



## **Universidad Nacional Autónoma de México** **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

### **La Construcción de la Masculinidad en la Ciudad de México en su determinación de Clase Social**

Tesina de Investigación que para  
obtener el grado de Licenciado en  
Sociología PRESENTA:  
Juan Emmanuel Ferrari Muñoz Ledo

**Asesora: Lic. Guadalupe Cortés Altamirano**

México, Distrito Federal, 2014



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedico esta obra a mis hijos **Marco Guillermo** y **David Arturo** esperando que la tomen como un ejemplo de trabajo y disciplina y entiendan que en la vida las cosas no se dan fácilmente, ni por ser buenos, ni por el dinero o las ropas que vistan, sino por la integridad y el carácter que tengan de sí mismos.

**Los amo.**

### **Agradecimientos.**

Al contrario de la mayoría de las personas yo no agradezco a Dios porque ante todo soy científico, no niego su existencia, ni la confirmo. Agradezco profundamente a mis padres, **Martha Rosa Muñoz Ledo Mendoza** y **Ezequiel Antonio Ferrari Moreno** por su amor y apoyo, sobre todo en los últimos 12 años de mi vida, sin ellos seguramente estaría colgando de la rama de un árbol. También agradezco a mi hermana **Martha Rosa Ferrari Muñoz Ledo** por su cariño, apoyo y consejos. A **Luz María Enriqueta Aldrete Rubio** le agradezco su amor, cariño y apoyo, igualmente por demostrarme que todas las personas merecen una segunda oportunidad, y de lo afortunado que soy por contar con una familia y tener una carrera universitaria y de manera muy especial a ella por ser una de las más fuertes impulsoras ha terminar esta obra junto con mi padre y mi madre (¡ya acabé!, ¿ya están contentos?).

A lo largo de la vida me he encontrado con la amistad a través de muy diferentes y variadas personas, a ellas también agradezco su apoyo y sus muy peculiares puntos de vista, algunos de ellos ayudaron de manera directa o indirecta (más la segunda que la primera) en esta investigación, comienzo por **Luis Fernando Juárez Hurtado** (y su obsesión racional, también su apoyo en momentos difíciles), **Jorge Darío Ledesma Teniente** (y su amistad crítica de las anomalías estructurales del sistema como siempre fundamentada, igualmente presente en momentos de algidez), **Eric Moncada** (una amistad que se ha formado de los debates sociales hacia una sinergia destructiva ante los nuevos métodos y el gusto del compartir la amistad misma), **Aarón Mora de la Parra** (amistad que se ha mantenido a pesar del tiempo y la distancia, un ajedrez y un café siempre son bienvenidos), **Juan Rodrigo Mares Velazco** (amistad de años por el hecho de ser quienes somos y aceptarnos como somos), **Faruk Mera Saade** (quien sin necesidad alguna apostó a un proyecto que actualmente sigue vivo y con ello fortalecer una amistad de tiempo atrás, tú eres el arbano Jalil). También agradezco y no con menos importancia por no ser mencionados desde el inicio, al **Dr. Andrés Méndez Sandoval** (cuya amistad y guía ha sido vital en mi desempeño como sociólogo, literalmente es un maestro para mí), **José Rosario Marroquí Farrera** alias **el Chiapas** (amistad no solo de festejo, sino de análisis y apoyo hessiano, ¡conseguiremos

otro Lobo Estepario!), **Martín Fernando Velazco Cárdenas** (más que un discípulo, más que un Platón, un amigo de la generación hipster e imitación del ¡contamos contigo!). Y para continuar con el síndrome de Bob Esponja, a mis amigas **Ana Silvia Ochoa Miramontes, Karla Tapia Jimenez y Fátima Pérez Palacios** su amistad y apoyo, así como las energías nocturnas de la cebada siempre son agradecidas y bienvenidas. Sin embargo, antes de la mayoría mencionada, hay una escuela de pensamiento y disciplina a la cual muestro mis respetos y amistad, a la licenciada **Guadalupe Cortés Altamirano**, al maestro **Alfonso Víveros Alarcón**, al maestro **Raúl Labrador Sánchez**, a la maestra **Susana Ralsky de Cimét**, a la oreja sociológica de la maestra **Marianna Jaramillo** y la licenciada **Eugenia Mata** que sin lugar a dudas nos llevo a la elucubración máxima del pensamiento sociológico a través del chisme, la carrilla y el destripamiento de personas (La Crítica de la Razón Pura y otras grandes obras se quedan chiquitas ante este conocimiento inusitado), esta obra es reflejo de enseñanzas y reflexiones que tomo de ustedes. A **Leo** en paz descanse, también agradezco tu breve, pero gran amistad. Igualmente a **Yoana Quintero**, tu amistad es de las que gratos recuerdos universitarios me trae. Finalmente agradezco a Dios la existencia de **Pablo de Tarso**, gracias a él comemos cerdo y tomamos cerveza.

Por otro lado y tomando en cuenta un proverbio del dramaturgo griego Aristófanes, *“los hombres sabios aprenden mucho de sus enemigos”*, a todos aquellos que me han traicionado, ofendido, insultado, decepcionado y que no creyeron en mis proyectos e ideas, se los agradezco, ya que aprendí hasta donde es capaz el ser humano de realizar acciones viles con tal de satisfacer sus mórbidos y egoístas intereses, por lo mismo no me queda más que mandarles una muy rica y muy sonora menta de 10 de mayo y que la disfruten.

## Índice

<b>Introducción</b>	1
<b>Capítulo 1. Género y Clase Social</b>	10
<b>Capítulo 2. ¿Qué es la masculinidad?</b>	24
<b>Capítulo 3. Género y Masculinidad en la obra de Pierre Bourdieu</b>	39
3.1 Campo	40
3.2 Habitus	41
3.3 Clase Social	44
3.4 Capital	45
3.5 Bourdieu, Género y Masculinidad	46
<b>Capítulo 4. ¿Cómo está la masculinidad en la ciudad de México?</b>	52
4.1 La encuesta	53
4.2 Los Resultados	57
4.3 La masculinidad como desviación y estigma	77
<b>Reflexiones Finales</b>	82
Sugerencias acerca de la política social de Género	90
<b>Bibliografía/Hemerografía</b>	93

## Introducción

La Sociología de Género al igual que otras sociologías, es un área de estudio que requiere de sus propios conceptos y categorías para explicar el fenómeno propiamente del Género. Esta sociología aplica métodos e instrumentos de investigación, tales como la encuesta, la observación y la entrevista, que, combinados con sus conceptos y categorías hacen de la Sociología de Género, un área única, pero no por ello independiente de las demás sociologías u otras ciencias sociales. Demostración de ello es la innumerable cantidad de investigaciones que existen sobre Género y otras facetas del mundo social: Género y Cultura, Género y Política, Género y Economía, Género e Indigenismo, Género e Historia, etc., estas investigaciones además tienen la característica de ser multidisciplinarias, lo cual en ámbitos de la ciencia en *strictu sensu* es bueno, ya que producen y difunden la generación de un conocimiento social específico de un tema específico y a la vez universal (ya que el Género esta presente en todas las sociedades humanas y a través de toda la historia humana), sin embargo y es necesario hacer la aclaración, ese conocimiento a pesar de ser general, no puede ayudar en la explicación de todos los fenómenos sociales, demostrando así uno de los problemas de la sociología y de las ciencias sociales en realidad.

En un estudio de Género y Pobreza, tanto uno como otro concepto con sus categorías nos permiten entender dimensiones que ambos comparten mutuamente, pero ni Género puede abordar todas las causas y consecuencias de la Pobreza, ni Pobreza puede entender todos los procesos y mecanismos que se dan en Género. Veamos esto de manera más amplia, la Sociología no puede explicar la composición química del agua, por dos átomos de Hidrogeno y un átomo de Oxígeno o la dilatación, o contracción de los metales por la temperatura a que se pueden ver sometidos, y viceversa, la Física, la Química, la Medicina o la Biología no pueden explicar la relación o interacción que hay entre distintos actores sociales, o las consecuencias de las acciones de los individuos en un contexto determinado.

Cuatro son las razones que quiero plantear. La primera razón es para exponer que existen diferentes disciplinas cuyas formas de aprehender su

objeto de estudio, es a partir del método científico y por eso esas disciplinas son científicas independientemente del objeto de estudio; la segunda razón, es que al haber diferentes objetos de estudio, cada disciplina genera sus propios métodos de investigación y al hacerlo, ya no pueden explicar otros fenómenos, la Medicina no puede explicar hechos sociales y la Sociología no puede explicar enfermedades<sup>1</sup>; la tercera razón, es que aquellos que son científicos, deben tener siempre presente que existen dos clasificaciones de ciencias de acuerdo a quien estudia y lo que se estudia.

En la relación de un sujeto que estudia un objeto, se encuentran las ciencias nomotéticas (ciencias de la naturaleza)<sup>2</sup>, son aquellas donde se puede dar el establecimiento de leyes y no hay un ejercicio de intersubjetividad fuerte, en cuanto a lo que se estudia (aunque no se descarta la presencia de esta, dentro de la investigación); en la relación de un sujeto que estudia a otro sujeto, se encuentran las ciencias hermenéuticas o las ciencias del espíritu<sup>3</sup>, donde no puede haber establecimiento de leyes en cuanto el objeto de estudio es un sujeto al igual que el investigador y este contiene emociones, juicios, sentimientos, etc.<sup>4</sup>, que causan en el sujeto que estudia subjetividad, dando como resultado la intersubjetividad entre ellos y en un segundo momento, no puede haber leyes dentro de estas ciencias ya que el comportamiento del sujeto estudiado, no puede ser constante como una bacteria o un metal.

---

<sup>1</sup>“Tenemos, por ejemplo, el erróneo naturalismo o científicismo metodológico, que exige que las ciencias sociales aprendan por fin de las ciencias naturales lo que es el método científico. Este errado naturalismo impone exigencias como éstas: comienza con observaciones y mediciones, es decir, con sondeos estadísticos, por ejemplo, y avanza inductivamente a posibles generalizaciones y a la formación de teorías. De este modo te aproximarás al ideal de objetividad científica en la medida de lo posible en las ciencias sociales.” En Popper, Karl (2008), *La lógica de las ciencias sociales*, Ed. Colofón, México, 143 pp.

<sup>2</sup>El concepto de ciencias nomotéticas fue planteado por el filósofo alemán Wilhelm Windelband para referirse a las ciencias que tienen por objeto el establecimiento de leyes lógicas y cuyos procesos son causales e invariables.

<sup>3</sup>“Según Dilthey, las ciencias histórico-sociales forman parte, junto con la psicología, de las ciencias del espíritu; y estas se contraponen a las ciencias de la naturaleza en virtud de una diferencia originaria en cuanto al campo de investigación, que condiciona la diversidad del método empleado, pero que, a su vez, solo puede ser comprendida remontándose a la diversidad de la relación entre el sujeto que investiga y la realidad estudiada, la cual es, en un caso, el mundo de la naturaleza extraño al hombre, y, en el otro, el mundo humano al cual pertenece el sujeto.” Rossi Pietro, Introducción, p. 13 en Weber, Max (1977), *Ensayos sobre Metodología Sociológica*, Amorrortu Editores, Argentina, 268 pp.

<sup>4</sup>“Al mismo tiempo, sin embargo, debes ser perfectamente consciente de que en las ciencias sociales la objetividad es mucho más difícil de alcanzar (si es que se puede llegar hacerlo) de lo que en las ciencias naturales; por que la objetividad equivale a neutralidad valorativa, y sólo en casos muy extremos logra el científico social emanciparse de las valoraciones de su propia capa social accediendo a cierta objetividad y asepsia respecto a los valores.” Popper Karl, *Ibid.*

Hay que mencionar también que ni las primeras mencionadas son más ciencias que las segundas, ni viceversa, tanto las ciencias nomotéticas como las ciencias hermenéuticas o del espíritu, son ciencias en cuanto buscan explicar fenómenos que ocurren alrededor del ser humano a partir del método científico.

La cuarta y última razón es que sería un error ignorar las tres razones anteriormente mencionadas, las disciplinas pierden la característica de ciencia y sus integrantes dejan de ser científicos, al ignorar nuestros objetos de estudio por el concepto que nos encontramos abordando, o explicar nuestro objeto de estudio a partir de otras disciplinas, nos lleva a ignorar los métodos de investigación científica que se desarrollan particularmente para cada disciplina y que sirve de sustento para la explicación de los fenómenos. Verbigracia de lo anterior, Sociología de Género sin Sociología es igual a Estudios de Género, Medio Ambiente y Sociedad sin Sociedad es igual a Estudios Ambientales, *“Estudio Sociológico con perspectiva PsicoFilosófico-Pedagógica de la Violencia Intrafamiliar”*, ¿dónde quedó lo sociológico?

Las razones expuestas constituyen un punto de partida del interés por esta investigación, el presente trabajo se enfoca en estudiar la categoría de masculinidad explicando cómo se genera ésta tomando los conceptos de una teoría sociológica, en este caso la de Pierre Bourdieu. Esta investigación es un esfuerzo por acercar la temática de Género a una teoría representativa de la sociología, cierto es que científicos sociales como Anthony Giddens o Pierre Bourdieu han tratado en sus obras la temática de Género, pero no lo hacen como los estudiosos del mismo y ello marca una diferencia con las personas que todos los días lo estudian. Tal hecho es por el que se hace una exhortación acerca del nombre de este trabajo, ya que si bien los conceptos teóricos de Bourdieu son el soporte principal de la investigación, no son el determinante de la misma. Se busca contribuir a que la Sociología de Género sea realmente una Sociología y no solamente una cuestión de nombre o algo que mantiene, una relación estrictamente a los temas concernientes a las mujeres, como muchos de nuestros colegas científicos sociales confunden. También se quiere



demostrar que el Género es un fenómeno que tiene explicación dentro de las Ciencias Sociales.<sup>5</sup>

Durante mucho tiempo, los hombres quedaron fuera de la consideración de los estudios de Género y hasta el momento en que se observa que los problemas que aquejan a las mujeres son compartidos con los hombres (ya que esto es resultado de una construcción social relacional), se incluye la reflexión con respecto a ellos y que a su vez, ellos reflexionen acerca de su condición de Género. Con la consideración de los estudios de los hombres por el Género, se dio comienzo al análisis acerca de la forma en que se conciben los hombres mismos en su identidad de Género.

La posición que ocupa cada persona dentro de la sociedad, se ve determinada por diversos factores, entre estos destacan aquellos relacionados con los bienes materiales, que son los que permiten a las personas en gran medida, pertenecer a ciertos grupos o comunidades, con características peculiares de ellas mismas. Estos bienes son adquiridos por las personas de acuerdo a su clase social, que les provee una formación en la familia, la escuela y los individuos cercanos que en síntesis determinan los gustos, profesiones, visiones del mundo, etc. Éstos son intereses adquiridos a partir de los bienes materiales y el entorno, sin embargo no todos los seres humanos tienen la misma proporción de bienes, algunos por la enorme cantidad de ellos y otros por su escasez ven determinadas muchas veces la formación y los intereses anteriormente mencionados.

