promueven y visibilizan nuevas masculinidades igualitarias”.

Las interacciones que favorecen y potencian la existencia de una masculinidad igualitaria en desmedro de una masculinidad tradicional, son muchas pero las dividiré en tres grupos analizados ya en el capítulo IV. El primer grupo plantea la importancia de establecer las bases para cambiar con lo que es necesario manifestarse en contra de lo que ya existe. Así por ejemplo, existen actos comunicativos que lo que hacen es poner en evidencia la saturación de los jóvenes respecto al tipo de masculinidad que manifiestan sus compañeros. Estas evidencias se pueden encontrar en el apartado IV.I “Rechazo a la masculinidad hegemónica y tradicional”. El segundo grupo hace referencia a la potenciación de las nuevas masculinidades. Según los datos analizados la primera forma de potenciar a las nuevas masculinidades son a través de la amistad, evidencia que se puede encontrar en los apartados IV.II y IV.III del mismo capítulo. Por último en el tercer grupo también se constata que existen interacciones que favorecen las nuevas masculinidades y las potencian pero esta vez relacionándolas con el atractivo. He intentado dar respuestas a este tipo de interacciones en los apartados IV.IV en adelante, hasta llegar al último apartado del capítulo IV que es el apartado IV.X.

Analizando cada uno de estos grupos, he identificado interacciones que están, como he mencionado previamente, desmereciendo las masculinidades hegemónicas. Estas interacciones son producto del cansancio que los jóvenes que ejercen la masculinidad hegemónica producen entre sus compañeros. Así por ejemplo, la situación que puede reflejar Héctor en la siguiente cita evidencia

este aspecto, sobre todo incidiendo en el desencanto hacia aquellos chicos que se aprovechan de los demás.

“Sabes lo que te digo, los que no hacen los deberes y luego van detrás de las chicas que son más inteligentes que ellos. Pero bueno las chicas siempre les dan calabazas y a tomar por culo. Las chicas dan calabazas, a los salidos”. (Héctor, 22 años, relato, p. 58)

Aunque las manifestaciones de molestia entre los y las jóvenes se dan de diversas formas, las chicas también muestran un abierto sentido de cansancio hacia los compañeros hegemónicos en sus relaciones personales. Por ejemplo, durante el trabajo de campo la primera pregunta que se formulaba en los relatos de vida con adolescentes hacía referencia a las posibilidades de tener relaciones románticas con sus compañeras. La respuesta siempre era la misma, *“el más chulo”*. De todos modos cabe subrayar que esta situación ha ido cambiando poco a poco, permitiendo que las nuevas masculinidades estén más presentes.

E: y para no verlo atractivo o sea para llegar a esta conclusión de que no es atractivo, pues a lo mejor alguien le veía algo de atractivo, que ahora no lo veáis, que cosas habláis entre vosotras, aparte de decir que esto no está bien y que no....

Es que más que nada fue por eso, por lo que pasó, desde ahí como que le hemos puesto la cruz. Ahora pues a lo mejor, antes decíamos a la manera de andar o la manera de expresarse o hablar, pues ahora decimos pues esto no está bien porque va muy de chulo y tal. Pues a lo

mejor lo que antes veíamos de chulo que nos gustaba, ahora no nos gusta. (Laura 19 años, relato p. 76)

El segundo grupo, dentro de las interacciones que dan respuesta a la primera hipótesis de esta investigación, hacen referencia a las interacciones que reconocen y favorecen las nuevas masculinidades en desmedro de la masculinidad hegemónica a través de la amistad. De acuerdo a lo que he logrado verificar a lo largo de esta investigación, la primera forma de favorecer las nuevas masculinidades igualitarias es reconocer que hay hombres que se alejan del modelo tradicional o hegemónico de masculinidad y este reconocimiento es a través de la amistad. Así el punto IV.II está dedicado exclusivamente al reconocimiento de que hay masculinidades alejadas del modelo hegemónico. Reconocer que existen hombres que se alejan del modelo tradicional es fundamental, pero más aún está en el hecho de reconocerse a sí mismo como un hombre poco convencional en el sentido de alejarse del modelo hegemónico de masculinidad. En este sentido he demostrado durante el análisis que hay chicos que se reconocen como hombres que no son “chulos” como coloquialmente se conocen a los jóvenes hegemónicos. A continuación Luis habla de cómo se referían hacia él amigos y como se ha ganado ese respeto por parte de sus pares.

E: ¿Tú te acuerdas como hablaban de ti? ¿Qué decían? ¿Qué comentarios hacían sobre ti?

“Pues eso, que eres la polla, que te ríes mucho, no sé qué. Pero no me lo he ganado a base de reírme de nadie, ni de insultar a nadie. Ya te digo ha sido por lo que les he comentado antes, mis vivencias me dicen

que es eso, ser una persona lanzada una persona abierta, hacer reír a la gente de manera sana claro, pero sin reírse de nadie, sin ridiculizar a nadie". (Luis 22 años, grupo chicos p. 55)

Durante el análisis he demostrado también que hay jóvenes que se reconocen como igualitarios, sin embargo la principal forma de reconocer en otros a los hombres igualitarios es a través de la amistad, esto se manifiesta entre casi todas y todos los chicos del instituto quienes reconocen tener un "mejor amigo". Los amigos, o mejor dicho los mejores amigos, son chicos con cualidades que no poseen todos, han de ser buenos compañeros, saben escuchar, divertidos etc. Si bien los chicos de una masculinidad hegemónica manifiestan tener un mejor amigo, éste no cumple con las cualidades antes descritas pues su amistad es utilizada para molestar a los demás, es decir, es una amistad basada en una solidaridad masculina hegemónica. Por ello los ejemplos sobre el reconocimiento de la amistad están sacados de acuerdo a descripciones hechas por las chicas y chicos teniendo cualidades como las previamente mencionadas.

A ver, yo casi siempre los amigos que me escojo, son los que tratan bien a la gente. Pero porque yo trato bien a la gente y a mí me gusta que me traten bien y no me gustan los chulos que van criticando a todo el mundo. Me gustan amigos que son amigos de verdad. Con ellos yo me junto, entonces pues me tratan bien. Pocos amigos tengo por eso. (Cris 17 años, relato p 111)

La amistad durante la investigación ha estado presente en distintas formas, primero cuando enumeré las formas que tiene la masculinidad hegemónica de

reproducirse, la amistad está dentro de esta categoría, pues ocupa una de las formas sutiles de reproducir la masculinidad. En la contrastación de la siguiente hipótesis detallaré más este aspecto, por ahora seguiré en la amistad como forma de potenciar las nuevas masculinidades, pero esta vez con atractivo sexual. Así, durante el análisis he demostrado que muchas chicas que en un primer momento no veían en sus amigos una posible pareja, las interacciones de cercanía y el mantenerse preocupados les ha permitido dar un paso más en las relaciones con sus amigas.