El Género al ser una representación sociocultural abstracta de las relaciones sociales desiguales concretas entre hombres y mujeres, así como entre los mismos hombres y mujeres en una estructura social dada, también se ve afectado por los intereses creados de una sociedad, sin embargo, los intereses no son los mismos en todos los individuos a pesar de vivir dentro de la misma sociedad. Esta diferencia de intereses se expresa sobre todo, en las

---

<sup>5</sup>“La segunda concepción errónea sobre las ciencias físicas radica en el supuesto equivocado de la contemporaneidad histórica, de que *todos los productos culturales que existen en el mismo momento de la historia tienen el mismo grado de madurez*. En realidad, para percibir aquí las diferencias se debería alcanzar un sentido de la proporción. El hecho de que la disciplina de la física y la sociología, son ambas, identificables en la mitad del siglo XX, no significa que los logros de una deban ser medida para la otra.”. En Merton, Robert (2000), *Teoría y Estructuras Sociales*, Fondo de Cultura Económica, México, 774 pp.

distintas clases sociales existentes<sup>6</sup> y a pesar de ello, expresándose también una diferencia de intereses entre los individuos de la misma clase social.

Para entender los intereses de las clases sociales, primero debemos de entender la forma en que se estructuran o determinan las mismas, pero conocer los intereses de una determinada clase social no es suficiente para comprender su influencia en el Género. Por intereses debemos de entender todos aquellos fines que buscan los diversos individuos dentro de una clase social determinada, por ejemplo, un bienestar económico o una posición política que ayude o fortalezca la identidad de Género de una persona y que satisfaga a esta persona como un ser sexualmente social. Para ello, debemos establecer que la clase social es la suma de propiedades que la integran e interactúan entre sí, y producen sobre los individuos una serie de normas particulares de conducta para su convivencia social, la clase social no es únicamente determinada por un bien económico, es generada por toda una serie de factores que se hallan alrededor de los individuos, factores tales como la cultura, los estudios, el trabajo, las relaciones sociales, etc.<sup>7</sup>

Estas prácticas generadas por las clases sociales forman, parte de la cultura de una sociedad y el Género, al ser una categoría analítica construida de forma social, histórica y cultural, se ve afectada por las prácticas desde los individuos mismos. Las prácticas provenientes de los diversos intereses, dan pie a la construcción y reconstrucción e incluso reproducción del Género por los individuos, esto es que, a lo largo de la interacción social, los individuos van transformando su identidad de Género con los elementos que le rodean de su entorno y reformulan continuamente su identidad. A ésta la entenderemos como el proceso mediante el cual una persona se construye así misma a partir

---

<sup>6</sup>“En efecto, cada nueva clase que pasa a ocupar el puesto de la que dominó antes de ella se ve obligada, para poder sacar adelante los fines que persigue, a presentar su propio interés como el interés común a todos los miembros de la sociedad, es decir, expresado esto mismo en términos ideales, e imprimir a sus ideas la forma de lo general, a presentar estas ideas como las únicas racionales y dotadas de vigencia absoluta”. En Marx, Karl, *La Ideología Alemana*, Ediciones Quinto Sol, México, 96 pp.

<sup>7</sup>“La clase social no se define por una propiedad (aunque se trate de la más determinante como el volumen y la estructura del capital) ni por una *suma* de propiedades (propiedades de sexo, de edad, de origen social o étnico –proporción de blancos y negros, por ejemplo, de indígenas y emigrados, etc.-, de ingresos, de nivel de instrucción, etc.) ni mucho menos por una cadena de propiedades ordenadas a partir de una propiedad fundamental (la posición en las relaciones de producción) en una relación de causa a efecto, de condicionante a condicionado, sino por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes que confiere su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas.”. En Bourdieu, Pierre (2002), *La Distinción. Criterios y Bases Sociales del Gusto*, Taurus Editorial, México, 597 pp.

de una serie de “*categorizaciones*” que toma del medio social de manera racional, seleccionando aquellas que considera más propias y rechazando las que no<sup>8</sup>.

Esta construcción y reconstrucción del Género, a pesar de su expresión en mitos culturalmente disponibles, conceptos normativos e instituciones y organizaciones sociales como expresiones consensadas del mismo, demuestra que las personas desconocen de la existencia o relación entre ellos y el Género. Un hombre que se conciba a sí mismo como un ser muy masculino, o una mujer que se considere a sí misma como muy femenina, desconocen que se encuentran dando forma a su identidad de Género. Por lo mismo no se puede hablar de conciencia de Género, ya que si no hay conciencia individual al respecto, mucho menos existe una conciencia colectiva de Género similar a la conciencia de clase de Lúkacs.

La construcción de la identidad de Género, no solamente se forma a partir de prácticas cotidianas dentro de las diversas sociedades, que están conformadas por elementos culturales y que son expresiones igualmente de un acompañamiento histórico. También hay elementos del espacio alrededor de los individuos o personas, que determinan la formación de la identidad de Género. La familia es el primer espacio que entra en contacto con lo que es la identidad de Género, espacios como la escuela, la calle o los mismos conocidos de las personas, tienen que ver continuamente con la formación de esta identidad; pero hay elementos que rebasan a éstos y son determinantes del Género, uno de estos elementos es la clase social, ya que determina el contexto de socialización y desarrollo de los mismos.

Dentro del pensamiento judeo-cristiano occidental al que pertenecemos, solamente hay dos *Géneros*: el Género masculino y el Género femenino. Aunque es erróneo desde cierta óptica, pensar o ubicar lo masculino o lo femenino como “*clases*”, a éstas las conocemos con el nombre de *identidades de Género* y éstas se construyen, a partir del ambiente familiar y el entorno de

---

<sup>8</sup>“Las categorizaciones sociales son divisiones del mundo social en clases o categorías distintas de manera que la identificación social es el resultado de un proceso mediante el cual, un individuo utiliza un sistema de categorizaciones sociales para definirse a sí mismo o a otras personas. La suma de las identificaciones sociales usadas por una persona para definirse a sí misma será lo que llamaremos su identidad social. Es claro que la identidad social es el resultado del proceso dialéctico mediante el cual se incluye sistemáticamente a una persona en algunas categorías y al mismo tiempo se le excluye de otras.”. En Chihu Amparán, Aquiles (2002), *Sociología de la Identidad*, Ed. Miguel Ángel Porrúa/Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, México, 253 pp.

los individuos teniendo como marco, la construcción histórico y cultural de la diferencia sexual y social que se forma dentro de la sociedad<sup>9</sup>. Esto no significa que exista una “*conciencia de Género*”, por parte de los hombres y las mujeres; aunque existe una serie de prácticas estandarizadas sobre el sexo biológico de los sujetos a partir de las identidades genéricas<sup>10</sup>, que tienen una traducción social y son de transmisión histórica y cultural (hay que recordar que lo histórico y lo cultural son elementos componentes del Género). Estas acciones de los sujetos con respecto al Género son vistas como prácticas conscientes, hay autores que plantean la existencia de una masculinidad hegemónica<sup>11</sup> (y por lo tanto existe una feminidad hegemónica también), siendo la que mantiene al Género tal cual lo conocemos dentro de nuestra sociedad. Mucho menos hay una especie de “*clase social*” en el sentido marxista dentro del Género y una “*conciencia de clase*” como lo expone Lukács<sup>12</sup> y Giddens<sup>13</sup>. Aunque si la

---

<sup>9</sup>“El género sería la primera forma de identidad que permite a los individuos iniciar el proceso de construcción de su personalidad, pero la siguiente etapa en el proceso de socialización abre un amplio espectro de espacios donde el individuo refrenda su identidad genérica y genera otro tipo de identidades que lo vinculan a su colectividad y lo sitúan en un status quo.”. Montesinos, Rafael (2002), “La Masculinidad ante una Nueva Era”, *El Cotidiano*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, Mayo-Junio, Año 18. p. 37-46.

<sup>10</sup>“La identidad permite generar una expectativa que permite construir una *autopercepción* que hombres y mujeres tienen respecto a su Género; a partir de ella aprenden la condición social que les corresponde, la condición del Género opuesto, por lo cual esperan una forma de interactuar con unos y con otros. En ese sentido la *identidad femenina* cifra sus características, en general, a partir de la *fragilidad*, mientras la *identidad masculina* sobre el *poder*. Por ello la *masculinidad* se expresa a partir de la *valentía*, la *competitividad*, la *agresividad*, la *frialidad*, la *capacidad de decisión*, y desde luego, la *inteligencia que es expresión directa de la razón*.”. Montesinos Rafael, *La construcción de la identidad masculina en la juventud*, en Chihu Amparán, Aquiles (2002), *Óp. Cit.*, p. 6.

<sup>11</sup>“La “masculinidad hegemónica” puede definirse como la configuración práctica de Género que incorpora la respuesta aceptada, en un momento específico, al problema de la legitimidad del patriarcado, lo que garantiza (o se considera que garantiza) la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres. [...] la hegemonía se establecerá si existe cierta correspondencia entre el ideal cultural y el poder institucional, colectivo sino es que individual.”. En Connell, R.W. (2003), *Masculinidades*, PUEG/UNAM, México, 355 pp.; “Entre los jóvenes de la ciudad de México, el modelo de masculinidad agresiva ya no lo representa el charro con pistola de antes, que procuraba tener un rancho tranquilo en donde colgar su sombrero. Este modelo ha sido reemplazado por un Rambo que se lanza al ataque en contra de Vietnam o el Afganistán del momento, rociando balas con una ametralladora. Nadie podría sugerir que Rambo es un producto mexicano; sin embargo aquí, como en su país de origen, ¿no representa al macho por excelencia? A los símbolos locales se les globaliza, se les reubica y finalmente se vuelve a globalizar.”. En Gutmann, Matthew (2000), *Ser Hombre de verdad en la ciudad de México. Ni Macho Ni Mandilón.*, El Colegio de México, México, 394 pp.

<sup>12</sup>“La conciencia de clase no es la clase psicológica de proletarios individuales, ni la conciencia de su totalidad (en el sentido de la psicología de las masas), sino el sentido, hecho consciente de la situación histórica de clase.”. En Lukács, Georg (1969), *Historia y Conciencia de Clase*, Ed. Grijalbo, México, 354 pp.

<sup>13</sup>“Pero la conciencia de clase solo es importante cuando adopta una forma organizada y, más específicamente, una forma política.”. En Giddens, Anthony (1973), *La Estructura de Clases en las sociedades avanzadas*, Alianza Editorial, España, 392 pp.

existencia de una identidad de Género de acuerdo a la clase social, tal y como lo plantean Bourdieu<sup>14</sup> y Mendieta y Núñez<sup>15</sup>.

La presente investigación se compone de cuatro apartados, el primero de ellos está dedicado a los conceptos de Género y Clase Social, ambos son conceptos que nos permiten estudiar a los individuos dentro del entramado social, junto con todas sus características socialmente otorgadas. El primero nos permite conocer los roles y posicionamientos que asignan a las personas a partir de su sexo-Género, el segundo, no solo ubica a los individuos, dentro de un modo de producción, sino permite la categorización de una serie de percepciones y actitudes de los mismos, reconociendo cómo se agrupan de acuerdo a esas mismas percepciones y actitudes (Habitus de Clase).

El segundo capítulo es una reflexión acerca de la masculinidad, en cuanto categoría de análisis de la identidad de Género, esta nos lleva a estudiar sobre lo que son y deben ser los hombres y si esto genera la existencia de una identidad masculina hegemónica, es decir, que está en todos los hombres. Esta sección busca aterrizar los elementos teóricos más importantes de la masculinidad para entender la construcción dentro de la vida cotidiana de los sujetos, buscando de manera tentativa, si los hombres hacen la masculinidad o la masculinidad hace a los hombres tomando en cuenta los elementos socioculturales e históricos.

El tercer apartado es una recopilación de los conceptos de la teoría sociológica de Pierre Bourdieu, autor que contribuyó a través de sus diferentes obras a los Estudios de Género. En nuestra investigación nos basaremos en los conceptos de Clase, Habitus, Campo y Capital hacia la temática de la masculinidad, tema que Bourdieu, ya había tratado en su obra "La Dominación Masculina". Trabajar este autor no es fácil, tratar de acercar su obra y conceptos a la realidad social requiere gran esfuerzo y disciplina. Al final de

---

<sup>14</sup>Las propiedades del sexo son tan indisociables de las propiedades de la clase como el amarillo del limón es inseparable de su acidez: una clase se define en lo que tiene de más esencial por el lugar y el valor que otorga a los dos sexos y a sus disposiciones socialmente construidas." En Bourdieu, Pierre, *Op. Cit.*, p. 5.

<sup>15</sup>la clase social no está constituida ni por los individuos considerados en sí mismos, ni por los contenidos culturales de cada círculo, sino por la conjunción de ambos elementos en una síntesis siempre viva y actual. [...] el factor económico tiene una gran importancia para la determinación de la clase social, en realidad el factor decisivo es la cultura, puesto que sólo es posible el paso de los individuos de uno a otro círculo mediante la adaptación cultural." En Mendieta y Núñez, Lucio (1957), *Las Clases Sociales*, Instituto de Investigaciones Sociales/Universidad Nacional Autónoma de México, México, 193 pp.

este capítulo se esboza una propuesta que el Género al igual que la Política o la Economía es un Campo, con sus propias reglas y su propio capital.

En el último capítulo presentamos los resultados de la aplicación de nuestro instrumento de investigación que se diseñó y aplicó a distintos hombres (150 entrevistados en total) en zonas diversas de la Ciudad de México. La muestra es de carácter empírico intencionado, esto significa que la determinación de la muestra se basa en los conocimientos y juicios propios del investigador y no en un razonamiento matemático, el criterio selección fue de carácter etario, esto quiere decir por edad, la aplicación del instrumentos se efectuó a hombres de 18 años de edad hasta hombres con 50 años de edad. Este instrumento se divide en tres partes y tiene por objetivo conocer y medir las percepciones y actitudes que tienen los hombres de sí mismos, hacia las mujeres y hacia los homosexuales. Igualmente hacen presencia los conceptos de desviación y estigma para explicar como la masculinidad si bien tiene una figura hegemónica, también tiene muchas vertientes en lo que a identidad se refiere.

# Capítulo 1

## Género y Clase Social

“Se hace necesario aclarar que el Género afecta tanto a hombres como a mujeres, que la definición de feminidad implica también una de masculinidad, por lo que no podemos pensar sólo en mujeres cuando hablamos de Género, pues este concepto implica las relaciones entre ambos sexos.”

PATRICIA SILVA ROSALES, *El Género en la Sociedad*.

Regularmente se escucha hablar del tema de Género en la sociedad por diversas organizaciones sociales existentes como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) o dependencias de carácter federal (Secretaría de Desarrollo Social, SEDESOL) o estatal de los diversos Estados existentes. El Género se ha convertido en el referente por excelencia de los asuntos relacionados con las mujeres y los hombres y la sexualidad de éstos, entre otras tantas cosas. Sin embargo ¿Qué es el Género? ¿Qué es este concepto? ¿Cómo se origina? ¿Cómo se constituye? ¿Por qué le dan algunas personas mucha importancia dentro de las ciencias sociales y otras no? Algunas de estas preguntas serán tentativamente resueltas en este capítulo que servirá de piedra angular para la presente obra.