Claro que eso si puede ser porque también el contacto de cómo te trata él y de cómo te trata otra persona y entonces sabes que se nota eso. O, sea el cariño se coge a una persona quieras o no... y más si te ayuda en problemas que tengas grandes, sabes. Si esta todo el día apoyándote y a lo mejor un amigo tuyo de verdad no va estar y él te está demostrando cosa que no te haya mostrado el otro amigo, sabes. Entonces pues sí, se coge cariño y a lo mejor puedes tener al final algo. Porque si no se conocieran del paso no sería tan grande de un día para otro. No sé en el día a día no sé si lo ves o no lo ves, también si hablas mucho con él. No hablas nada y a lo mejor hablas un día y se lo cuentas todos sabes no sé. (Miriam 17, grupo de discusión, p 64)

Aunque para esta hipótesis se podría sacar ejemplos obtenidos en el análisis desde el apartado IV.IV hasta el apartado IV.X, ya que en todos ellos hay ejemplos de cómo se potencian las nuevas masculinidades con atractivo sexual, he decidido incluirlos en el apartado donde se habla sobre la amistad hacia el amor. He tomado esta decisión principalmente porque en la amistad

está la primera forma de reconocer donde están los chicos igualitarios y además las chicas que han decidido dar el paso de pasar de la amistad al amor se muestran muy satisfechas con sus relaciones, es decir ven en sus relaciones sentimentales una mayor complicidad por el mismo hecho de antes haber mantenido una relación de amistad.

Por ejemplo una amiga, era amigo suyo y al principio no se fijó nada en porque no era un chico atractivo y tal pero vio eso, que la trataba muy bien. Y empezó a decir no sé qué, es que me trata tan bien, pero no es atractivo. No me gusta físicamente, pero bueno todas tenemos nuestro ideal de hombre que luego rompemos. Pero eso pasa y bueno. Ella acabo fijándose en él. De ahí fue a más él le pidió salir y ahora llevan mucho tiempo juntos y están muy felices. (Montse 19 años, relato p 121)

Como he puesto de manifiesto durante el análisis, específicamente durante todo el capítulo IV, la primera hipótesis de esta investigación ha sido contrastada. Por tanto se puede concluir que existen interacciones que favorecen y potencian las nuevas masculinidades en desmedro del modelo de masculinidad hegemónica. Además de quedar de manifiesto en el análisis en estas mismas conclusiones se subraya que además se pueden dividir las interacciones en tres grupos y respondiendo a la hipótesis. Primero aquellas interacciones o actos comunicativos que se producen en desmedro del modelo tradicional de masculinidad. Segundo aquellos actos e interacciones que reconocen a las nuevas masculinidades y por último aquellas interacciones que reconocen las nuevas masculinidades y que además les dotan de un atractivo sexual.

VII.II.II Hipótesis II

La segunda hipótesis de esta tesis doctoral está orientada a identificar actos comunicativos que potencian las nuevas masculinidades, del mismo modo que identificar si hay en las interacciones entre iguales y en la familia una diferencia entre las que potencian un atractivo sexual en las nuevas masculinidades y entre aquellas que no lo hacen. De ahí la segunda hipótesis de investigación queda definida de la siguiente manera:

“Entre las interacciones que promueven as masculinidades igualitarias existen diferencias en relación al fomento o no del atractivo sexual”

El propósito de esta distinción es contrastar que el hecho de potenciar a los jóvenes de nuevas masculinidades no implica automáticamente su éxito en las relaciones románticas. De acuerdo a como he estado trabajando, un cambio en el modelo de masculinidad acarrea una transformación social profunda y mejorar las relaciones románticas que acaben por eliminar el problema de la violencia de género. Para contrastar esta hipótesis haré dos distinciones. La primera está referida a las interacciones que se producen entre los jóvenes dentro y fuera del ámbito educativo. La segunda está orientada a las interacciones y actos comunicativos que se producen dentro del ámbito familiar.

Entre los actos comunicativos e interacciones que se producen entre los jóvenes que potencian las nuevas masculinidades y además les dotan de un atractivo sexual. Para esto he de recurrir una vez más al ejemplo de la amistad. Así por ejemplo, en el capítulo III sobre cómo se reproduce el modelo de masculinidad hegemónica en los jóvenes hay dos apartados especialmente

importantes en este sentido. El primero de ellos específicamente el apartado III.VI está relacionado con la condición de eterno mejor amigo que poseen los chicos que pertenecen a las nuevas masculinidades. El segundo apartado III.VII está relacionado con la utilización del lenguaje hacia estos chicos. De acuerdo a la condición de mejor amigo, las chicas ven en estos chicos unas cualidades como he descrito anteriormente, que los hacen unas excelentes personas, cuestión que sin embargo no acaba de gustar o calar en un atractivo sexual hacia estos chicos. Así, las chicas los potencian, los describen como excelentes personas y, sin embargo, no les dotan de un atractivo sexual o al menos para ellas no son adecuados

E: ¿Pero por qué no os ligáis a los mejores amigos?

Porque son mejores amigos. Porque si te lo ligas, ya no es tu amigo

E: Es igual, no importa perder la amistad...

Si hombre....Claro vas a perder la amistad. Novios pueden haber muchos, amigos pueden haber muy pocos

E: ¿y chicos con las características de los mejores amigos no les interesan?

Si tío ¿pero dónde están? (Paola 19 años, grupo de discusión de chicas)

En lo que se refiere a la utilización del lenguaje, existen en los actos comunicativos una forma de hablar de estos chicos en los que se les potencia, ya que efectivamente se habla bien de ellos. Pero en esta forma de utilizar el lenguaje, no existe deseo hacia estos chicos, es decir definirlos como “Buenos” o decir que son excelentes “amigos” no les dota de atractivo y contribuye a

reproducir la doble moral que acaba legitimando el modelo de masculinidad hegemónica. En el siguiente ejemplo se hace una distinción entre “mono” y “majo”. En teoría los adjetivos tienen aspectos positivos, sin embargo, en ellos hay una carga positiva con atractivo sexual sólo en uno de los casos.

Decimos mira que majo el chico, que buen ver. Decimos que está bien.

E: ¿Y del chico majo?

Claro decimos “que mono”.... El comentario es diferente uno es que mono y otro es que majo.

E: ¿Cuándo es mono que quieres decir?

Porque es mono...es bueno ¿sabes? Es mono se le ve bien, se le ve buen niño. Y del otro decimos mira, nos alegra la vista y ya está. (Paola 19 años, relato p. 38)

Con los anteriores ejemplos se puede afirmar que en las interacciones entre jóvenes, existen actos comunicativos que potencian a las nuevas masculinidades y que dentro de estos actos comunicativos, existe una diferencia entre las que les dotan de atractivo sexual y entre las que no existen ninguna asignación de deseo y atractivo.

En lo que se refiere a los actos comunicativos que se producen en el ámbito familiar, cabe distinguir entre los actos comunicativos que potencian a los jóvenes igualitarios si les otorgan o no un atractivo sexual. Las familias tal como he descrito en el capítulo II, es una de las principales fuentes socializadoras. Además, según algunas aportaciones, es en la familia donde la masculinidad tiene un mayor valor simbólico en especial para los hombres

(Fuller, 2001) como prueba de afirmación de la masculinidad. Por tanto dentro de las familias que han participado en la investigación aún hay camino por recorrer. En lo que se refiere a la comprobación de la hipótesis de estudio, durante el análisis del trabajo de campo he definido dos figuras puntuales en las familias que han participado en la investigación: padre y madre. El primero reproduce el modelo de masculinidad debido a una socialización marcada por el modelo hegemónico hecho que condiciona a no abrir espacios de diálogo en los que hablar sobre qué tipo de chicos gustan y por qué. Ello tiene una repercusión en las interacciones entre padres e hijos. Por otro lado la definición de las madres como figuras transformadoras, también gracias al modelo de socialización marcada por la esfera de la bondad, permite abrir espacios de diálogo en los que hablar sobre las relaciones afectivas y los chicos que convienen y los que no. Estas dos socializaciones están actuando como barrera para fomentar unas interacciones y actos comunicativos en las familias que vinculen el deseo y la igualdad. Este planteamiento es determinante para distinguir entre los actos comunicativos que potencian las nuevas masculinidades y que les dotan de atractivo sexual y aquellos que no lo hacen. De hecho al definir a la madres como figuras transformadoras, lo hacen en el sentido de potenciar a los chicos, e incluso recomendando a sus hijas relaciones románticas con este tipo de hombres. Sin embargo, en las palabras no hay un lenguaje de deseo, es decir durante el análisis he evidenciado que las madres solo les recomiendan este tipo de hombres porque son buenos pero no por ser atractivos. Esto aunque pueda ser un elemento de transformación social, lo que produce es una reproducción, pues en la familia donde se socializa y no hay un cambio en el modelo de socialización hacia un modelo

diferente de hombres. Es decir, al no existir un vínculo entre el lenguaje del deseo con el de la ética, y persistir únicamente este último, solo acaban por reproducir el modelo atracción hacia un modelo de hombres.

“Mi madre siempre me dice que me fije en los chicos normales, que no sean muy gamberros para que el día de mañana si puedo estar con ellos, pues que este bien. No que me traten mal ni que yo les tenga que mantener ni nada. Que sean que estudien, normales que no sean tontos, pero normales”. (Cris 17 años, relato comunicativo p. 34)

Gracias a las evidencias presentadas durante el análisis de la información, ejemplificadas con algunas citas en las conclusiones, se puede decir que la hipótesis 2 de esta tesis doctoral está comprobada. Es decir en las interacciones que potencian las nuevas masculinidades, se puede hacer una clara diferencia entre las que las potencian y entre aquellas que las potencian y además les otorgan un atractivo sexual. Lo que además de potenciarlas permite a los jóvenes de las nuevas masculinidades *ser vistos como atractivos* y generar un nuevo modelo de atractivo hacia hombres igualitarios.

Hasta este punto, he contrastado ambas hipótesis de esta investigación, ahora corresponde a verificar si durante la investigación además he logrado dar respuesta a los objetivos de investigación, dígame un objetivo general y tres objetivos específicos. Por ahora me detendré en el objetivo general para luego pasar a los objetivos específicos.

VII.II.III. Objetivo General

“Estudiar qué tipo interacciones visibilizan masculinidades igualitarias y les atribuyen atractivo sexual – entre adolescentes, en contextos educativos y familiares – con el fin de identificar elementos de transmisión de valores que superen la problemática de la atracción a la violencia del modelo masculinidad hegemónica”

El trabajo realizado durante el análisis se ha dirigido a dar respuesta al objetivo general de investigación. Estudiar cómo se manifiestan entre adolescentes masculinidades igualitarias ha sido el trabajo del capítulo IV en toda su extensión. En primer lugar he determinado que existe entre los jóvenes un rechazo absoluto hacia el modelo tradicional de masculinidad. Ya no solo por cómo ha sido demostrado en el apartado IV.I donde chicos se manifiestan de forma desfavorable hacia los jóvenes que poseen una masculinidad hegemónica, sino que además son muchas chicas las que se muestran contrarias hacia estos chicos. Una vez demostrado que existe este rechazo al modelo de masculinidad hegemónico, he puesto de manifiesto como comienza a potenciar, especialmente a través de la amistad a las masculinidades igualitarias, distinguiéndoles positivamente en comparación con los chicos de masculinidad hegemónica. Una vez establecidos estos aspectos, de rechazo al modelo de masculinidad hegemónica y de reconocimiento de las nuevas masculinidades, he planteado que otra forma de manifestarse que poseen las nuevas masculinidades están vinculadas al amor a través de la amistad.

Por otro lado en cuanto a la forma de cómo se manifiestan las nuevas masculinidades, haré referencia a los valores que hasta este punto no habían

sido mencionados como una forma de manifestarse de las masculinidades igualitarias. En este sentido, he destacado dos que me han parecido especialmente importantes pues son considerados muy relevantes entre quienes valoran a los chicos de las nuevas masculinidades. El primero de ellos está referido a la solidaridad como parte de la amistad en el apartado IV.V. En este apartado relacionado con la amistad destaco que la solidaridad es un valor considerado muy importante para quienes reconocen y potencian las nuevas masculinidades. El valor de la solidaridad, en algunos casos, es el primer elemento visible de los jóvenes igualitario por ejemplo la frase *“es que siempre nos ayuda”* se repite cuando destacan al chico que están haciendo referencia.

El segundo valor al cual hacen referencia tanto chicos igualitarios como quienes les potencian es el referido al valor de la seguridad, en el apartado IV.VI. Según he demostrado durante el análisis, específicamente dedicado a este valor como parte de los jóvenes que promueven nuevas masculinidades, el valor de la seguridad es considerado primero por los propios chicos que se reconocen de las nuevas masculinidades porque plantean que ayuda a relacionarse con compañeros y compañeras. Y segundo por quienes reconocen a estos chicos de las nuevas masculinidades, porque ven en ellos personas seguras de sí mismas, lo que da confianza a la hora de interactuar y relacionarse con ellos. Muy por el contrario ser igualitarios y seguros les hace atractivos como he demostrado en el apartado IV.VI. Además ser seguros implica que no se dejan intimidar por otros chicos como ocurre en algunos casos, tal como he puesto de manifiesto durante el capítulo III, donde chicos de masculinidad hegemónica sienten que la forma de ser de los chicos igualitarios es una amenaza para ellos. Valores como la seguridad y la solidaridad son

valores que se promueven como parte de ser de las nuevas masculinidades igualitarias que han quedado en evidencia durante el proceso del análisis de la información, estos antecedentes permiten afirmar que el trabajo llevado a cabo durante en análisis responde al objetivo general orientado a los valores promovidos.

Con los antecedentes trabajados durante el análisis de la información especialmente el capítulo IV dedicado exclusivamente a las interacciones que manifiestan masculinidades igualitarias dentro del ámbito educativo, y ejemplificados en estas conclusiones. El capítulo VI donde he demostrado las interacciones dentro del ámbito familiar. Y por último el capítulo VI dedicado a las interacciones que se producen en las redes sociales se ha podido dar respuesta al objetivo general de investigación. Esto porque he estudiado como se manifiestan interacciones que ponen en manifiesto a jóvenes de masculinidad igualitaria y que valores contribuyen a superar los problemas de las masculinidad hegemónica en los tres ámbitos investigados. Además de identificar qué tipos de valores se reproducen con mayor notoriedad y les hacen destacar, así como ser potenciados tanto por quienes ven en ellos un cambio positivo y posible en la forma de ejercer la masculinidad. Así como por ellos mismos, pues como he mostrado, la seguridad es un valor que permite mostrarse seguros en el dialogo, de una forma muy distinta en la seguridad mostrada los jóvenes de masculinidad hegemónica. Sin embargo, de acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis, es la amistad la principal interacción que permiten visibilizar y potenciar a los chicos de las nuevas masculinidades. A continuación se detallan a través de los objetivos específicos qué tipo de

interacciones promueven nuevas masculinidades en el ámbito familiar y educativo.