La propuesta teórica del Género surge en la década de los pasados años setentas<sup>16</sup> para estudiar desde la academia a los diversos movimientos feministas y sus consecuencias que dentro del mundo social se ubicaban en los países anglosajones (Estados Unidos e Inglaterra) principalmente y como lo explica Teresita de Barbieri<sup>17</sup> en su camino, la categoría ha recorrido distintas dimensiones de estudio.

---

<sup>16</sup>“Desde principios de los años setenta, y alentado por el movimiento feminista, se ha introducido el Género como una categoría fundamental para estudiar la realidad social, cultural e histórica de los grupos humanos. [...]. No obstante desde los ochentas la palabra Género ha sido aceptada en todas las ciencias sociales e incluso ha traspasado los límites científicos para hacerse un término popular aunque, desafortunadamente, no siempre sea utilizada o entendida en justos términos.”. En Moncó, Beatriz (2013), *Antropología del Género*, Editorial Síntesis, España, 230 pp.

<sup>17</sup>“Estrictamente hablando, cada uno de los términos tiene alcances distintos y en parte corresponden a momentos distintos de la investigación y de la reflexión. Brevemente, *estudios de la mujer* ha sido la primera formulación centrada en la caracterización de la subordinación de la población femenina. La investigación dio cuenta de que las condiciones de vida de las mujeres eran muy diferentes en un mismo espacio y tiempo y dio paso a los *estudios de las mujeres*. Estos se han centrado en la comparación entre las condiciones de las mujeres y varones en el interior del conjunto de mujeres. Los *Estudios de Género* enfatizan los aspectos físicos de la construcción social y su carácter relacional. Cada vez más la categoría de Género es reconocida como una dimensión específica de la desigualdad social, que se articula con otras dimensiones, fundamentalmente con las étnicas (y raciales) y las de clase.”. De Barbieri Teresita,

Lo anterior no responde del todo lo que es el Género, así que tomaremos el concepto de Joan W. Scott, quien lo define como “una forma de denotar las *construcciones culturales*, la creación totalmente social de ideas sobre los roles apropiados para mujeres y hombres. Es una forma de referirse a los orígenes exclusivamente sociales de las identidades subjetivas de hombres y mujeres”<sup>18</sup>. ¿Qué nos quiere decir esto?, que el Género es una construcción cultural/social, un fenómeno de la sociedad cuyo origen se encuentra en el conjunto de pensamientos e ideas al definir lo que es ser hombre y lo que es ser mujer en las diferentes facetas del ser humano. Scott nos está indicando que lo que hace a una mujer deber ser mujer y lo que hace a un hombre deber ser hombre dentro de la sociedad, es una construcción abstracta hecha social por las personas. La siguiente pregunta a responder, es ¿cómo se da esa construcción abstracta y a partir de qué?

¿Cuáles son los referentes para la construcción del Género? Estas ideas que dan forma y contenido a los distintos paradigmas de hombres y mujeres tienen un punto de origen, éste es de carácter meramente social ya que atraviesa diferentes dimensiones de las sociedades humanas y se les localiza en un tiempo y espacio determinado, en otras palabras son construcciones históricamente determinadas. Un ejemplo, en los países occidentales como Estados Unidos, Inglaterra, España, Italia y Latinoamérica en su conjunto, el Género tiene una carga marcadamente religiosa, el cristianismo como religión marca con fuerza las características sociales de lo que debe ser una mujer y de lo que debe ser un hombre, más no significa que las identidades de Género masculina y femenina son obra, gracia y designio de un dios, éstas son interpretaciones sociales de las diferencias biológicas entre hombres y mujeres, y se construyen a través de la interacción de individuos con otros individuos en diversos espacios sociales y en diferentes momentos de sus vidas, lo que

---

*Acerca de las propuestas metodológicas feministas*, en Bartra, Elí (1998), *Debates en torno a una metodología feminista*, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México, 228 pp.

<sup>18</sup>Para profundizar en el concepto de Género véase a Scott, Joan W. *El Género: Una categoría útil para el análisis histórico* en Amelang James y Nash Mary (1990), *Historia y Género: Las Mujeres en la Europa Moderna y Contemporánea*, Edicions Alfons El Magnánim/Institució Valenciana d'Etudis I Investigació, España, 390 pp.



confirma el origen social del Género. Esto se encuentra dentro del sistema Sexo/Género<sup>19</sup> que veremos más adelante.

Debemos recalcar que en los países anteriormente mencionados, la religión cristiana no se manifestó al mismo tiempo, en el caso de Europa esta religión aparece entre los siglos II y III después de Cristo, y posteriormente a la caída del Imperio Romano en los nacientes estados feudales europeos de la Edad Media.

En el caso del continente americano, el cristianismo llegó durante la colonización inglesa y española en los siglos XV y XVI D.C., en su versión católica y protestante. La religión cristiana no llegó al mismo tiempo a todos los lugares donde tiene presencia, arribó en diferentes momentos y diversos espacios geográficos al paso del tiempo, e influye en diversos procesos sociales como lo es la construcción del Género y las identidades genéricas del mismo, esto nos lleva entonces a una de las dimensiones del Género, su dimensión histórica.

El Género como fenómeno social no comenzó a existir desde su definición dentro de la Academia en el siglo XX, no comenzó ha existido desde que Herodoto recopiló los datos de su época, ni tampoco cuando los egipcios construyeron las pirámides y los habitantes de las cercanías de los ríos Tigris y Éufrates idearon la escritura cuneiforme, el Género comenzó a existir desde que el ser humano cobró conciencia de sí mismo, de su existencia y, sobre todo, de observar las diferencias biológicas entre los machos y hembras de la especie ¿cuáles son estas diferencias? En el caso de los hombres es el pene y los testículos y en las mujeres los senos, la vagina, las caderas y, en un segundo lugar no menos importante la diferencia muscular entre hombres y mujeres.

Esta observación de las diferencias corporales y sexuales, principalmente a partir del Otro<sup>20</sup>, dieron una serie de roles (deberes y obligaciones), características y comportamientos a los individuos dentro de la convivencia social, dentro de las estructuras sociales. En el texto citado

---

<sup>19</sup>Para mayor detalle véase Gayle, Rubin (1986), “El Tráfico de las Mujeres. Notas sobre la “Economía Política” del Sexo”, *Nueva Antropología*, México, Vol. VIII, Núm. 30, p. 95-145.

<sup>20</sup>“El Otro, como construcción cultural, es siempre el antónimo de aquello que es grupal e interno y cómo tal sólo puede significar lo extraño, lo no yo, lo que está fuera y lo podemos identificar como el esclavo, el enemigo o el que no tiene derecho ni razón en tanto que nosotros nos construimos como paradigma de lo humano y sus virtudes.”, p. 18-19. En Moncó, Beatriz. *Óp. Cit.*, p. 10.

previamente, se explica como aquellos que están fuera de nosotros mismos son extraños o enemigos debido a no forman parte del modelo construido por nosotros mismos de lo que somos. En Género ocurre la misma situación, un hombre es reconocido como hombre en cuanto otros hombres reconocen y aceptan sus acciones como hombre, aceptan que es “normal”, y dentro de esta normalidad se excluye a los “Otros” que no son “diferentes”, que no merecen la *similitud fraternal de los hombres entre sí*, como lo son las mujeres, los homosexuales, los niños, etc. Por ello, el Género como una definición sociocultural y por su carácter histórico ha sido construido, deconstruido y vuelto a construir al paso del tiempo, teniendo adaptaciones de cultura en cultura manteniendo desde antes de la misma antigüedad, características sociales acerca del sexo que permanecen vigentes en nuestros días. Donde un hombre o una mujer, es en *sí mismo* en cuanto al *otro*, diferente y, al mismo tiempo, es *en sí otro mismo*.

Hasta el momento hemos mencionado que el Género es una construcción social e histórica y los referentes físicos con significado social de los cuales surge el mismo. Sin embargo ¿cómo se mantiene la idea o sentido del Género dentro de las distintas sociedades? Joan Scott nos dice, el Género es una forma de mostrar, enseñar o en sus palabras “denotar” las construcciones culturales de las mujeres y los hombres, y sus respectivos roles en la sociedad. Si el Género forma parte de la cultura de la sociedad ¿dónde se expresa esta cultura? Scott indica que existen elementos de Género dentro de la sociedad (Mitos culturalmente disponibles, tales como el origen del escudo nacional mexicano; Conceptos Normativos como las leyes civiles, posiciones religiosas, etc.; instituciones y organizaciones sociales como la familia, el ejército, la escuela, el Estado.), empero más que elementos de Género son elementos generales de cualquier sociedad que existe o que haya existido, ya que toda sociedad maneja estos elementos para su funcionamiento y desarrollo, exceptuando el último mencionado por Scott que es de carácter individual (ella se refiere a la psique de las personas). Lo anterior no significa que dichos elementos no tengan una relación o incidencia directa con el Género, simplemente son elementos que abarcan más dimensiones de lo social y no sólo al Género.

Los primeros son aquellos que forman y sustentan principalmente el imaginario social y los diversos significados que lleva este para distintas fases o aspectos de la vida o acciones muy particulares relacionadas con las personas, lo propio sería ejemplificar con aspectos relacionados al Género y lo que conlleva, ejemplos acerca de símbolos y mitos de Género es la identificación del miembro masculino o pene con acciones sociales particulares como las creencias acerca de la masturbación durante la pubertad, se dice que si esta es practicada durante aquella etapa, el joven o muchacho se quedará chaparro o con la mano peluda, o que el único determinante de satisfacción en la práctica sexual de las mujeres, es el tamaño y grosor del pene del hombre. Estos ejemplos nos ayudan a visualizar como la sexualidad tiene una significación social dentro de ciertos contextos con sus particulares factores, tales como el poder o la satisfacción y esta significación tiene una conducta determinada y una aceptación social para los individuos según su sexo, independientemente de que tales situaciones sean reales o no. Alguien que se masturba suele ser calificado como una persona depravada en sectores conservadores de la sociedad o un hombre que demuestra ser *chingón* es bien recibido por los demás hombres porque en el acto de ser *chingón* reafirma su hombría.

Los conceptos normativos son aquellos que dan contenido y son expresión de diversas instituciones o agentes sociales, además de que proporcionan un marco axiológico con pautas de conducta acerca del Género y su expresión concreta en sociedad. Ejemplos de ellos son el Catecismo de la Iglesia Católica en temas referentes a la sexualidad o las relaciones entre hombres y mujeres<sup>21</sup> o la epístola de Melchor Ocampo<sup>22</sup> que antes se leía en los casamientos civiles en México.

---

<sup>21</sup>Catecismo de la Iglesia Católica:

2351. La lujuria es un deseo o un goce desordenados del placer venéreo. El placer sexual es moralmente desordenado cuando es buscado por sí mismo, separado de las finalidades de procreación y de unión. 2352. Por masturbación se ha de entender la excitación voluntaria de los órganos genitales a fin de obtener un placer venéreo. Tanto el magisterio de la Iglesia, de acuerdo con una tradición constante, como el sentido moral de los fieles, han afirmado sin ninguna duda que la masturbación es un acto intrínseca y gravemente desordenado. El uso deliberado de la facultad sexual fuera de las relaciones conyugales normales contradice a su finalidad, sea cual fuere el motivo que lo determine. Así, el goce sexual es buscado aquí al margen de la relación sexual requerida por el orden moral; aquella relación que realiza el sentido íntegro de la mutua entrega y de la procreación humana en el contexto de un amor verdadero. 2361. La sexualidad mediante la cual el hombre y la mujer se dan el uno al otro con los actos propios y exclusivos de los esposos, no es algo puramente biológico, sino que afecta al núcleo íntimo de la persona

Las instituciones y organizaciones sociales de Género son la forma en que éste se halla dentro de la sociedad de manera estructurada y concreta y ejercen un control social, ejemplos de esto son la familia, el mercado de trabajo, las instituciones educativas y la política. “En las sociedades simples, el sistema de parentesco organiza la mayor parte de la actividad social, de manera que los Géneros se constituyen en él. Pero en las sociedades complejas altamente diferenciadas puede pensarse que los sistemas de Género se constituyen en otras instancias además del sistema de parentesco un sistema jurídico-político y en la división social del trabajo.”<sup>23</sup>. El último elemento que menciona J. Scott, es el de la identidad subjetiva de Género<sup>24</sup>, que se construye a partir del entorno, la familia, la escuela y situaciones particulares que incidan de manera fuerte en la identidad de Género de cada individuo.

Hasta el momento hemos abordado el concepto de Género y lo que es desde la óptica de Joan W. Scott, sin embargo, es necesario estudiarlo desde

---

humana en cuanto tal. Ella se realiza de modo verdaderamente humano solamente cuando es parte integral del amor con el que el hombre y la mujer se comprometen totalmente entre sí hasta la muerte. 2384. El divorcio es una ofensa grave a la ley natural. Pretende romper el contrato, aceptado libremente por los esposos, de vivir juntos hasta la muerte. El divorcio atenta contra la alianza de salvación de la cual el matrimonio sacramental es un signo. El hecho de contraer una nueva unión, aunque reconocida por la ley civil, aumenta la gravedad de la ruptura: el cónyuge casado de nuevo se halla en situación de adulterio público y permanente.

FUENTE: [http://www.vatican.va/archive/ESL0022/\\_INDEX.HTM](http://www.vatican.va/archive/ESL0022/_INDEX.HTM)

<sup>22</sup>Declaro en nombre de la ley y de la Sociedad, que quedan ustedes unidos en legítimo matrimonio con todos los derechos y prerrogativas que la ley otorga y con las obligaciones que impone; y manifiesto: "Que éste es el único medio moral de fundar la familia, de conservar la especie y de suplir las imperfecciones del individuo que no puede bastarse a sí mismo para llegar a la perfección del Género humano. Este no existe en la persona sola sino en la dualidad conyugal. Los casados deben ser y serán sagrados el uno para el otro, aún más de lo que es cada uno para sí. El hombre cuyas dotes sexuales son principalmente el valor y la fuerza, debe dar y dará a la mujer, protección, alimento y dirección, tratándola siempre como a la parte más delicada, sensible y fina de sí mismo, y con la magnanimidad y benevolencia generosa que el fuerte debe al débil, esencialmente cuando este débil se entrega a él, y cuando por la Sociedad se le ha confiado. La mujer, cuyas principales dotes son la abnegación, la belleza, la compasión, la perspicacia y la ternura debe dar y dará al marido obediencia, agrado, asistencia, consuelo y consejo, tratándolo siempre con la veneración que se debe a la persona que nos apoya y defiende, y con la delicadeza de quien no quiere exasperar la parte brusca, irritable y dura de sí mismo propia de su carácter.

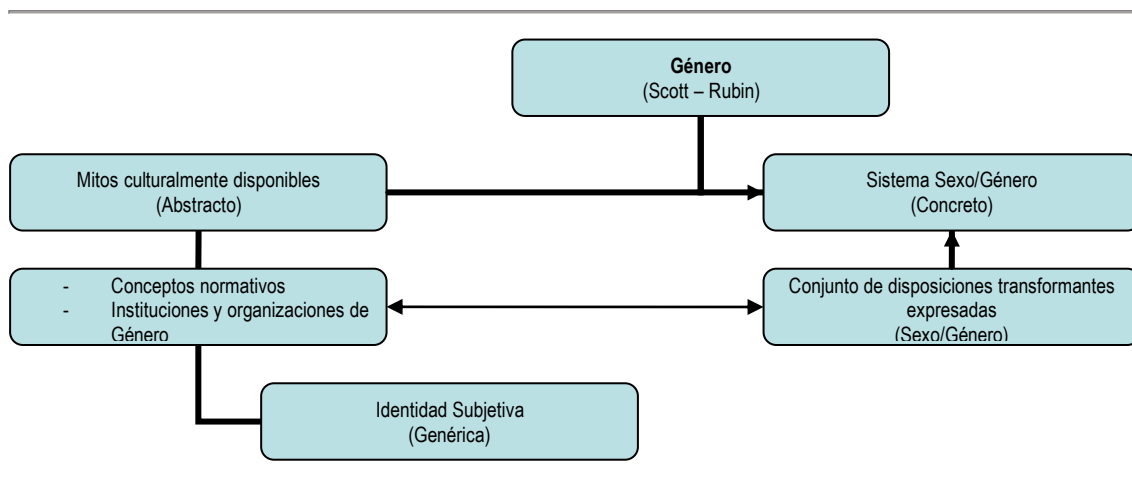
<sup>23</sup>Véase el texto de De Barbieri, Teresita, *Algo mas que mujeres adultas. Algunos puntos para la discusión sobre la categoría de Género desde la sociología*, en González Marín, Luisa (1996), *Metodología para los estudios de Género*, Instituto de Investigaciones Económicas/Universidad Nacional Autónoma de México, México, 249 pp.

<sup>24</sup>“La identidad sexual se conforma mediante la reacción individual ante la diferencia sexual, mientras que la identidad genérica está condicionada tanto históricamente como por la ubicación de la familia y el entorno le dan a una persona a partir de la simbolización cultural de la diferencia sexual: el Género.”. En Lamas, Marta (1995), “Usos, dificultades y posibilidades de la categoría de Género”, *La Ventana*, México, Núm. 1, p. 9-61.

otros enfoques y conceptualizaciones. Es por ello que se menciona a continuación el concepto de sistema sexo/Género de Gayle Rubin.

Rubin nos dice que es a través del sistema sexo/Género<sup>25</sup>, donde el sexo biológico tiene una traducción hacia actividades concretas dentro de la sociedad y es donde también se dan los elementos para resolver los aspectos sociales. Con Scott ahondamos en la forma en que se construye el Género y los diversos elementos que lo componen, con Rubin se aborda que el aspecto biológico y sexual del ser humano tienen una serie de configuraciones que permiten generar mecanismos que dan por resultado al Género como una expresión de producción, intercambio y consumo de las personas a partir de su sexualidad, este proceso de *economía política del sexo* se materializa en objetos de satisfacción sexual social tales como revistas, películas, vestimenta, conducta, etc.; con ello se fortalecen los conceptos normativos y las instituciones y relaciones de Género. El sistema sexo/Género no es el que indica, cómo una mujer tiene que comportarse como mujer y cómo un hombre tiene que comportarse como hombre, pero si es el que pone las “reglas del juego” para el Género a través de los conceptos normativos, las instituciones y las relaciones de Género.

**Cuadro 1.**  
**Diagrama de dimensiones de Género basado en los aportes de Joan Scott y Gayle Rubin**  
**(Diagrama Scott-Rubin)**



**Fuente: Elaboración propia.**

<sup>25</sup>“Como definición preliminar, un *sistema sexo/Género* es el conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana y en el cual se satisfacen esas necesidades transformadas”. Gayle, Rubin, *Óp. Cit.*, p. 12.

En el cuadro anterior, podemos ver la forma en que interactúan ambos conceptos, el de Joan Scott y Gayle Rubin, sin embargo Rubin fue más allá que Scott, ya que dio forma a la operación lógica del Género en la sociedad.

No se desdeña la obra realizada por Scott, ella mostró los diversos elementos que se conjugan dentro de la visión de Género de cada sociedad, Rubin da la forma que hay detrás de esos elementos, para ver cómo se articulan unos con otros y dar como resultado propiamente los roles de Género, sus obligaciones y, sobre todo, cómo relacionarse entre ellos. Al ser el sistema sexo/Género un conjunto de disposiciones que traducen la sexualidad biológica, en hechos concretos de la actividad humana, éstos necesitan también verse como elementos concretos de la sociedad.

El Género al ser una construcción social como producto de presupuestos sociales (entendiéndose estos como toda aquella serie de atributos y roles que conlleva el tener pene o vagina) acerca del sexo biológico del ser humano, éstos se expresan de manera colectiva a través de los conceptos normativos y las instituciones de Género, estos presupuestos expresados son el equivalente de Rubin del conjunto de disposiciones que transforma la sexualidad humana en una sexualidad social.

Esta expresión, representada en el cuadro 1 da forma concretamente al sistema sexo/Género y da por resultado también los símbolos y mitos culturalmente disponibles del Género. Es por ello que el Género puede ser estudiado en diversas sociedades<sup>26</sup>, por ejemplo en los países musulmanes, de acuerdo al Corán y la sharía,<sup>27</sup> un hombre puede tener varias esposas (siempre y cuando sea capaz de sostenerlas económicamente) y matar a una de ellas por infidelidad a través de la lapidación, en cambio en los países occidentales donde se practica el judeocristianismo de manera hegemónica un hombre solamente puede tener una sola esposa (aunque en la práctica sucede lo contrario muchas veces), sin embargo, en ambas religiones y sociedades, la

---

<sup>26</sup>“El sexo es el sexo, pero lo que califica como sexo también es determinado y obtenido culturalmente. También toda sociedad tiene un sistema de sexo/Género, un conjunto de disposiciones por el cual la materia prima biológica del sexo y la procreación humana es conformada por la intervención humana y social y satisfecha en una forma convencional, por extrañas que sean algunas de las convenciones.” *Ibid.*, p. 102-103.

<sup>27</sup>La sharía (vía o senda) es el código moral y jurídico que deriva del Corán, en ella se depositan las normas relacionadas con el culto, la moral y la vida, así como las acciones permitidas y prohibidas. A pesar de que su fuente principal es el Corán, también la sharía halla sus orígenes en el *hadiz*, que es una recopilación de dichos y hechos de Mahoma por sus colaboradores más cercanos.

mujer ocupa un papel de sumisión y pasividad frente al hombre. Otra forma empírica del sexo/Género se puede observar en lo concerniente al mercado de trabajo, mientras hay países donde las mujeres tienen libertad de poder desarrollarse académica y profesionalmente (esto no significa que todas las mujeres lo hagan), hay otros en donde las mujeres se dedican exclusivamente a las labores domésticas.

Hemos hecho hasta ahora una revisión somera del concepto de Género, qué es y cómo se construye, hemos estudiado al Género como una construcción social<sup>28</sup>, cultural e histórica, pero es necesario también estudiar cómo se relaciona con otros conceptos, como juega con otros factores o fenómenos de lo social, tales como el poder, la economía, las etnias, la pobreza, las clases sociales, etc.<sup>29</sup>.

El Género dentro de la estructura social no es un fenómeno por sí mismo aislado, de hecho en lo referente a las ciencias sociales no existen elementos sociales aislados o marginados. Si ponemos atención, este ha sido estudiado por diferentes teóricos o académicos desde diferentes disciplinas. Esto nos indica la importancia de los estudios de Género en la actualidad. El Género no se restringe solamente a la persona misma, sino que se relaciona con todo aquello que tenga que ver con ella: dentro de la sociología, con la interacción de la persona con otras, desde la psicología con la identidad psíquica; la antropología con su identidad cultural, a partir de la economía con relación al mercado y el trabajo; el derecho lo observa como un sujeto de derechos y obligaciones, y desde la medicina en la sexualidad y salud reproductiva. El Género se manifiesta en las prácticas cotidianas de las personas y su interactuar con otras, esto es, que se presenta en la vida cotidiana de las personas, día a día, noche a noche y por ello se relaciona en el contexto en que éstos se desenvuelven dentro de la estructura social.

No todos los individuos parten de las mismas bases y bienes materiales para desarrollarse y esto es claramente comprobable dentro de la sociedad

---

<sup>28</sup>“Se trata, por tanto, de una construcción social que expresa la conceptualización que hace cada sociedad de lo masculino y de lo femenino (o de otros Géneros disponibles) con relación a las categorías de hombre y mujer como seres sexuales y, por tanto, biológicamente diferenciados.”. González Río, María José, *Algunas referencias en torno a las diferencias de Género y Pobreza* en Tortosa, José María (2001), *Pobreza y Perspectiva de Género*, Icaria Editorial, España, 293 pp.

<sup>29</sup>“Para alcanzar el significado, necesitamos considerar tanto a los sujetos individuales como la organización social, y descubrir la naturaleza de sus interrelaciones, porque todo ello es crucial para comprender como actúa el Género.”. Scott, Joan W. *Óp. Cit.*, p. 11.

mexicana, algunos se encuentran en el campo y otros en las urbes, entre ambos hay diferencias sumamente grandes. En la ciudad incluso hay grandes brechas, mientras algunos tienen recursos<sup>30</sup> (como concentración de riqueza generada en la economía nacional, posesión de los medios de producción, propiedad individual privada fuerte) hay otros individuos cuyos recursos son en menor cantidad o simplemente no los tienen, éstos son los que permiten a una persona, tener cierto grado de desenvolvimiento o desarrollo dentro de la sociedad.

Estos recursos nos ubican además dentro del entramado social, otorgándonos características que permiten o restringen a las personas, ciertas actividades a las que tienen derecho, por ejemplo, estudiar una carrera universitaria. Es por ello que tomaremos el concepto de clase social, ya que este nos permite abordar cómo influye la posesión de recursos al desarrollo personal y social del individuo y, por lo tanto, en la formación de su identidad de Género.

Son varios los autores que han contribuido a la construcción del concepto de clase social, desde Baruch Spinoza en su texto “Ética”, hasta Lucio Mendieta y Nuñez, desde Karl Marx hasta Pierre Bourdieu, pasando por autores como Max Weber, Ralph Dahrendorf, Raymond Aron, Stanislaw Ossowski, Theotonio Dos Santos, Tom Bottomore, Gyorgy Lúcs, Anthony Giddens, George Gurvitch, etc. Sin lugar a dudas la concepción de clase social más conocida es la de Karl Marx, que la define como la posición que ocupan los individuos en relación con la propiedad de los medios de producción<sup>31</sup>, concepto que respalda Anthony Giddens<sup>32</sup>. Marx ubica a los individuos no

---

<sup>30</sup>De acuerdo a la revista electrónica [www.cnnexpansion.com](http://www.cnnexpansion.com), los 10 hombres más ricos de México son los siguientes: Carlos Slim (América Móvil, Telmex, Grupo Carso, GF Inbursa, 103 mdd), Lorenzo Zambrano Treviño (Cemex, 29.8 mdd), José Antonio Fernández Carvajal (Fomento Económico Mexicano, 20 mdd), Germán Larrea Mota (Grupo Ferroviario Mexicano, 18 mdd), Alberto Baillères González (Palacio de Hierro, GNP, 12.8 mdd), Roberto González Barrera (Grupo Financiero Banorte, 12.5 mdd), Gastón Azcárraga Andrade (Mexicana de Aviación, 12.2 mdd), Carlos Fernández González (Grupo Modelo, 11.5 mdd), Emilio Azcárraga Jean (Grupo Televisa, 10.4 mdd), Daniel Servitje Montull (Grupo Bimbo, 10.3 mdd).

<sup>31</sup>“Al mismo tiempo la división de trabajo dentro de una nación se traduce a la separación del trabajo comercial del industrial. Al mismo tiempo, la división del trabajo dentro de estas diferentes ramas acarrea, a su vez, la formación de diversos sectores entre los individuos que cooperan en determinados trabajos. La posición que ocupan entre sí estos diferentes sectores se halla condicionada por el modo de explotar el trabajo agrícola, industrial y comercial (patriarcalismo, esclavitud, estamentos, clases)”. Marx, Karl, *Óp. Cit.*, p.5.

<sup>32</sup>“La clase se define así en función de la relación entre los diferentes grupos de individuos con los medios de producción.”. Giddens, Anthony, *Óp. Cit.*, p. 7.



solamente por la posición que ocupan dentro del modo de producción capitalista, sino también por los intereses generados desde el mismo medio (conciencia de clase); para él había dos grandes clases: la burguesía y el proletariado.

Para Max Weber la clase se definía en función de un orden económico, el acceso a bienes y servicios y la forma de aplicación para obtener rentas e ingresos. Los factores que definen a una clase son los componentes de la situación de clase<sup>33</sup>. Aunque Weber aclara que la clase y la situación de clase, sólo son indicadores de situaciones típicas en los que se halla un sujeto, con respecto a otros. Weber también toma en cuenta otra serie de factores, tales como la formación de la persona, la participación económica de la misma y la movilidad social entre clases<sup>34</sup>.

Hay otros autores que delimitan el concepto de clase social tomando en cuenta otros indicadores. Para Dahrendorf “la *clase*, por tanto debe definirse en términos de relaciones de autoridad: más que posesión contra no posesión de propiedad, la clase debe referirse a posesión o exclusión de la autoridad”<sup>35</sup>. Para otros como Ossowski, la clase se construye a partir de imágenes y conceptos que se construyen en la sociedad, aunque en él las clases son más una cuestión de ordenamiento (esquema de gradación) y grupos funcionales interrelacionados por la división del trabajo (esquema funcional). Para el sociólogo mexicano Lucio Mendieta y Nuñez, las clases sociales se constituyen a partir de elementos económicos y culturales, éstos son únicamente observables en grandes poblaciones independientemente de los constantes cambios que hay dentro de ellas,<sup>36</sup> él expone además, que la clase social no se

---

<sup>33</sup>“Entendemos por *clase* todo grupo humano que se encuentra en una igual situación de clase. Entendemos por *situación de clase* el conjunto de las probabilidades típicas:

1. De provisión de bienes,
2. De posición externa,
3. De destino personal,

que derivan, dentro de un determinado orden económico, de la magnitud y naturaleza del poder de disposición (o de la carencia de él) sobre bienes y servicios de las maneras de aplicabilidad para la obtención de rentas o ingresos.”. En Weber Max (1999), *Economía y Sociedad*, Fondo de Cultura Económica, México, 1237 pp.

<sup>34</sup>“Una clase social, en el sentido weberiano, está formada por un conjunto de situaciones de clase vinculadas entre sí por el hecho que encierran posibilidades comunes de movilidad bien dentro de la profesión de los individuos o a través de las generaciones.”. Giddens, Anthony, *Óp. Cit.*, p. 7.

<sup>35</sup> *Ibidem.* p. 63.

<sup>36</sup>“Las clases sociales sólo pueden fijarse en sus grandes conjuntos, como algo permanente a pesar de los cambios individuales incesantes que en ellas operan, por lo cual es imposible demarcar sus límites con precisión matemática.”. Mendieta y Nuñez, Lucio, *Óp. Cit.*, p. 8.

constituye solamente de los individuos, de los contenidos culturales o de los factores económicos, la clase social es la suma o fusión de todos éstos mencionados, donde el factor determinante es la cultura<sup>37</sup>.