VII.II.IV Objetivos Específicos

Al igual que las hipótesis y el objetivo general, durante el análisis he trabajado para dar respuesta a los objetivos específicos. El primer objetivo específico es:

Identificar actos comunicativos que promueven la masculinidad igualitaria y la masculinidad hegemónica en las relaciones de amistad o de iguales entre los jóvenes de Formación Profesional.

Como he demostrado durante la comprobación de las hipótesis ya se han establecido qué actos comunicativos están promoviendo las nuevas masculinidades y qué actos comunicativos promueven masculinidad hegemónica. Para esto durante los capítulos III y IV están dedicados exclusivamente a las interacciones que se producen entre los jóvenes del instituto, con lo cual se ha podido identificar cuáles son las interacciones que promueven nuevas masculinidad igualitaria (capítulo IV) y cuales promueven masculinidad hegemónica (capítulo III). De esta forma entre las interacciones que reconocen y visibilizan a las nuevas masculinidades hemos visto actos comunicativos que las promueven a través de amistad. Para continuar con el análisis de las interacciones que promueven modelos igualitarios de masculinidad y en la misma línea de análisis, un vez establecido que las nuevas masculinidades se comienzan a reconocer a través de la amistad, existe en la amistad un componente que además les dota de atractivo sexual. Esto se debe a que existen chicas que han profundizado su relación de amistad con los chicos que promueven nuevas masculinidades, pasando de una

amistad a una relación afectivo-sexual. Como último aspecto analizado, he establecido interacciones en donde las chicas toman la iniciativa hacia los chicos de las nuevas masculinidades y que por algún motivo no se atreven a dar el primer paso.

El segundo objetivo está referido a hacer una diferenciación entre los actos comunicativos que promueven nuevas masculinidades atractivas y aquellas interacciones que además les dotan de atractivo sexual.

“Distinguir entre los actos comunicativos que promueven o no el atractivo sexual en los jóvenes de Formación Profesional”.

Durante el desarrollo del análisis del capítulo cuatro he intentado seguir una línea correlativa en cuanto a los actos comunicativos que promueven nuevas masculinidades se refiere, esta línea de análisis va desde el rechazo de las masculinidad hegemónica, hasta interacciones en donde las chicas directamente toman la iniciativa cuando los jóvenes de nuevas masculinidades no se atreven. Esta línea de análisis esta hecho procurando ir desde aquellos actos comunicativos que solamente reconocen las nuevas masculinidades hasta los actos comunicativos que además de reconocerlos les dota de atractivo. Esta distinción permite diferenciar cuando existe una utilización del lenguaje de la ética y la utilización del deseo (Puigvert, 2008). Esto permite recocer que no es suficiente con potenciar a las nuevas masculinidades sino que además es necesario dotarles de atractivo sexual, con el fin evitar caer en la doble moral. Un ejemplo claro de ello es cuando para referirnos a los chicos de las nuevas masculinidades algunas chicas utilizan el adjetivo de *“mono”*.

Con este adjetivo las chicas intentan de algún modo promover a estos chicos, pero sin embargo le restan todo atractivo sexual por es “*mono*”.

El tercer objetivo específico se refiere a las interacciones que se producen dentro del ámbito familiar. Específicamente a identificar las interacciones que promueven las nuevas masculinidades y además distinguir entre las que dotan o no de atractivo sexual:

Identificar actos comunicativos que promueven la masculinidad igualitaria y masculinidad hegemónica en las relaciones familiares de los jóvenes de Formación Profesional

Este objetivo queda completamente desarrollado durante el análisis del capítulo V. Esto porque me he dedicado a identificar primero las interacciones que reproducen el modelo de masculinidad hegemónica o tradicional, y posteriormente he procedido a identificar las interacciones que promueven las nuevas masculinidades. Las interacciones que se producen en el ámbito familiar que promueven las nuevas masculinidades, las he centrado en la figura de la madre que según los resultados obtenidos ejerce el papel transformador dentro del ámbito familiar. Sin embargo, las interacciones que promuevan las nuevas masculinidades por parte de las madres no son interacciones que promueven un atractivo sexual. Esto ya lo he demostrado antes durante la comprobación de la hipótesis. Esto se produce cuando las madres utilizan un lenguaje de la ética para que sus hijas se fijen en jóvenes que ellas creen que son buenos para sus hijas. Sin embargo, no utilizan un lenguaje del deseo, como por ejemplo “*mira que guapo es aquel*”, esto acaba por mantener y reproducir el tipo de socialización del atractivo hacia un determinado tipo de

hombres. Esta explicación sobre las interacciones dentro del ámbito familiar da como resultado una correcta respuesta al segundo objetivo específico de esta investigación.

Una vez establecido los argumentos de los anteriores objetivos específicos, queda por argumentar el trabajo realizado que está orientado a dar respuesta al cuarto y último objetivo específico. Este objetivo específico está establecido de la siguiente forma:

Avanzar en el conocimiento sobre los procesos de socialización en los modelos de atractivo masculino

Durante todo el desarrollo del análisis he logrado establecer bases que demuestran que existen en los procesos de socialización que viven los jóvenes argumentos, que van en una línea determinada para establecer cuál es el modelo en el que se les está socializando. Tal como lo demuestran otras investigaciones (Gómez, 2004; Duque, 2006), hemos visto que existe una socialización hacia un determinado modelo de masculinidad. Sin embargo, se ha logrado constatar que a través de interacciones entre jóvenes, en especial entre chicas, que estos modelos de socialización son susceptibles de cambio. Así por ejemplo he llegado a identificar cómo en las interacciones entre chicas se logra cambiar la percepción en cuanto a los chicos, viéndoles atractivos gracias a los actos comunicativos que se producen entre chicas. Del mismo modo que existen actos comunicativos que socializan hacia un determinado modelo de atractivo entre las chicas del instituto, he logrado identificar cómo existen en las interacciones de las chicas que van a la formación profesional una socialización hacia un determinado modelo de atractivo. A su vez, he

logrado constatar que aunque existe un claro modelo en las familias de las chicas, sobre qué tipo de masculinidad es el adecuado para ellas (masculinidades igualitarias), no existe en esta socialización una utilización un lenguaje del deseo y sí un lenguaje de la ética (Puigvert, 2008). Esto trae consigo una reproducción del modelo de socialización del atractivo hacia las masculinidades tradicionales.

A modo de resumen podemos plantear que existen suficientes evidencias presentadas durante el análisis de la información y contrastadas en las conclusiones a través de las hipótesis que permiten dar cuenta de forma positiva sobre los actos comunicativos que promueven las nuevas masculinidades. Haciendo las distinción entre aquellos actos que promueven las nuevas masculinidades y aquellos actos comunicativos que además les dotan de un atractivo sexual. La creación de un atractivo sexual hacia las nuevas masculinidades es un elemento clave para la transformación social. Cambiar el modelo de socialización centrado en el atractivo y el deseo hacia hombres igualitarios permite de alguna forma combatir aspectos tan importantes como la violencia de género y también mejorar las relaciones afectivo-sexuales que tienen las personas.

Una vez comprobados los resultados de los objetivos específicos, debo detenerme en un ámbito no considerado en un comienzo en esta tesis doctoral y es el relacionado con el de las redes sociales. Según los resultados del análisis, estas se han convertido en una herramienta de uso cotidiano para las interacciones entre jóvenes del instituto de formación profesional. Uso que se da entre amigos y amigas, pero que además se utilizan como herramienta de

contacto de tipo romántico. Durante en análisis se logró comprobar que la primera forma de acercarse a alguien que les atrae, es a través de las redes sociales, interacciones que pueden ir transformándose poco a poco en una relación de amistad, hasta llegar a una relación afectivo-sexual. El uso de las redes sociales tiene por un lado el aspecto negativo que implica una serie de interacciones ligadas al control de las compañeras y los celos. Sin embargo, los resultados demuestran que las redes sociales favorecen interacciones que potencian las nuevas masculinidades, pues permite interacciones en un espacio virtual mucho más íntimo y sin presiones sociales. Da ahí que las redes sociales estén favoreciendo las nuevas masculinidades, ya que permiten unas interacciones que probablemente no se producirían en otros contextos sociales.

VII.III Propuestas para la superación de la masculinidad hegemónica

Son muchas las investigaciones que dedican sus trabajos a poner de manifiesto cómo se reproduce el modelo de la masculinidad hegemónica. Sus trabajos imprescindibles para las ciencias sociales nos hacen poner sobre el tapete las discusiones sobre las desigualdades que viven las mujeres. Sin embargo, así como hay quienes se dedican a estudiar cómo se reproducen desigualdades, esta tesis doctoral, apoyada por el trabajo de CREA (Centro especial de investigación en teorías y prácticas superadoras de desigualdades) analiza los mecanismos para superarlas a partir del trabajo desarrollado en este caso en la línea de género que posee el centro, concretamente de nuevas masculinidades. Las directoras de este trabajo, las doctoras Marta Soler Gallart y Adriana Aubert tienen como principal finalidad investigar donde se está

produciendo un cambio en cuanto a la superación de desigualdades sociales y cómo superar la violencia de género. Por esto, investigar cómo se construyen las nuevas masculinidades especialmente en esta tesis doctoral aporta conocimiento científico para identificar estrategias y formas de actuar que promuevan nuevas masculinidades igualitarias y atractivas que permitan ir construyendo un camino de prevención y superación de la violencia de género. De acuerdo a este conocimiento aportado en esta investigación, existen elementos que debemos tener en cuenta para fomentar los modelos alternativos de masculinidad, es decir elementos a considerar para potenciar a los chicos de las nuevas masculinidades.

A continuación haré un repaso de cinco puntos en donde se ha profundizado el trabajo de esta tesis doctoral. La intención es tener en cuenta aspectos positivos de cada uno de estos puntos relacionados con los ámbitos investigados y concretar propuestas para poder avanzar en la potenciación de los chicos de las nuevas masculinidades.

Amistad

Sin duda la amistad ha sido uno de los aspectos que nos constatar que ejerce un papel primordial a la hora de visibilizar y reconocer lo positivo de las nuevas masculinidades. Tanto chicas como chicos reconocen que sus amigos son referentes que aportan valor a sus relaciones personales. Esto no solo en amistad sino que muchas chicas han visto como en sus amigos se genera un atractivo sexual que permite pasar a unas relaciones afectivo-sexuales muy satisfactorias. Por esto sostengo que la amistad es un elemento fundamental

en la transformación social y que además permite en algunos casos generar atractivo sexual en los jóvenes de las nuevas masculinidades.

Contexto familiar

Como se ha visto durante el análisis dentro del ámbito familiar se utiliza un lenguaje de la ética para caracterizar o hablar de jóvenes de las nuevas masculinidades. Esto se traduce en ocasiones en falta de deseo sexual hacia este tipo de jóvenes. Por este motivo es necesario guiar hacia contextos dialógicos que permitan a jóvenes y padres hablar de temas como el atractivo y la sexualidad. Existe una seria necesidad de generar espacios de diálogo donde se pongan de manifiesto este tipo de situaciones, espacios de diálogo dentro del ámbito familiar que permitan hablar de atractivo sexual de los jóvenes de las nuevas masculinidades. Por tanto consideramos que en la familia se construyan construir espacios de comunicación entre los adultos y los jóvenes que componen la familia.

Redes Sociales

Sin lugar a dudas las redes sociales son parte de nuestras vidas, esto por supuesto no es ajeno a las y los jóvenes. Son precisamente ellos quienes se han apropiado de las redes sociales para establecer relaciones románticas. Como se ha visto durante el análisis esto ha sido aprovechado de manera negativa por algunos, sin embargo, las redes sociales son una herramienta de diálogo y se presentan como una oportunidad para los jóvenes de las nuevas masculinidades, porque a través de ellas se generan espacios de diálogo más íntimos que estrechan relaciones de amistad entre chicas y chicos.

Potenciar la seguridad

La seguridad es una cuestión recurrente en las nuevas masculinidades, tanto como para quienes las valoran como para quienes ejercen nuevas masculinidades. La seguridad ha sido un elemento importante en mi tesis en relación a dos aspectos. En el primero de ellos porque al establecer relaciones sociales, sean con chicas o con chicos, la seguridad como he demostrado en el análisis les permite establecer relaciones de amistad sólida y de confianza. En segundo lugar está el aspecto de del atractivo sexual, esto porque como he destacado en el análisis la seguridad además dota de atractivo sexual a los chicos igualitarios, lo que ayuda a transformar el modelo de atractivo.

Bibliografía

- Alcoba, E; Puigvert, L; Ríos, O. (2007). El model de masculinitat hegemònica tradicional a debat. En Armengol, J.M. (Ed.) *Masculinitats per al segle XXI*. (18-24). Barcelona: Ajuntament de Barcelona i CEDIC.
- Alonso, L. (1998). *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos.
- Apple, M. & Beane, J. (1997) *Escuelas democráticas*. Madrid: Morata.
- Aubert, A.; Melgar, P. & Valls, R. (2011) Communicative Daily Life Stories and Focus Groups: Proposals for Overcoming Gender Violence Among Teenagers. *Qualitative Inquiry*, 17, 295-303.
- Aubert, A.; García, C. & Racionero, S. (2009). El aprendizaje dialógico *Cultura & Educación*, 21, 129-139.
- Aubert, A.; Duque, E.; Fisas, M. & Valls, R. (2004). *Dialogar y transformar. Pedagogía crítica del siglo XXI*. Barcelona: Graó.
- Austin, J. (1971). *Cómo hacer cosas con palabras: palabras y acciones*. Barcelona: Paidós
- Beavouir, S. (2001). *El segundo sexo. Vol. II: La experiencia vivida*. Madrid: Cátedra.
- Beck-Gernsheim, E. (2000). La reinención de la familia. En busca de nuevas formas de convivencia. Buenos Aires: Paidós.
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo: Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Beck, U., & Beck-Gernsheim, E. (1998). *El normal caos del amor. Las nuevas formas de la relación amorosa*. Barcelona: Paidós.