De todos los autores que han estudiado el concepto de clase social, es Pierre Bourdieu quien tomó en cuenta muchos de los factores anteriormente mencionados. ¿Qué es una clase social con Bourdieu?,

*“la clase social no se define por una propiedad (aunque se trate de la más determinante como el volumen o la estructura del capital), ni por una suma de propiedades (propiedades de sexo, de edad, de origen social o étnico - proporción de blancos y negros-, por ejemplo, de indígenas y emigrados, etc.-) ni mucho menos por una cadena de propiedades ordenadas a partir de una propiedad fundamental (la posición en las relaciones de producción) en una relación causa a efecto, de condicionante a condicionado, sino por la estructura de las relaciones entre todas las relaciones pertinentes, que confiere su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas”.*<sup>38</sup>

Bourdieu nos dice que una clase no se delimita o construye a partir de x o y particularidad, sino a partir de la conjunción de un grupo de características o particularidades que se reúnen en la clase (edad, sexo, raza, etnia, ocupación, etc.) y éstas influyen sobre las prácticas de los individuos que se hallan en condiciones similares, generando mecanismos de actos similares dando pie a esas prácticas<sup>39</sup> y a partir de esas prácticas se genera el *habitus de clase*.<sup>40</sup> El *habitus de clase* lo podemos entender como una serie de percepciones y actitudes de los individuos que son semejantes entre sí, esta serie de percepciones y actitudes permiten la identificación de prácticas entre

---

<sup>37</sup>“la clase social no está constituida ni por los individuos considerados en sí mismos, ni por los contenidos culturales de cada círculo, sino por la conjunción de ambos elementos en una síntesis viva y siempre actual. [...] el factor económico tiene una gran importancia para la determinación de la clase social, en realidad el factor decisivo es el de la cultura, puesto que sólo es posible el paso de los individuos de uno a otro círculo mediante la adaptación cultural.” *Ibíd.* p. 48-49.

<sup>38</sup>Bourdieu, Pierre. *Óp. Cit.*, p. 104.

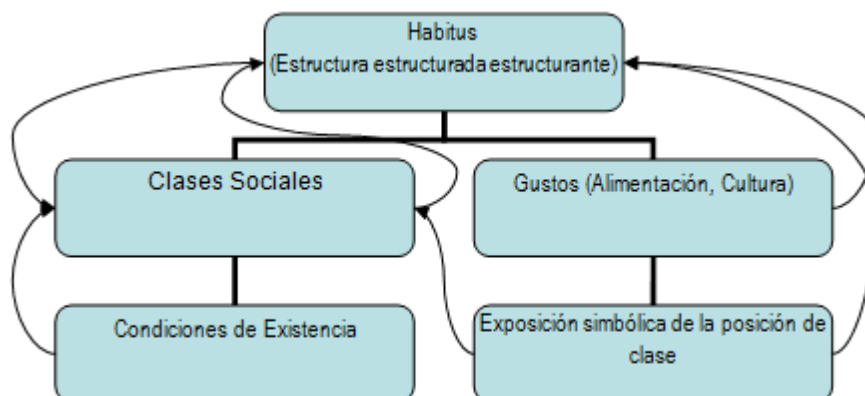
<sup>39</sup>“[...] hay que construir la clase objetiva como conjunto de agentes que se encuentran situados en unas condiciones de existencia homogéneas que imponen unos condicionamientos homogéneos y producen unos sistemas de disposiciones homogéneas, apropiadas para engendrar unas prácticas semejantes, y que poseen un conjunto de propiedades comunes, propiedades *objetivadas*, a veces garantizadas jurídicamente (como la posesión de bienes o poderes) o incorporadas como los *habitus de clase* (y, en particular, los sistemas de esquemas clasificadores)” *Ibíd.*, p. 100.

<sup>40</sup>“el *habitus* es a la vez, en efecto, el *principio generador* de esas prácticas objetivamente enclasables y el *sistema de enclasamiento* (*principium divisionis*) de esas prácticas. Es en la relación entre las dos capacidades que definen al *habitus* –la capacidad de producir unas prácticas y unas obras enclasables y la capacidad de diferenciar y apreciar estas prácticas y estos productos (gusto)- donde se constituye el *mundo social representado*, esto es, el *espacio de los estilos de vida*. [...] Estructura estructurante: que organiza las prácticas y la percepción de las prácticas, el *habitus* es también estructura estructurada: el principio de división en clases lógicas que organiza la percepción del mundo social es a su vez producto de la incorporación de la división de las clases sociales.” *Ibíd.*, p. 169-170.

estos individuos semejantes, dando como resultado la generación de clasificaciones que permiten “enclasar” socialmente a dichos individuos dentro de su grupo o fuera de él. Este habitus de clase al “enclasarlos” a partir de sus percepciones y actitudes nos permite identificar los gustos que se dan en estos “enclasmientos” de percepciones y actitudes generando una concepción nueva de clase social a partir de los gustos de acuerdo a Bourdieu.

Las razones por las cuales se opta por el concepto de clase social de Pierre Bourdieu y no por el concepto marxista para trabajar el tema de Género es debido a dos razones; la primera de ellas es que Bourdieu a diferencia de Marx integra características de los individuos que no se reflejan dentro del concepto de clase social de Karl Marx, como el sexo, los gustos y la educación. La segunda razón es que el habitus como componente de la clase social de Bourdieu integra una serie de dimensiones que se relacionan directamente con el Género, que son el *eidos* (estructuras cognitivas de la realidad), el *ethos* (rasgo axiológico o marco valorativo), el *hexis* (expresión físico-social-corporal) y la *aithesis* (disposiciones estéticas o gustos). El habitus y sus componentes se tratarán con mayor detalle en el Capítulo 3.

**Cuadro 2.**  
**Diagrama básico del Habitus de Clase**



Fuente: Elaboración propia.

Bourdieu sobresale debido a su concepto de clase social a partir de los gustos<sup>41</sup>, que se adquieren y reflejan en todas aquellas propiedades pertinentes de la clase social que permite ubicar a las clases mismas<sup>42</sup>. Bourdieu nos ofrece la oportunidad de estudiar al Género desde su concepto de clase social al establecer que *“las propiedades del sexo son tan indisociables de las propiedades de clase como el amarillo del limón es inseparable de su acidez: una clase se define en lo que tiene de más esencial por el valor y lugar que otorga a los dos sexos y a sus disposiciones socialmente construidas”*.<sup>43</sup> Bourdieu desde los gustos en las clases sociales, nos ofrece estudiar al Género desde lo profesional, el ocio, lo gastronómico, la vestimenta, etc.; un estudio que sea capaz de ofrecernos una radiografía en la percepción de las personas y, si realmente influye la clase social, en la construcción de la identidad de Género. Lo anterior quiere decir que la presente investigación estudiará concretamente la identidad masculina, tomando en cuenta los gustos de las mismas, que son a la vez reflejo de su clase social.

Los gustos son una expresión no solamente de la clase social, lo son también del Género, Bourdieu pone en un mismo nivel a la clase social y al Género, ambos se encuentran unidos a través de la identidad y en la práctica esto se constata en como la expresamos, las propiedades de la clase social y del Género, son las mismas. La expresión del ser hombre o del ser mujer lo hacemos de acuerdo a nuestra posición de clase, por lo tanto, la clase social influye dentro de la identidad de Género y viceversa, la identidad de Género influye en la clase social.

---

<sup>41</sup>“El gusto, propensión y aptitud para la apropiación (material y/o simbólica) de una clase determinada de objetos o de prácticas enclavadas y enclavantes, es la fórmula generadora que se encuentra en la base del estilo de vida, conjunto unitario de preferencias distintivas que expresan, en la lógica específica de cada uno de los sub-espacios simbólicos -mobiliarios, vestidos, lenguaje o hexis corporal- la misma intención expresiva.” *Ibid.*, p. 172-173.

<sup>42</sup>“El verdadero principio de las diferencias que se observan en el terreno del consumo y bastante más allá, es la oposición entre los *gustos de lujo (o de libertad)* y los *gustos de necesidad*: los primeros son propios de aquellos individuos productos de unas condiciones materiales de existencia definidas por *la distancia con respecto a la necesidad*, por las libertades o, como a veces se dice, por las *facilidades* que asegura la posesión de un capital; los segundos expresan, en su propio ajustamiento, las necesidades de las que son producto. Así es como se pueden “deducir” los gustos populares por los *alimentos* a la vez más *alimenticios* y más *económicos* (el doble pleonasma muestra la reducción a la pura función primaria) de *la necesidad de reproducir al menor coste la fuerza de trabajo* que se impone, como su propia definición, al proletariado. La idea de gusto, típicamente burguesa, puesto que supone la total libertad de elección, está tan estrechamente asociada con la idea de libertad que muestra trabajo concebir las paradojas del gusto de necesidad.” *Ibid.*, p. 177.

<sup>43</sup>*Ibid.*, p. 106.

## Capítulo 2

### ¿Qué es la masculinidad?

“la crisis masculina obedece, primero, a un proceso complejo de cambio cultural al partir del cual se advierte la emergencia de nuevas estructuras simbólicas en las que las mujeres comienzan a desarrollar habilidades tradicionalmente resguardadas a los hombres, segundo, a una grave crisis económica que no sólo pone en entredicho su capacidad proveedora sino coloca en riesgo su autonomía. La situación podría reducirse a una incapacidad masculina para resignificar las nuevas condiciones culturales y asumir un nuevo patrón genérico que lo libere de las imposiciones de una cultura machista.”

RAFAEL MONTESINOS, *La Construcción de la Identidad Masculina en la Juventud*

“En la cultura occidental, al menos, éste es el primer período en el que los hombres se encuentran a si mismos siendo hombres, es decir poseyendo una “masculinidad” problemática.

ANTHONY GIDDENS, *La Transformación de la Intimidad. Sexualidad, Amor y Erotismo en las Sociedades Modernas.*

En el capítulo anterior se trabajaron los conceptos de Género y de Clase Social, esto con la finalidad de tener un marco teórico con el cual estudiar la masculinidad. Pero ¿Qué entendemos por masculinidad?

Sí el Género es una construcción abstracta realizada a partir de la sexualidad humana y los significados que les damos, por masculinidad entenderemos *las características que asignamos a los hombres, simplemente por haber nacido hombres.*<sup>44</sup> Esta asignación de valores y características, que demarcan incluso las acciones de las mujeres y de los hombres, es lo que conocemos como rol de Género.<sup>45</sup>

Esta asignación de roles de Género son los que en cada cultura otorgan los atributos masculinos a los hombres y los femeninos a las mujeres. Cada cultura y cada sociedad tienen sus propios roles de Género. Un ejemplo de ello es el papel que ocupan hombres y mujeres en las diversas sociedades islámicas o las diferentes sociedades occidentales, aunque no es necesario

---

<sup>44</sup>“Cada sociedad organiza su propia estructura y su propio tiempo con fundamento en la asignación de Género, que no es otra que la clasificación axiológica funcional de los sujetos, la cual está siempre presente en todas las dimensiones de la vida humana.”. Cazes, Daniel (2002), *El Tiempo en Masculino*, *El Cotidiano*, México, Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, Mayo-Junio 2002, Año 18. P. 37-46.

<sup>45</sup>“El rol de Género alude al conjunto de expectativas acerca de los comportamientos sociales considerados apropiados para las personas que poseen un sexo determinado. Este se forma con el conjunto de normas, prescripciones y representaciones culturales que dicta la sociedad sobre el comportamiento masculino y femenino.”. Infante Gama Vicente, *La Masculinidad desde la perspectiva de Género* en Chávez Carapia Julia del Carmen (2004), *Perspectiva de Género*, Escuela Nacional de Trabajo Social/Universidad Nacional Autónoma de México/Ed. Plaza y Valdez, México, 179 pp.

hacer grandes comparaciones, basta ver a las naciones como coexisten diferentes visiones de la masculinidad y la feminidad, no es lo mismo ser hombre con 18 años y vivir en la Ciudad de México, que vivir en el campo con la misma edad y pertenecer a una comunidad indígena. Incluso en las ciudades, podemos observar que hay diferentes roles de Género en las diversas clases sociales. Sin embargo, a pesar de esas diferencias siempre hay rasgos o características comunes dentro de las diferentes visiones de masculinidad.

Empero, antes de pasar a estudiar la masculinidad y sus diferentes expresiones, hay que respondernos la pregunta ¿Cómo se construye la masculinidad? En el capítulo anterior, vimos que el Género (Scott) se compone a través de mitos culturalmente disponibles, de conceptos normativos y de instituciones y organizaciones de Género, y todos estos a la vez se encuentran dentro de un grupo de disposiciones (Rubin), que hacen de la sexualidad físico-biológica del ser humano, un conjunto de necesidades y satisfactores de esas necesidades, ejemplo de ello son las diferentes revistas que están dirigidas a la población masculina heterosexual.

Juan Carlos Ramírez Rodríguez en el artículo titulado *¿Y eso de la masculinidad? Apuntes para una discusión*<sup>46</sup>, aborda lo que la masculinidad es desde cuatro dimensiones:

1. Dimensión Física: es todo aquello que tiene relación con la naturaleza física del hombre, ya sea el pene, el cabello, la musculatura, etc.
2. Dimensión de la *Praxis Masculina*: son todas aquellas acciones realizadas por los hombres y que solamente ellos pueden hacer, es la materialización de lo que un hombre es, tal y como en los cuentos de hadas clásicos, solamente un buen caballero (hombre desde luego) es capaz de rescatar a una princesa de las fieras garras de un dragón, o de la desgracia que aqueja a las virtudes de la misma. En la actualidad podemos ver esta praxis, en un sinfín de estrategias de mercado para la venta de productos determinados, como la cerveza Tecate o los desodorantes Axe.

---

<sup>46</sup>Careaga Gloria, Cruz Sierra Salvador (2006), *Debates sobre masculinidades*, Programa Universitario de Estudios de Género/Universidad Nacional Autónoma de México, México, 447 pp.

3. Dimensión Axiológica: aquí se maneja el ideario de lo que un hombre debe ser, son los valores que sostienen el discurso de la identidad masculina, de hecho cada Género tiene su escala de valores propia y tiene su equivalente opuesto (Hombre Fuerte – Mujer Débil, Hombre Valiente – Homosexual Cobarde).
4. Dimensión Semiótica: es aquello que otorga sentido a la identidad masculina, aunque lo más correcto sería Dimensión Simbólica, ya que es a través del lenguaje, de las palabras donde nacen los actos de dominante-dominado y se dan los procesos de violencia. El elemento simbólico es el que genera el discurso de la identidad masculina, genera las clasificaciones que permiten a unos tener poder sobre otros.