- Berger, P., & Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bernstein, B. (1989). *Clases, códigos y control*. Madrid: Akal.
- Bonino, L. (2000). Varones, género y salud mental: deconstruyendo la normalidad masculina. En Segarra, M. & Carabí, A. (Ed.) *Nuevas Masculinidades*. Barcelona: Icaria.
- Bonino, L. (2007). Camins cap al canvi masculí en l'àmbit domèstic. A Armengol, J. (Ed.) *Masculinitats per al segle XXI*. (pp. 55-62). Barcelona: Ajuntament de Barcelona i CEDIC.
- Bonino, L. (2008). Micromachismos: el poder masculino en la pareja "moderna". En *Voces de hombres por la igualdad*. Lozoya, J. & Bedoya, J. (Comp.). Edición electrónica Chema Espada
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. & Mizraji, M. (1988). *Cosas dichas*. Buenos Aires: Gedisa.
- Bourdieu, P. (1988). *La Distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2001). *Poder, Derecho y Clases Sociales*. Bilbao: Desclée.
- Bowles, S. & Gintis, H. (1985). *La instrucción escolar en la América capitalista*. Madrid: Siglo XXI.

- Butler, J. (2001). La cuestión de la transformación social. En Beck, E.; Butler, J. & Puigvert, L. (2001). Mujeres y transformaciones sociales. Barcelona: El Roure.
- Butler, J. (2007). El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad. México: Paidós y UNAM.
- Carabí, A & Segarra, M. (2000). Nuevas masculinidades. Barcelona: Icària.
- Carabí, A. (2000). Construyendo nuevas masculinidades: una introducción. En Segarra, M. & Carabí, A. (Ed.) Nuevas Masculinidades. Barcelona: Icaria.
- Castells, M. (1998). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. el poder de la identidad, vol. II. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2001). La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2005). Globalización e identidad. Quaderns De La Mediterrània, 5, 11-20.
- Centro de Estudios Balmes (2006). 20 años de cooperativismo al servicio de la educación. Cádiz: Centro de Estudios Balmes.
- Colín, Y. (2009). El aborto: ¿un duelo para los varones? Un estudio de casos. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres. Madrid: Plaza y Valdés.
- Connell, R. W. (1987). Gender and power. Sydney, Australia: Allen and Unwin.
- Connell, R. W. (1998). El imperialismo y el cuerpo de los hombres. En Valdés, T. & Olavarría J. (Ed.) Masculinidades y equidad de género en América Latina. Santiago de Chile: FLACSO/UNFPA

- Connell, R. W. (2005a). Globalization, imperialism, and masculinities. A Handbook of studies on men&masculinities. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Connell, R.W. & Messerschmidt, J. (2005b). Hegemonic masculinity. Rethinking the concept. *Gender Society*; 19; 829.
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.
- Connell, R. W. (2011). CIME, conferencia inaugural. Congreso Iberoamericano de Masculinidad y Equidad. Barcelona.
- CREA. (2008), Actos comunicativos y superación de las desigualdades sociales en las relaciones de género. Plan Nacional I+D+i. 2004-2007. Ministerio de Educación y Ciencia.
- CREA. (2012), Impacto de los actos comunicativos en la construcción de nuevas masculinidades. Plan Nacional I+D+i. 2010-2012. Ministerio de Ciencia e Innovación.
- Díaz-Aguado M. (2003). Adolescencia, sexismo y violencia de género. *Papeles del Psicólogo*, 84, 35-44.
- Díaz-Aguado, M. (2005). Por qué se produce la violencia escolar y cómo prevenirla. *Revista Iberoamericana de Educación*, 37, 17- 47.
- Díaz- Aguado, M. J. (2009). Prevenir la violencia de género desde la escuela. *Revista De Juventud*, 66, 31-46.
- Dijk, T. (2000). Estudios sobre el discurso: introducción multidisciplinaria. Barcelona: Gedisa.
- Dijk, T. (2009). Discurso y poder: contribuciones a los estudios críticos del discurso. Barcelona: Gedisa.

- Duque, E. (2006). Aprendiendo para el amor o para la violencia. Las relaciones en las discotecas. Barcelona: El Roure Ciència.
- Duque, E. (2007). Models d'atractiu amb adolescents. A Armengol, J. (Ed.) Masculinitats per al segle XXI. (103-108). Barcelona: Ajuntament de Barcelona i CEDIC.
- Durkheim, E. (1995). La división del trabajo social. Madrid: Akal
- Durkheim, E. (2008). Las formas elementales de la vida religiosa. Madrid: Alianza.
- Durkheim, E. (2009). Las reglas del método sociológico. Madrid: Alianza Editorial.
- Elster, J. (1999). *Alchemies of mind*. New York: Cambridge University Press.
- Elster, J. (2010). La explicación del comportamiento social. Más tuercas y tornillos para las ciencias sociales. Barcelona: Gedisa.
- Fernández, J. (2011). Un siglo de investigaciones sobre masculinidad y feminidad: una revisión crítica. *Psicothema*, 23, 167-172.
- Flecha, A.; Puigvert, L. & Redondo G. (2005). Socialización preventiva de la violencia de género. *Feminismo/s, Revista Del Centro De Estudios Sobre La Mujer De La Universidad De Alicante*, 6, 107- 120.
- Flecha, A.; Melgar, P., & Valls, R. (2008). Violència de gènere a les universitats catalanes: Mesures per a la prevenció i superació. *Temps d'Educació*, 35, 201-216.
- Flecha, R. (1997). Compartiendo palabras. El aprendizaje de las personas adultas a través del diálogo. Barcelona: Paidós.

- Flecha, R., Gómez, J., & Puigvert, L. (2001). *Teoría sociológica contemporánea*. Barcelona: Paidós.
- Flecha, R., & Puigvert, L. (2004). El uso dialógico de las tecnologías en sociedades dialógicas: Una propuesta de democratización de los medios. *Nómadas*, 21, 40-53.
- Flecha, R.; Soler, M; Padros, M. (in process). Dialogic communicative acts: Strengthening egalitarian and attractive masculinities through peer-to-peer interaction. *Men and Masculinities*.
- Flecha, R.; Puigvert, L. & Ríos, O. (2013). The New Alternative Masculinities and the Overcoming of Gender Violence. *RIMCIS – International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 2, 88-113
- Flood, M. (2009). Prevención de la violencia masculina: estrategias y retos. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Flores, J. (2009). La reproducción simbólica de la violencia de género. Estudio de la ultra-masculinidad en un contexto multicultural. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Fuentes, A. (2009). El discurso sobre la estética del cuerpo de los hombres. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Fuller, N. (1998). La constitución social de la identidad de género entre varones urbanos del Perú. En Valdés, T. & Olavarría J. (Ed.) *Masculinidades y equidad de género en América Latina*. Santiago de Chile: FLACSO/UNFPA

- Fuller, N. (2001). Masculinidades. Cambios y permanencias. Fondo editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú: Lima.
- Gabinete de Alcaldía (2011). Evolución de la población extranjera en Hospitalet del Llobregat. <http://www.l-h.cat/>
- Geertz, C. (1986). Descripción densa: Hacia una Teoría interpretativa de la cultura. Barcelona: Gedisa.
- Giddens, A. (1995). La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas. Madrid: Cátedra.
- Giddens, A. (1997). Vivir en una sociedad postradicional a reflexiva. En Beck, U; Giddens, A; Lash, S. (1997). Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno. Madrid: Alianza.
- Gilmore, D. (1994). Hacerse hombre. Concepciones culturales de la masculinidad. Barcelona: Paidós.
- Gilmore, D. (2008). Culturas de la masculinidad. En Carabí, A. & Armengol, M. (Ed.) La masculinidad a debate. Barcelona: Icaria.
- Giroux, H. (1997). Los profesores como intelectuales. Hacia una pedagogía crítica del aprendizaje. Madrid: Paidós i Ministeri d'Educació i Cultura.
- Giroux, H. (2003). La inocencia robada. Juventud, multinacionales y política cultural. Madrid: Morata.
- Gómez, A.; Puigvert, L. & Flecha, R. (2011). Critical communicative methodology: Informing real social transformation through research. *Qualitative Inquiry*, 17(3), 235-245.