¿Cómo se construye la masculinidad con todo lo anterior? los mitos culturalmente disponibles por sí solos no construyen las identidades de Género ni los conceptos normativos, ni las instituciones y organizaciones menos, ¿qué se necesita para que haya una construcción de la masculinidad (así como de la feminidad obviamente)? Se necesitan personas, personas que transmitan a las siguientes generaciones cómo ser hombres y cómo ser mujeres, y la forma de lograr esto es a través de las instituciones y las organizaciones<sup>47</sup>. Una de las organizaciones más importantes para la construcción de las identidades y de los roles de Género es la familia<sup>48</sup>, en donde aprende el sujeto cuál es su papel y las actividades en una sociedad dada.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup>“la masculinidad no puede desligarse del contexto institucional en que se desarrolla. Hay, según Connell, tres instituciones particularmente importantes en la producción institucional de la masculinidad: el Estado, el mercado de trabajo, la familia.”. En Minell Martini, Nelson (2002), “Masculinidad/es. Un concepto en construcción”, *Nueva Antropología. Revista de Ciencias Sociales*, México, CONACULTA/Instituto Nacional de Antropología e Historia/Universidad de la Ciudad de México, Núm. 61, p. 11-30.

<sup>48</sup>“Cuando se señala a la familia como la célula fundamental de la sociedad, se reconoce como el espacio vital en el que se reproduce la vida cotidiana. De tal forma que si en ella descansa la reproducción material y simbólica de los individuos, entonces la vida cotidiana es la primera instancia social a partir de la cual la sociedad induce al individuo en un proceso de aprendizaje de cada una de las normas que le permiten interactuar con su entorno. Esta función social que desempeña la célula familiar sintetiza la primera etapa del proceso de socialización a que se sujeta el individuo. En ese sentido, la familia se constituye en el vehículo de comunicación entre la sociedad y el individuo. [...]. El espacio natural en el que se captan prácticas repetitivas, y por tanto continuas, que garantizan la reproducción social.”. En Montesinos Rafael (2002), *Las Rutas de la Masculinidad. Ensayos sobre el cambio cultural y el mundo moderno*, Gedisa Editorial, España, 270 pp.

<sup>49</sup>“El individuo va adquiriendo su identidad genérica, y por tanto, comienza a distinguirse de la otredad. Es mediante la vida cotidiana que comprende cual es su rol que la sociedad ha asignado a los de su sexo, de tal forma que su interacción en los diferentes habitus ha de reflejar una actitud adecuada hacia su Género.” *Ibid.*, p. 144.

Pero la familia no es el único espacio de interacción social de las personas, no es el único lugar donde aprender a ser hombres y a ser mujeres. Después de la familia se encuentra la colonia (o vecindario), la escuela, los amigos, el trabajo, etc. Toda esta serie de escenarios y personas con los que se convive a lo largo de la vida, cada uno de manera particular, contribuye en la construcción de las identidades de Género.

Un ejemplo muy sencillo es el siguiente: un joven que cursa el segundo año de secundaria, lo primero que hace todos los días es desayunar con sus padres. Con el padre apenas habla, así que la mamá ocupa más el lugar de orientadora y consejera de cómo debe comportarse ante una situación dada en relación con las compañeras de su grupo, la madre lo orienta o aconseja a que actúe con cuidado o de forma más activa (aquí el joven ya se enfrenta a dos posibles escenarios, el hacer lo que su madre le aconsejó o el no hacerlo), al llegar a la escuela comenta con sus compañeros varones de clase lo mismo que platicó con su madre, los compañeros lo aconsejan con dos o más acciones de cómo debe conducirse ante sus compañeras de clase (en este momento el joven se encuentra ante un panorama diverso de acciones, acerca de cómo debe actuar frente a sus compañeras de clase). Tanto la madre como los compañeros varones le indicaron como actuar ante sus compañeras, esto con la finalidad de cumplir las expectativas de rol de Género que le corresponden.

Esto significa, que forzosamente, la construcción de las identidades de Género, en este caso la masculinidad, comienza en la familia como institución “oficial” que guía hacia la edificación de éstas. A través de la socialización, las diversas instituciones de Género (como la escuela) también interactúan dentro del proceso de construcción de las identidades de Género. Otro ejemplo: un joven que es excelente estudiante, tiene una impecable boleta llena de esplendidas calificaciones, sin embargo, por su forma de ser es una persona demasiado calmada, tímida, inactiva y retraída, lo que le ha ocasionado tener problemas con sus compañeros de grupo. Cierta día uno de los profesores llama a los padres del joven para platicar con ellos lo que sucede en la escuela con respecto al hijo. El profesor orienta a los padres para que su hijo participe más en actividades que tengan relación con cuestiones físicas (deportes) para



reafirmar el carácter del muchacho.<sup>50</sup> ¿Qué pasa en ambos ejemplos?, tanto familia como escuela funcionan como espacios de afirmación de la identidad masculina, además de ser espacios para reproducir dentro de la sociedad, las formas de conducirse como mujeres y como hombres.

Para que exista esta afirmación y reafirmación de identidades de Género no es suficiente la existencia de las instituciones, recordemos que el Género comprende también mitos culturales, conceptos normativos y productos concretos hechos a partir de la sexualidad humana para satisfacer necesidades creadas a partir de la misma sexualidad humana como la comercialización de productos tales como revistas, alcohol, desodorantes, etc. Todo esto es lo que conforma dentro de la construcción de la identidad de Género el peso de la masculinidad y de la feminidad. Independientemente de lo anterior, hay que recordar que la concepción de la masculinidad varía de cultura a cultura y esto depende de la escala axiológica que se da a las identidades.<sup>51</sup>

Ahora bien, se ha hablado acerca de la masculinidad y su construcción dentro de la sociedad, pero ¿de qué masculinidad estamos hablando?, ¿es la misma masculinidad para todos? Ya he aclarado que la masculinidad varía entre las diferentes culturas, sin embargo, ¿es la misma identidad masculina para todos los hombres?

Vivimos en una sociedad que cada día a través de diferentes canales o instituciones, reproduce y recrea una serie de prácticas comunes de lo que deben ser las mujeres y los hombres. En los últimos años hemos visto que a través de los diferentes medios de comunicación, existen una serie de productos en el mercado que mencionan o evocan cómo deben ser los hombres o lo que son los hombres a través de revistas, desodorantes, bebidas alcohólicas, etc., todos estos productos tienen dentro el mismo mensaje: un hombre usa esto, si quieres atraer más mujeres usa esto, un hombre de verdad

---

<sup>50</sup>“La conclusión que se ha de extraer de estos planteamientos es que en el mismo proceso de socialización el individuo alcanza a apuntalar su identidad genérica. De esta forma la sociedad, vía la cultura, envía permanentemente al individuo una serie de mensajes que se expresan a partir de formas de conducta a cumplir en cada ámbito social en el que se desenvuelve, dando prueba de que, efectivamente, es un hombre. En ese sentido, la masculinidad se expresa mediante una serie de rasgos a partir de conductas específicas de la masculinidad.” *Ibíd.*, p. 108.

<sup>51</sup>“Conforme predominan los estudios de sociedades tribales, se ha constatado que la masculinidad y la feminidad se expresan de diversas formas, dependiendo de la cultura que se trate. Esto es, que la masculinidad no se expresa de manera universal, pues no se trata de un rasgo social constante, sino de manifestaciones propias de diferencias culturales que coexisten en un momento determinado de la historia, sin negar el predominio de formas de expresión de la misma masculinidad.” *Ibíd.*, p. 77.

toma esto. Toda esta serie de mensajes que se masifican en los medios de comunicación, momento a momento, nos hablan como si existiera un solo concepto de masculinidad, una *masculinidad hegemónica*.



Imagen I. Anuncio de un desodorante, que ofrece tener una atracción irresistible hacia los hombres que usen este producto.

¿Qué entendemos o deberíamos de entender por masculinidad hegemónica?

*“La masculinidad hegemónica puede definirse como la configuración práctica del Género que incorpora la respuesta aceptada, en un momento específico, al problema de la legitimidad del patriarcado, lo que garantiza (o se considera que garantiza) la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres [...] la hegemonía se establecerá si existe cierta correspondencia entre el ideal cultural y el poder institucional, colectivo si no es que individual.”<sup>52</sup>*

En otras palabras, la masculinidad hegemónica tiene la función de hacer valer la dominación supuesta de los hombres sobre las mujeres, y esta función tendrá más éxito si la cultura en la cual se encuentra inmersa es más compatible con legitimar la superioridad de los hombres y eso es lo que precisamente hacen la serie de productos comerciales mencionados, toda su publicidad está orientada a lo que hacen y solamente los hombres saben hacer.

<sup>52</sup>Connell R.W., *Óp. Cit.*, p. 117.



Imagen II. Anuncio que asocia y demuestra algunas “características” y conductas de los hombres en relación al consumo de cerveza.

¿Cuáles son los fundamentos o sustentos de esta masculinidad hegemónica? Luis Bonino nos indica que

*“la normativa hegemónica de Género que organiza la actual subjetividad masculina está sustentada en dos ideologías [...], la ideología del individualismo de la modernidad [...] el ideal del sujeto es aquel centrado en sí, autosuficiente, que se hace a sí mismo, racional y cultivador del conocimiento, que puede hacer lo que venga en gana e imponer su voluntad y que pueda usar el poder para incorporar sus derechos. [...] ha incorporado en los últimos siglos el velo protestante-capitalista de la eficacia. La otra ideología sustentadora de la normativa de Género, es la satanización/eliminación del otro distinto, que desde la antigüedad produjo el ideal del soldado, guerrero y conquistador promoviendo al sujeto valeroso, fuerte e invulnerable, inmovible, competitivo y bélico, con códigos de honor y obediencia por encima de todo.”<sup>53</sup>*

Lo que plantea Bonino es sumamente interesante, por un lado, nos indica uno de los pilares de la figura actual de la masculinidad, el individualismo cuyo origen se da con el inicio del pensamiento moderno occidental actualmente vigente, un individualismo bajo el cual dios dejó de ser el centro del mundo y en su lugar fue colocado el hombre racional, autosuficiente y capaz de realizar todo lo deseado o anhelado. Por otro lado, la legitimidad actual de la masculinidad es y ha sido la descalificación de todo aquello cuya

<sup>53</sup>Bonino Luis, *Varones, Género y Salud Mental: deconstruyendo la normalidad masculina* en Segarra, Marta y Carabí Ángels, *Nuevas Masculinidades*, Ed. Icaría, España, 189 pp.

naturaleza no entre en los esquemas del deber ser hombre, todo aquello que es diferente o contrario al ideal del ser hombre autónomo, racional y fuerte es criticado y desechado, es devaluar y supeditar al “otro” diferente del hombre y colocarlo en un nivel más bajo que él mismo.

En el primer capítulo abordamos el concepto de clase social y como ésta influía en la construcción de la identidad de Género, particularmente sobre la construcción de la identidad masculina. Cabe recordar que se parte del concepto de clase social de Pierre Bourdieu debido a su alcance de no definir la ubicación de los individuos en una sociedad dada solamente con un modo de producción x o que divida a la sociedad por títulos de propiedad o bienes, sino porque ofrece el poder estudiar la construcción de la identidad de Género a partir de una serie de acciones que realizan las personas, que pueden ser clasificadas por gustos, educación, estilo de vida, etc.; estas *acciones enclasables y enclasantes*<sup>54</sup> (entendiendo estas como una serie de percepciones y actitudes que categorizan a los sujetos en clases a partir de las acciones de los mismos), son las que nos van a permitir estudiar cómo se construye la masculinidad.

¿Por qué hacer una serie de estudios sobre la masculinidad a partir del concepto de clase social?

Anteriormente se reflexionaba sobre la construcción de la masculinidad y cómo hay una masculinidad hegemónica, que en mayor o menor medida se acepta en las diversas sociedades y legitima la situación en la que se hallan los Géneros. A partir de esto último y de que existe una idea generalizada de cómo ser hombre, también abordaremos la existencia de masculinidades particulares, sobre lo que es y debe ser un hombre. Estas surgen durante la internalización y socialización del rol de Género<sup>55</sup> y durante la interacción social<sup>56</sup>. Es a través

---

<sup>54</sup>“Los sujetos enclasantes que enclasan las propiedades y las prácticas de los demás, o las suyas propias, son también objetos enclasables que se enclasan (a los ojos de los demás) al apropiarse unas prácticas y unas propiedades ya enclasadas (como vulgares o distinguidas, elevadas o bajas, pesadas o ligeras, etcétera, es decir, en último análisis, populares o burguesas) según su distribución probable entre unos grupos a su vez enclasados; las más enclasantes y las mejor enclasadas de esas propiedades son, evidentemente, las que están expresamente designadas para funcionar como *signos de distinción* o *marcas de infamia*, estigmas, y sobre todo los nombres y los títulos que expresan la pertenencia a las clases cuya intersección define en un momento dado del tiempo la *identidad social* -nombre de la nación, de la región, de la etnia o de la familia, nombre de la profesión, titulación académica, títulos honoríficos, etcétera-. Bourdieu Pierre, *Óp. Cit.*, p. 492.

<sup>55</sup>“El concepto de “rol” puede aplicarse al Género de dos formas. En la primera, los roles se consideran específicos para situaciones definidas. [...], la segunda aproximación es mucho más común y supone que

de éstas donde se forma lo que es ser hombre, donde pensamientos como “*e/ hombre de la casa*” se concretizan en acciones y en las mismas se afirman los roles de Género. A lo largo de la vida las personas se construyen a si mismas como sujetos, esta construcción se encuentra determinada muchas veces por las condiciones materiales con las que contamos. No es la misma visión de masculinidad<sup>57</sup> que tiene un obrero de la construcción a la que tiene un empresario, para ambos hay un arquetipo común de lo que debe ser un hombre, aún así el *ser hombre* se expresa de manera diferente. Más allá de que a todos los hombres se les enseña desde niños cómo actúa y piensa un hombre, la idea de serlo cambia de acuerdo al medio en el cual nos desarrollamos (son los *campos* que menciona Bourdieu dentro de su obra), debido a que es a través de la clase social que se construye nuestra identidad de Género, en este caso, el ser hombre que se expresa.

Hay que recalcar que partimos del concepto de clase de Pierre Bourdieu, donde la posición en una relación de producción no es la única condición determinante de una clase social x, es solamente un factor junto con otros (sexo, edad, origen, etc.) para la construcción de una clase social, donde cada individuo compite dentro de los campos por un determinado capital (económico, cultural, social, simbólico)<sup>58</sup>. Desde este enfoque, los hombres por sí mismos ya forman una “*clase social*” por su condición genérica, pero esta “*clase social*” comienza a tener determinadas características si tomamos en cuenta la edad (niños, jóvenes, adultos, ancianos), origen (Campesino/urbano, indígena/mestizo, blanco, pobre/rico), oficio o profesión (albañil, mesero, contador, actuario, ingeniero, administrador, empresario, gobernante, etc.); ¿cómo afectan estas particularidades a la construcción de la identidad

---

ser hombre o una mujer significa poner a funcionar una serie general de expectativas asignadas a cada sexo; esto es, poner a funcionar el “rol sexual”. [...]. Entonces, la masculinidad y la feminidad se entienden fácilmente como roles sexuales internalizados, productos del aprendizaje social o “socialización.” Connell R.W., *Óp. Cit.*, p. 41.

<sup>56</sup>No debe ser suficiente con reconocer que la masculinidad es diversa, sino también debemos de reconocer las relaciones entre las diferentes formas de masculinidad: relaciones de alianza, dominio, y subordinación. Estas relaciones se construyen a través de prácticas que excluyen, que intimidan, explotan, etc. Así que existe una política de Género en la masculinidad. *Ibidem.*, p. 61.

<sup>57</sup>Por visión de masculinidad entenderemos todas aquellas “*características sociales, valores y responsabilidades*” asignados a los hombres por el simple hecho de ser hombres. Ejemplos: Ser Valiente, Audaz, Sostén del Hogar, Mujeriego, Cumplidor (Connotación Sexual), etc. En otras palabras, lo que es ser hombre.

<sup>58</sup>Todos los conceptos de Pierre Bourdieu que usaremos para la presente investigación, los abordaremos en el capítulo siguiente.

masculina?, el hecho de que existen diferencias objetivas como educación e ingreso económico entre situaciones particulares de cada hombre y, como estos crecen y construyen una identidad de Género con ellas, va generando una visión de masculinidad que se reproduce a sí misma<sup>59</sup>. Es entonces donde “los calificativos que construyen estereotipos del ser hombre constituyen los referentes de autoconfirmación de los varones [...] las proyecciones del imaginario colectivo se proyectan con los referentes culturales obligados de los individuos, mediante los cuales van construyendo su identidad genérica, replanteando, según su capacidad reflexiva, cada faceta de su masculinidad”<sup>60</sup>.

Entonces ¿cuáles son los referentes de los hombres en lo general y en lo particular, que construyen su identidad genérica? se tiene que entender que estos son de carácter cultural, y son determinados por muchos de los factores que determinan la clase social. Ejemplo de esto, más allá de la familia y de las instituciones, son algunos de los siguientes, para un niño las caricaturas, para un joven la música que escucha o las revistas que lee, para un adulto joven las películas de Valentín Trujillo o para un adulto mayor, las películas del siempre inmortal y mil veces exhibido, Pedro Infante. Para un hombre campesino, además de sus referentes locales, se encuentran los valores específicos que debe tener en su comunidad (características sociales que son aceptadas por todos los miembros de comunidad); y para un hombre de ciudad sus referentes también son de carácter local y los valores le son otorgados por la familia, la escuela, sus amigos, etc., aunque estos valores pueden variar entre el campo y la ciudad, en el fondo legitiman lo que es una identidad masculina general a pesar de que haya una diferencia entre espacios y clases sociales. Estos factores, estos referentes culturales son los que construyen la identidad masculina de los hombres. Hay una masculinidad hegemónica, pero también una infinidad de masculinidades particulares.

---

<sup>59</sup>Para reproducir la sociedad es necesario que los hombres se reproduzcan a sí mismos como hombres particulares. La vida cotidiana es el conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, los cuales, a su vez, crean la posibilidad de la reproducción social. Agnés Heller, *Sociología de la Vida Cotidiana* en Montesinos Rafael, *Óp. Cit.*, p. 135.

<sup>60</sup>*Ibíd.*, p. 177.

### Cuadro 3

#### Rutas de Construcción de la identidad de Género (masculina).

Factores de Influencia	Espacio	Economía	Trabajo	Poder	Resultante
Género	De campo	Con Recursos Materiales	Oficio	Gobernante	<i>Masculinidad X1...∞</i>
				No Gobernante	<i>Masculinidad X2...∞</i>
			Profesionista	Gobernante	<i>Masculinidad X3...∞</i>
				No Gobernante	<i>Masculinidad X4...∞</i>
		Sin Recursos Materiales	Oficio	Gobernante	<i>Masculinidad X5...∞</i>
				No Gobernante	<i>Masculinidad X6...∞</i>
			Profesionista	Gobernante	<i>Masculinidad X7...∞</i>
				No Gobernante	<i>Masculinidad X8...∞</i>
	De Ciudad	Con Recursos Materiales	Oficio	Gobernante	<i>Masculinidad X9...∞</i>
				No Gobernante	<i>Masculinidad X10...∞</i>
			Profesionista	Gobernante	<i>Masculinidad X11...∞</i>
				No Gobernante	<i>Masculinidad X12...∞</i>
		Sin Recursos Materiales	Oficio	Gobernante	<i>Masculinidad X13...∞</i>
				No Gobernante	<i>Masculinidad X14...∞</i>
			Profesionista	Gobernante	<i>Masculinidad X15...∞</i>
				No Gobernante	<i>Masculinidad X16...∞</i>
Productos Culturales Masificados (Películas, Telenovelas, Historietas, Música, etc.) + Interacciones Sociales + Valores					
Fuente: Elaboración propia.					

Empero ¿Cómo está la situación de la masculinidad en México? ¿Ha ido cambiando la identidad masculina o se ha mantenido igual desde hace años o décadas? ¿Cómo es el hombre mexicano? ¿Cómo se definen los hombres en México? Es muy común ver representado al hombre mexicano en diversas caricaturas o películas, sentado al lado de un nopal cubierto con su sarape y tapándose la cara de los rayos solares con un sombrero, o también se le representa como un hombre violento e irracional, disparando balas al aire en una fiesta popular ¿éstas figuras realmente representan al hombre mexicano? ¿éstos son nuestros modelos de masculinidad?

En la actualidad el modelo del hombre masculino ha cambiado y esto obedece, por un lado, a los estándares de masculinidad hegemónica y, por otro, a las transformaciones que ha tenido la masculinidad en las ciudades, porque las ciudades mismas cambiaron y dieron pie a que apareciera una clase media con una visión particular de las cosas, entre ellas la identidad de

Género, difícilmente podemos ver a los hombres mexicanos con sarapes y disparando balas en trajes de charro (aunque las únicas características constantes, son la violencia y el alcoholismo), vemos a jóvenes y adultos vestidos de manera formal e informal del momento, o de acuerdo al grupo juvenil o adulto al que pertenezcan (emos, darks, punks, motociclistas, skatos, ejecutivos de oficina, obreros, etc.) y esto va en contra del modelo tradicional de hombre mexicano, que usaba pistolas y huaraches anteriormente, claro es que el modelo de masculinidad mexicana ha ido cambiando, desde Pedro Infante hasta Demián Bichir en la película *Sexo, Pudor y Lágrimas*.

Gutmann establece, que la masculinidad hegemónica rebasa las fronteras incluso las culturales, establece características típicas o estándar que sin importar el referente de nacionalidad los hombres se identifican con aquel y por lo tanto, lo reproducen de ser posible. Ejemplo de ello, son los comerciales de la marca AXE de desodorantes para hombres, sin importar el país tanto el comercial como el producto son presentados de igual forma y esto también ocurre con algunas películas, tales como *La Caída del Halcón Negro* (basada en la historia de soldados Rangers y Delta Force del Ejército de Estados Unidos, durante la hambruna de Somalia en el año de 1993) y *Fuimos Héroes* (película protagonizada por Mel Gibson en el contexto del inicio de la Guerra de Vietnam), hay que mencionar que las películas señaladas también forman parte de un discurso ideológico que justifica las intervenciones militares de los Estados Unidos en Somalia y Vietnam. Igualmente películas absurdas como *American Pie*, *Ella es así* ó *10 cosas que odio de ti*, marcan el actuar tanto de hombres y mujeres, en este caso de jóvenes en referencia a la sexualidad y el amor, marcando incluso qué hacer en determinadas situaciones.

El mundo de los videojuegos no es ajeno a esto, juegos como *Gears of War 1, 2 y 3*, *Call of Duty* (toda la serie) e incluso el personaje *Mario* de Nintendo (fontanero bonachón que salva a una princesa), tienen un peso fuerte en cuanto a las características que deben tener los hombres, la mayoría de ellas ligadas a violencia o situaciones de conflicto. Sin importar la modalidad o propósito de las películas o videojuegos mencionados todos tienen una característica común, las supuestas atribuciones que tienen los hombres y estas atribuciones (como la valentía, la frialdad, incluso la capacidad de sacrificio) son de carácter universal, lo que permite la legitimidad de una



masculinidad hegemónica por parte de los hombres independientemente de la cultura. “*La producción de masculinidades ejemplares es, entonces, parte de la política de masculinidad hegemónica.*”<sup>61</sup>.

En cuanto a los referentes locales de la masculinidad,

*“Todos los agentes de una formación social determinada tienen en común, efectivamente, un conjunto de percepciones fundamentales, que reciben un comienzo de objetivación en las parejas de adjetivos antagónicos comúnmente empleados para calificar y clasificar a las personas o los objetos en los campos más diferentes de las prácticas.”*<sup>62</sup>

Esto quiere decir que todos los individuos tienen una serie de percepciones o apreciaciones comunes, originadas en una educación particular dentro de su estrato social y que generan una serie de mecanismos que buscan *enclasar* las conductas y acciones de otros individuos, ya sean semejantes o diferentes a ellos (haciendo referencia, claro, a una pertenencia de grupo o clase). Un buen ejemplo de ello pueden ser las dicotomías *culto/ignorante, refinado/corriente, amable/grosero*; entonces, *hombre culto/hombre ignorante, hombre refinado/hombre corriente, hombre amable/hombre grosero*. Esto es que a partir de la formación que tienen los individuos dentro de la clase social a la que pertenecen se genera una *tabla de juicios valorativos* en el sentido weberiano o *prenociones* en el sentido de Emile Durkheim que establece percepciones, actitudes y pautas conductuales del ser hombre ser masculino, y todo aquel individuo que no cumple con esto sencillamente no es un hombre, no es masculino.

Cabe resaltar que los mismos individuos que enclasan también son enclasados a partir del mismo marco de adjetivos de su formación social común, también de otros marcos de percepciones y apreciaciones, es decir, de otros estratos o clases. Ahora bien, si el modelo de masculinidad ha cambiado por una serie de “x” factores que han contribuido a construir un modelo nuevo basándose en los rasgos creados<sup>63</sup>, a partir de una clase media que nació dentro del Estado moderno mexicano ¿cómo juega la masculinidad hegemónica con ello?,

---

<sup>61</sup>Connell R.W., *Óp. Cit.*, p. 289.

<sup>62</sup>Bourdieu Pierre, *Óp. Cit.*, p. 479

<sup>63</sup>Por ejemplo en muchas películas de Pedro Infante, Joaquín Pardavé o Arturo de Córdova, ellos representaban hombres que por muy pendencieros o críticos siempre mantenían una obediencia o lealtad casi ciega a la Nación y sus autoridades. Por otro lado eran ya modelos de hombres refinados y con estudios que son características propias de una clase media emergente en diversas películas.

*“el modelo de masculinidad agresiva ya no lo representa el charro con pistolas de antes, que procuraba tener un rancho tranquilo en donde colgar su sombrero. Este modelo ha sido reemplazado por un Rambo que se lanza al ataque en contra de Vietnam o el Afganistán del momento, rociando balas con una ametralladora. Nadie podría sugerir que Rambo es un producto mexicano; sin embargo aquí, como en su país de origen, ¿no representa al macho por excelencia? A los símbolos locales se les globaliza, se les reubica y finalmente se les vuelve a globalizar.”<sup>64</sup>*

---

La identidad masculina no solamente la construimos a partir de nuestros referentes culturales, sino que le adherimos particularidades de otros ámbitos y reconstruimos nuestra identidad, verbigracia la identidad del Género musical reggaeton, cuyas canciones llevan un alto contenido sexista y establece una identidad masculina muy bien definida y con una influencia enorme en México.

También a lo largo de la historia de nuestra nación se han definido las identidades de Género a partir de momentos históricos muy particulares, ejemplo de ello lo pueden ser las soldaderas de la Revolución Mexicana. Un proceso clave de la historia de México que determinó la cultura y por ende, a las identidades de Género fue el mestizaje, esto lo podemos observar en la clara descripción que hace de nosotros Octavio Paz en su libro “El Laberinto de la Soledad”, en lo referente a ser Los Hijos de la Malinche:

*“En México los significados de la palabra son innumerables. Es una voz Mágica. Basta un cambio de tono, una inflexión apenas, para que el sentir varíe. Hay tantos matices como entonaciones, tantos significados como sentimientos. Se puede ser un chingón, un Gran Chingón (en los negocios, en la política, en el crimen, con las mujeres), un chingaquedito (silencioso, disimulado, urdiendo tramas en la sombra, avanzando cauto para dar el mazazo), un chingoncito. Pero la pluralidad de significaciones no impide que la idea de agresión –en todos sus grados, desde el simple de incomodar, picar, zaherir, hasta el de violar, desgarrar y matar- se presente siempre como un significado último. El verbo denota violencia, salir de sí mismo y penetrar por fuerza en otro. Y también, herir, rasgar, violar –cuerpos, almas, objetos-, destruir. Cuando algo se rompe, decimos: “Se chingó.” Cuando alguien ejecuta un acto desmesurado y contra las reglas, comentamos: “Hizo una chingadera.” [...] En suma, chingar es hacer violencia sobre otro. Es un verbo masculino, activo, cruel: pica, hiere, desgarrar, mancha. Y provoca una amarga, resentida satisfacción en el que lo ejecuta. Lo chingado es lo pasivo, lo inerte y abierto, por oposición a lo que chinga, que es activo, agresivo y cerrado. El chingón es el macho, el que abre. La chingada la hembra, la pasividad pura, inerte, ante el exterior.”<sup>65</sup>*

---

Pero,

---

<sup>64</sup>Gutmann, Matthew, *Óp. Cit.*, p. 25-26

<sup>65</sup>Paz, Octavio (1998), *El Laberinto de la Soledad*, Fondo de Cultura Económica, México, 351 pp.

*“las identidades masculinas analizadas no han surgido de un enfoque nacional y atemporal de la vida, que sólo se encuentra en México, sino que son productos de relaciones históricas, con frecuencia hegemónicas, particulares y como tales, no pueden ser comprendidas fuera de los contextos de poder dentro de los cuales han surgido.”<sup>66</sup>*

---

Con lo anterior, Gutmann dice que nuestra identidad de Género (sin importar ser hombre o mujer), se ha ido determinando de forma histórica (una de las características del Género) y, en base a las estructuras de poder y a las relaciones que han ido emanando de esas estructuras. No obstante, estas identidades se construyen a partir de nuestros entornos inmediatos (como la familia y la escuela) y a partir de la posición (por decirlo de alguna forma) que tenemos dentro de nuestras respectivas sociedades, donde el poder juega muchas veces un papel fundamental.

En el siguiente capítulo abordaremos los conceptos principales de la teoría social de Pierre Bourdieu para su comprensión y como contribuye a la investigación acerca de la construcción de la identidad de Género, particularmente la masculina.

---

<sup>66</sup> Matthew Gutmann, *Óp. Cit*, p. 347.

## Capítulo 3

### Género y Masculinidad en la obra de Pierre Bourdieu.

“los miembros de la clase dominante, habiendo nacido en una posición positivamente distinguida, aparecen como distinguidos simplemente porque su habitus, como una naturaleza constituida, está inmediatamente ajustado a los requerimientos inmanentes del juego cultural y social. Ellos pueden así afirmar su diferencia, su singularidad, sin proponérselo conscientemente. El sello distintivo de la distinción naturalizada se da cuando aparecer distinguido es lo mismo que ser uno mismo.”

PIERRE BOURDIEU *“Poder, derecho y clases sociales”*

“Las exigencias del poder del macho dependen de una pieza de carne colgante que ha perdido ahora su específica relación con la reproducción.”