- Gómez, J. (2003). Las relaciones afectivas y sexuales en el segundo ciclo de la Educación Secundaria Obligatoria: Un reto educativo. Tesis doctoral no publicada. Universitat de Barcelona. Barcelona.
- Gómez, J. (2004). El amor en la sociedad del riesgo. Barcelona: El Roure.
- Gómez, J., Latorre, A., Sánchez, M., & Flecha, R. (2006). Metodología comunicativa crítica: El Roure.
- Gramsci, A. (1986). Cuadernos de la Cárcel: El Risorgimento. Juan Pablos Editor: México.
- Guerrero, O. & Jiménez, P. (2009) rescate de la imagen paterna en riesgo ante el incumplimiento del mandato de proveeduría. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres. Madrid: Plaza y Valdés.
- Habermas, J. (2001). *Teoría de la acción comunicativa. vol. I y II*. Madrid: Taurus.
- Habermas, J. (2001a). Teoría de la acción comunicativa. Volumen I: Racionalidad de la acción. Madrid: Taurus.
- Habermas, J. (2001b). Teoría de la acción comunicativa. Volumen II: Crítica de la razón funcionalista. Madrid: Taurus.
- Hearn, J. & Pringle, K. (2006). Men, masculinities and children: some European perspectives. *Critical Social Policy*, 26, 365-389.
- Hernández, E. (2009). Entre la memoria y el olvido: padres migrantes indígenas. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres. Madrid: Plaza y Valdés.

- Hughey, M. (2011). Backstage discourse and the reproduction of White masculinities. *Sociological Quarterly*, 52, 132-153.
- Ibáñez, J. (1986). Perspectivas de investigación social. El diseño en las tres perspectivas. En García, M.; Ibáñez, J. & Alvira, F. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza.
- INE (2010) Instituto nacional de estadísticas. Participación de la mujer en la política y el trabajo. Datos estadísticos. <http://www.ine.es/>
- INE (2010) Instituto nacional de estadísticas. Estadísticas sobre accidentes de tráfico por sexo. Datos estadísticos. <http://www.ine.es/>
- INE (2012) Instituto nacional de estadísticas. Datos demográficos por causa de muerte. Datos estadísticos. <http://www.ine.es/>
- Instituto de la Mujer. (2009). Mujeres muertas a manos de su pareja o expareja por grupos de edad. España. Datos estadísticos. <http://www.inmujer.gob.es>
- Kaufman, M. (1994). Los hombres, el feminismo y las experiencias contradictorias del poder entre los hombres. En Harry Brod y Michael Kaufman, editores, *Theorizing Masculinities*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1994, 142-165.
- Kaufman, M. (1999). Las siete P's de la violencia de los hombres. *Revista de la Asociación Internacional para Estudios sobre Hombres*, Vol. 6 N° 2. <http://www.michaelkaufman.com/articles/>.
- Kaufman, M. (2001), "Building a movement of men working to end violence against women". *Development*; 44, 9-14.

- Kaufman, M. & Crawford, M. (2011). Research and activism review: Sex trafficking in nepal: En review of intervention and prevention programs. *Violence Against Women*, 17, 651-665.
- Kessler, S.; Ashenden, D. J.; Connell, R. W. & Dowsett, G. W. (1985). Gender relations in secondary schooling. *Sociology of Education*, 58, 34-48.
- Kimmel, M. (1996). *Manhood in America: a cultural history*. New York, Free Press.
- Kimmel, M. (1998). El desarrollo (de género) del subdesarrollo (de género): la producción simultanea de masculinidades hegemónicas y dependientes en Europa y Estados Unidos. En Valdés, T. & Olavarría J. (Ed.) *Masculinidades y equidad de género en América Latina*. Santiago de Chile: FLACSO/UNFPA.
- Kimmel, M (2000). *The gendered society*. New York: Oxford University Press.
- Kimmel, M. (2008). Los estudios de la masculinidad: una introducción. En Carabí, A. & Armengol, M. (Ed.) *La masculinidad a debate*. Barcelona: Icaria.
- Klein, J. (2006), "An invisible problem: Everyday violence against girls in schools". *Theoretical Criminology*.
- Korobov, N. (2010). "Young Men's Vulnerability in Relation to Women's Resistance to Emphasized Femininity". *Men and Masculinities*, 14 51-75.
- Korobov, N; Thorne, A. (2006), "Intimacy and Distancing: Young Men's Conversations About Romantic Relationships". *Journal of Adolescent Research*; 21-27.

- Kornrich, S.; Brines, J. & Leupp, K. (2012). Egalitarianism, Housework, and Sexual Frequency in Marriage. *American Sociological Review*, 78, 26-58.
- Lomas, C. (1999) ¿Iguales o diferentes? género, diferencia sexual, lenguaje y educación. Barcelona: Paidós.
- Lomas, C. (2004). Los chicos también lloran. Identidades masculinas, igualdad entre los sexos y coeducación. Barcelona: Paidós.
- Luhmann, N. (1985). El amor como pasión. Barcelona: Península.
- Luhmann, N. (1996). La ciencia de la sociedad. México: Anthropos.
- Lusher, D. (2011). Masculinity, educational achievement and social status: a social network analysis. *Gender and Education*, 23, 655-675.
- Mackinnon, C. (1989). *Toward a feminist theory of the State*. Cambridge, Harvard University Press.
- Mac an Ghail, M. (1996). What about the boys?: schooling, class and crisis masculinity. *Sociological Review*, 44, 381-397.
- Mac and Ghail, M. (1994). *The Making of Men: Masculinities, Sexualities and Schooling*. Buckingham, Open University Press.
- Maffía, D. (2009). Políticas públicas, varones y masculinidades: una ventana. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Manago, A.; Taylor, T. & Greenfield, P. (2012). Me and My 400 Friends: The Anatomy of College Students' Facebook Networks, Their Communication Patterns, and Well-Being. *Developmental Psychology*, 48, 369-380.

- McDowell, L. (2001). Men, management and multiple masculinities in organisations. *Geoforum*, 32, 181-198.
- Messerschmidt, J. W. (1993), *Masculinities and crime: Critique and reconceptualization of theory*. Lanham, MD, Rowman & Littlefield.
- Mead, G.H. (1999). *Espíritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós.
- Mead, M. (1982) *Sexo y temperamento*. Barcelona: Paidós (p.o 1935) Parson, T; Bales, R. (1955). *Family, socialization and interaction*. Nova York: Free Press.
- Melgar, P. (2009). *Trenquem el silenci. Superación de las relaciones afectivas y sexuales abusivas por parte de las mujeres víctimas de violencia de género*. Tesis doctoral no publicada, Facultad de Pedagogía. Universidad de Barcelona, Barcelona.
- Montesinos, R (1996). *Vida cotidiana familia y masculinidad*. Sociológica, Revista del departamento de sociología. Universidad Autónoma Metropolitana. 31.
- Oliver, E., & Valls, R. (2004). *Violencia de género. Investigaciones sobre quiénes, por qué y cómo superarla*. Barcelona: El Roure.
- Orlandi, R.; Beiras, A. & Filgueiras, M. (2009). *¡Ya soy papá! Los sentidos dados a la paternidad y a las prácticas de cuidado de los hijos por padres adolescentes y sus implicaciones en la construcción de la masculinidad*. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.

- Ortega, P. & Mínguez, R. (2003). Familia y transmisión de valores. *Teoría de la educación*, 15, 33-56.
- Padrós, M. (2012). Modelos de Atractivo Masculino en la Adolescencia. *Masculinities and Social Change*, 2, 165-183.
- Puigvert, L. (2001a). *Las otras mujeres*. Barcelona: El Roure.
- Puigvert, L. (2001b). Aportaciones de las “otras mujeres” a la transformación social de las relaciones de género. A Beck, E.; Butler, J.; Puigvert, L. (2001). *Mujeres y transformaciones sociales*. (31.58), Barcelona: El Roure Ciencia.
- Puigvert, L. (2008). Coeducación en siglo XXI: Lenguaje de los valores y lenguaje del deseo. . V Jornadas Provinciales De Coeducación: Interculturalidad Desde La Perspectiva De Género, Granada.
- Pujades, J. (2002). *El método biográfico: el uso de las historias de vida en las ciencias sociales*. Madrid: Centro de investigaciones Sociológicas.
- Ramírez, J. (2009). Ejes estructurales y temáticos de análisis del género de los hombres. Una aproximación. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Ramírez, J & Uribe, G. (2009). El género de los hombres: un subcampo de estudios en expansión. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.

Ríos, O. (2010). Socializació de gènere: la construcció de la masculinitat a l'escola. Tesis doctoral no publicada. Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Barcelona: Barcelona

Ríos, O., & Christou, M. (2010). Más allá del lenguaje sexista. Actos comunicativos en las relaciones afectivo-sexuales de los y las adolescentes. *Revista Signos*, 43, 311-326.

Rodríguez, M. & Peña, J. (2005). Identidad de género y contexto escolar: una revisión de modelos. *Revista española de investigaciones sociológicas*, 112, 165-194.

Rushing, R. & Contreras, J. (2009). Atracción fatal. Estudio cualitativo de hombres occidentales, clientes de trabajadoras sexuales en Tailandia. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.

Salguero, M. (2009) Ni todo el poder ni todo el dominio: identidad en los varones, un proceso de negociación entre la vida laboral y familiar. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.

Searle, J. (1986). *Actos del habla*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Searle, J. (2001). *Mente, lenguaje y sociedad. La filosofía en el mundo real*. Madrid: Alianza.

Searle, J. & Soler, M. (2004). *Lenguaje y ciencias sociales. Diálogo entre John Searle y CREA*. Barcelona: El Roure.

Seidler, VJ. (1994). *Unreasonable Men- Masculinity and Social Theory*. Routledge: London.

- Seidler, V.J. (2006). *Masculinidades. Cultural Globales y vidas intimas*. España: Montesinos.
- Seidler, V. (2009). La violencia: ¿el juego del hombre? En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Schutz, A. (1993). *La construcción significativa del mundo social: introducción a la sociología comprensiva*. Barcelona: Paidós (v.o. 1967).
- Schrock, D. & Schwalbe, M. (2009). Men, Masculinity and Manhood Acts. *Annual Review of Sociology*, 35, 277–295.
- Sierra, B. (1995). *Técnicas de investigación social: teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Simmel, G. (1986). *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización*. Madrid: Alianza.
- Soler, M. (2005). Educación para la socialización preventiva de la violencia de género. Una tarea de los nuevos feminismos. II Congreso Estatal Isonomía sobre Igualdad entre mujeres y hombres. “Los nuevos feminismos”. (115-118). Castelló: Universitat Jaume I. <http://isonomia.uji.es/docs/mj.pdf>
- Soler, M., & Flecha, R. (2010). Desde los actos de habla de Austin a los actos comunicativos. Perspectivas desde Searle, Habermas y CREA. *Revista Signos*, 43, 363-375.
- Spitzack, C. (1998), “Theorizing Masculinity Across the Field: An Intradisciplinary Conversation”. *Communication Theory*, 8 (2) 141-143

- Steinfeldt, J.; Vaughan, E.; LaFollette, J. & Steinfeldt, M. (2012). "Bullying Among Adolescent Football Players: Role of Masculinity and Moral Atmosphere". *Psychology of Men & Masculinity*, 13, 340-353.
- Steinfeldt, J.; Foltz, B.; Mungro, J.; Speight, Q.; Wong, J. & Blumberg, J. (2010). Masculinity Socialization in Sports: Influence of College Football Coaches. *Psychology of Men & Masculinity*, 12, 247-259.
- Stobbe, L. (2005), "Doing Machismo: Legitimizing Speech Acts as a Selection Discourse". *Gender, Work & Organization* 12 (2) 105–123.
- Straus, M. (2004). Prevalence of violence against Dating Partners by Male and Female Students Worldwide. *Violence Against Women*, 10 (7) 790-811.
- Thompson, J. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Tjeder, D. (2009). Las misoginias implícitas y la producción de posiciones legítimas: la teorización del dominio masculino. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Valdés, T. & Olavarría, J. (1998). Ser hombre en Santiago de Chile: A pesar de todo, un mismo modelo. En Valdés, T. & Olavarría J. (Ed.) *Masculinidades y equidad de género en América Latina*. Santiago de Chile: FLACSO/UNFPA.
- Valor, M. & Arias, P. (2010). *Anuario Estadístico de la ciudad de Hospitalet 2010*. Ayuntamiento de Hospitalet del Llobregat: Área de Alcaldía y presidencia. <http://www.l-h.cat/>

- Vallés, M. (1997). Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional. Madrid: Síntesis.
- Vallés, M. (2002). Entrevistas cualitativas. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Valls, R.; Duque, E.; Puigvert, L. (2008). Gender Violence amongst teenagers: socialization and prevention. *Violence against women*, 7, 759-785.
- Viveros, M. (1998). Quebradores y cumplidores: biografías diversas de la masculinidad. En Valdés, T. & Olavarría J. (Ed.) *Masculinidades y equidad de género en América Latina*. Santiago de Chile: FLACSO/UNFPA
- Viveros, M. (2009). Teorías feministas y estudios sobre varones y masculinidades. Dilemas y desafíos recientes. En Ramírez, J & Uribe, G. (Coord.) *Masculinidades. El juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Willis, P. (2008). *Aprendiendo a trabajar. Como los chicos de clase obrera consiguen oficios de clase obrera*. Madrid: Akal.
- Wilson, E. (1980). *Sociobiología: la nueva síntesis*. Barcelona: Omega
- Zimmer-Gmbeck, M. (2002). The Development of Romantic Relationships and Adaptations in the System of Peer Relationships. *Journal of adolescent health*, 31, 216–225.

Sitios WEB visitados

<http://www.ahige.org/>

<http://www.l-h.cat/>

<http://homesendialeg.wordpress.com/>

<http://www.ine.es/>

<http://www.inmujer.gob.es>

<http://www.jaumbalmes.com/>

<http://www.luisbonino.com>

<http://www.michaelkaufman.com/>

<http://www.un.org/es/>