ANTHONY GIDDENS *“La Transformación de la Intimidad. Sexualidad, Amor y erotismo en las sociedades modernas.”*

Bourdieu en su teoría social intenta superar la dualidad clásica de la sociología entre las estructuras sociales<sup>67</sup> y la acción social y el subjetivismo<sup>68</sup>, para él hay una relación entre las estructuras sociales existentes y los individuos en el sentido de dar coherencia a la sociedad, en una especie de tira y afloja que genera la interacción entre estructuras–estructuras, estructuras–individuos e individuos–individuos. En esta interacción, se van dando todas las “reglas, lineamientos y procedimientos” que da la estructura social a los individuos para actuar y a la vez los individuos, a través de sus actitudes y percepciones, retroalimentan esas “reglas, lineamientos y procedimientos” de la estructura social en su actuar. Bourdieu usa los conceptos de campo, habitus, habitus de clase, hexis corporal y capital para superar esta dualidad.

---

<sup>67</sup>“Por estructuralismo o estructuralista, quiero decir que existen en el mundo social mismo, y no solamente en los sistemas simbólicos, lenguaje, mito, etc., estructuras objetivas independientes de la conciencia y de la voluntad de los agentes que son capaces de orientar o de coaccionar sus prácticas o representaciones. Por constructivismo, quiero decir que hay una génesis social de una parte de los esquemas de percepción, de pensamiento, de acción, que son constitutivos de lo que llamamos habitus, y que por otra parte estructuras, y en particular de lo que llamamos campos o grupos, especialmente de lo que se llama generalmente clases sociales.”. Bourdieu, Pierre (2003), *Cosas Dichas*, Gedisa Editorial, España, 200 pp.

<sup>68</sup>“Se trata en primer término, de *superar las parejas de conceptos dicotómicos* (“paired concepts” dice Bourdieu citando a Richard Bendix y Benett Berger) que la sociología ha heredado de la vieja filosofía social, como las oposiciones entre idealismo y materialismo, entre sujeto y objeto, entre lo colectivo y lo individual. Bajo esta perspectiva podríamos decir que el constructivismo pretende superar a la vez el “sociologismo” de Emilio Durkheim, que valoriza lo colectivo a expensas de lo individual, y el “individualismo metodológico” que valoriza al individuo a expensas de lo colectivo y estructural.”. En Giménez Gilberto, *La Sociología de Pierre Bourdieu* en Autores Varios (1999), *Perspectivas Teóricas Contemporáneas de las Ciencias Sociales*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales/Universidad Nacional Autónoma de México, México, 525 pp.

### 3.1 Campo.

Bourdieu lo designa como el espacio multidimensional en donde diversos individuos, tienen una serie de intereses comunes y luchan entre sí por la obtención de los beneficios de esos intereses, los resultados de esas luchas se ven determinadas por el capital o cada uno de los capitales con los que cuenta cada individuo (capital económico, capital social, capital cultural, capital simbólico) en cada campo<sup>69</sup>. Cada campo existente, nos permite entender cómo las relaciones entre los diferentes individuos e instituciones se ven determinadas por las luchas que van dando o quitando capital a un individuo o institución<sup>70</sup>.

Por otro lado, el campo no es solamente un espacio de aglutinamiento o un espacio de lucha, es un espacio donde también se generan ideales y creencias de los individuos, ya sea juntos o por separado, acerca de diversos puntos de la sociedad<sup>71</sup>. El campo también es el lugar donde las personas definen, pero también son definidos como actores sociales en torno al punto común del campo en que se encuentren, *“Un campo entonces, es un espacio multidimensional de toma de decisiones que los sujetos constituyen y través de los cuales son constituidos como agentes, es decir, como hacedores de relaciones sociales específicas en torno a problemáticas compartidas.”*<sup>72</sup>.

Con base en lo anterior, podemos entender el campo como la matriz configuradora de las clases sociales: *“Aunque relativamente autónomos, los campos funcionan siempre sobre el telón de fondo de la estructura de clases sociales que en cierto modo funciona como el “campo de los campos”.*<sup>73</sup> Esto

---

<sup>69</sup>“Un campo –podría tratarse del campo científico- se define, entre otras formas, definiendo aquello que está en juego y los intereses específicos, que son irreductibles a lo que se encuentra en juego en otros campos o a sus intereses propios.”. En Bourdieu Pierre (1990), *Sociología y Cultura*, Ed. Grijalbo/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 317 pp.

<sup>70</sup>“La estructura del campo es un *estado* de la relación de fuerzas entre los agentes o las instituciones que intervienen en la lucha, o, si ustedes prefieren, de la distribución del capital específico que ha sido acumulado durante luchas anteriores y que orienta las estrategias ulteriores.” *Ídem*.

<sup>71</sup>“Concebidos como espacios multidimensionales donde lo simbólico tiene una importante función reproductora, los campos administran y orientan la energía social y son capaces de construir aspiraciones e imaginarios colectivos. Estas estructuras de mediación, donde se forman tanto públicos como redes ideológicas, fundamentan su articulación no solo en leyes y normas de relación entre los actores sociales, sino, principalmente, en un conjunto de valores compartidos que alimentan de manera decisiva el sentido de la vida.”. En Vizcarra Fernando (2002), “Premisas y conceptos básicos en la sociología de Pierre Bourdieu”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Colima, Época II, Núm. 16, p. 55-68.

<sup>72</sup>*Ibíd.*, p. 60.

<sup>73</sup>Giménez, Gilberto, *Óp. Cit.*, p. 165.

debido a que hay una lucha entre diferentes individuos por un determinado bien, bajo esta lógica, hay inmediatamente individuos que poseen y otros que simplemente no; hay dominantes y dominados<sup>74</sup>.

Al mismo tiempo, esto va determinando la posición que ocupa cada individuo dentro de la sociedad misma en un espacio particular y un orden particular,

*“el espacio social es un sistema de posiciones sociales que se definen las unas en relación con las otras (v.g. autoridad/súbdito, jefe/subordinado, patrón/empleador, hombre/mujer, rico/pobre, distinguido/popular, etc.). El “valor” de una posición se mide por la distancia social que la separa de las otras posiciones inferiores o superiores, lo que equivale a decir que el espacio social es, en definitiva, un sistema de diferencias sociales jerarquizadas (¡la distinción!) en función de un sistema de legitimidades socialmente establecidas y reconocidas en un momento determinado. Y lo que se llama “orden social” no sería más que el sistema global de espacios sociales constituido por conjuntos de posiciones, a la vez vinculadas y contrapuestas entre sí por las distancias que las separan.”<sup>75</sup>*

Entonces el campo es un espacio que se constituye a través de individuos que tienen instituciones propias y con sus códigos de funcionamiento. Cada campo cuenta con un capital común y tiene una lucha interna de apropiación de ese capital, son dinámicos y jerárquicos (quien tiene y quien no). No hay que olvidar que un campo determina clases sociales y relaciones sociales.

### **3.2 Habitus.**

Este concepto es vital dentro de la teoría social de Pierre Bourdieu y para la presente investigación también, debido a que nuestro sociólogo mencionado pretende superar la dicotomía individuo/colectivo, objetivo/subjetivo; el habitus es el proceso mediante el cual nosotros como individuos realizamos la captura del mundo social que nos rodea.

Lo capturamos a través de la forma en como percibimos las cosas, como las valoramos y como actuamos a partir de las mismas valoraciones que

---

<sup>74</sup>“La relación de fuerzas resultante de la desigual distribución del capital en cuestión es lo que define las posiciones dominantes y dominadas dentro de un campo y, por lo tanto, la capacidad de ejercer el poder y una influencia sobre otros. Con otras palabras: el hecho de disponer *personalmente* de bienes económicos y culturales es *fuerza de poder* con respecto a lo que poseen en menor medida o simplemente carecen de ellos.” *Ídem*.

<sup>75</sup>*Ibid.*, p. 163.

efectuamos. Lo anterior nos lleva a considerar al habitus como una composición de diversas partes, tiene un carácter que enlaza al ser y al conocimiento de su propio mundo (ontoepistemológico), también se nutre de los valores del individuo al absorber los elementos provenientes del exterior – como la familia y la escuela-, los analiza y emite una serie de juicios (rasgo axiológico). Cuenta con una apropiación de elementos abstractos, donde se concretiza la expresión físico-corporal-social (hexis) y la generación de acciones, a partir de lo que optamos por realizar, partiendo de preferencias en cualquier situación o tema en particular<sup>76</sup>. Ahora bien, la aprehensión que realizamos del exterior se produce por dos vías<sup>77</sup>, la primera de ellas es a través de las diversas instituciones sociales responsables de formarnos como individuos funcionales en la sociedad y, la segunda, es a partir de nosotros mismos como individuos haciendo uso de nuestro razonamiento<sup>78</sup>.

¿Cuál es la relación entre campo y habitus? el primero es el espacio donde realizamos diversas actividades para la consecución de un fin con nuestros propios recursos (capitales), el segundo, es la apropiación de todo aquello que nos rodea. Sin embargo, al realizar el proceso de tomar lo que nos influye, motiva, mueve o afecta, nosotros como individuos también con nuestras acciones construimos el campo<sup>79</sup>. Entonces el habitus es la

---

<sup>76</sup>“Así entendido, el habitus tiene un carácter multidimensional, es a la vez *eidós* (sistema de esquemas lógicos o estructuras cognitivas), *ethos* (disposiciones morales), *hexis* (registro de posturas y gestos) y *aíthesis* (gusto, disposición estética). Esto quiere decir que el concepto engloba de modo indiferenciado tanto el plano cognoscitivo, como el axiológico y el práctico, con lo cual se están cuestionando las distinciones filosóficas intelectualistas entre categorías lógicas y valores éticos, por un lado, y entre cuerpo e intelecto, por otro. O lo que es lo mismo: se está superando las distinciones de la psicología tradicional entre lo intelectual, lo afectivo y lo corporal”. Giménez Gilberto, *Óp. Cit.*, p. 156.

<sup>77</sup>“La inculcación, tal como es analizada en *La Reproducción*, supone una acción pedagógica efectuada dentro de un espacio institucional (familiar o escolar) por agentes especializados, dotados de autoridad de delegación, que imponen normas arbitrarias valiéndose de técnicas disciplinarias. La incorporación, en cambio, remite a la idea de una interiorización por los sujetos de las regularidades inscritas en sus condiciones de existencia. Por lo tanto, diríase que a la “domesticación instituida” se opone una teoría del condicionamiento por estímulos asociados a las diversas instituciones encontradas en el curso de la experiencia.” *Ibidem*, p. 160.

<sup>78</sup>“las disposiciones de los agentes, sus habitus, es decir las estructuras mentales a través de las cuales aprehenden el mundo social, son en lo esencial el producto de interiorización de las estructuras del mundo social. Como las disposiciones perceptivas tienden a ser ajustadas a la posición, los agentes, aún los más desventajados, tienden a percibir el mundo como evidente y a aceptarlo mucho más ampliamente de lo que podría imaginarse, especialmente cuando se mira con el ojo social de un dominante la situación de los dominados.” Bourdieu Pierre (2000), *Óp. Cit.*, p. 134.

<sup>79</sup>“Por consiguiente, es el encuentro entre habitus y campo, entre “historia hecha cuerpo” e “historia hecha cosa”, lo que constituye el mecanismo principal del producción del mundo social. Bourdieu especifica de este modo el doble movimiento constructivista de interiorización de la exterioridad y de exteriorización de la interioridad. El habitus sería el resultado de la incorporación de las estructuras sociales mediante la

generación de percepciones, actitudes y acciones delimitadas por las condicionantes sociales sobre las que se apoyan, es el proceso mediante el cual las estructuras sociales se quedan en nuestro marco físico (hexis corporal) y en nuestra psique y, por lo tanto, moldea nuestra subjetividad.

*“Así el cuerpo articula una mitología social. Ella dota a los órganos fisiológicos de un sentido específico; los órganos fisiológicos son capaces de anticipar –a través del lenguaje del dolor y del placer, del disgusto y del ánimo- el sentido y la jerarquía de situaciones sociales. [...] Ese cruce de naturaleza y de cultura recibe el nombre de hexis corporal, suerte de dimensión íntima del habitus. Además de organizar simbólicamente nuestro equipamiento fisiológico, la educación familiar introduce en el ser humano el aplazamiento de necesidades básicas.”<sup>80</sup>*

Así como el campo ayuda en la determinación de las clases sociales, el habitus también ayuda a la formación de las mismas. Los conceptos de Campo y Habitus son importantes para la construcción de la teoría de Género y para el estudio de las identidades (en este caso la identidad masculina) por las siguientes razones: el Campo nos permite identificar o clasificar las acciones de los hombres en relación al Género de acuerdo a los capitales que portan y como los proyectan, no son las mismas acciones las que realiza un hombre rico que las que realiza un hombre pobre, no es el mismo comportamiento el de un capitán de pelotón que el del soldado raso, incluso la forma de percibir y valorar a las mujeres es diferente. Por otro lado, el Habitus es la suma de lo que somos en relación al conjunto social, el Habitus nos permite ver la interiorización de la exterioridad (masculinidad hegemónica) y también nos permite abordar la exteriorización de la interioridad, o sea, las diversas identidades masculinas, resaltando además que la identidad masculina es tanto inculcada como incorporada. Esta relación dialéctica entre la masculinidad hegemónica y las diversas masculinidades se da en los diversos campos que otorgan las “reglas del juego”, que se traducen en cómo ser hombre en la sociedad mexicana. Ésta relación también agrupa a los hombres por grupos, o incluso clases. Esto nos lleva a preguntarnos que es una clase social para Bourdieu.

---

“interiorización de la exterioridad”, mientras que el campo sería el producto de la “exteriorización de la interioridad”, es decir, materializaciones institucionales de un sistema de habitus efectuadas en una fase precedente del proceso histórico-social.” Giménez Gilberto, *Óp. Cit.*, p. 162.

<sup>80</sup>Moreno Pestaña, José Luis, *Cuerpo, Género y Clase en Pierre Bourdieu*, en Luis Enrique Alonso et al. (2004), *Pierre Bourdieu, las herramientas del sociólogo*, Editorial Fundamentos, España, 398 pp.



### 3.4 Clase Social.

Para Bourdieu

*“una clase o una fracción de clase se define no solo por su posición en las relaciones de producción, tal como ella puede ser reconocida por medio de indicadores como la profesión, los ingresos o incluso el nivel de instrucción, sino también por un cierto sex-ratio, una distribución determinada en el espacio geográfico (que nunca es socialmente neutra) y por un conjunto de características auxiliares que, a título de exigencias tácitas, pueden funcionar como principios de selección o de exclusión reales, sin estar nunca formalmente anunciadas (es, por ejemplo, el caso de la pertenencia étnica o de sexo); numerosos criterios oficiales sirven, en efecto, de careta a unos criterios ocultos, pudiendo ser el hecho de exigir una titulación determinada de una forma de exigir, en realidad, un origen social determinado.”<sup>81</sup>*

Bourdieu nos indica que no solamente el ingreso monetario, o bien, el papel económico que ocupamos dentro de la sociedad determina nuestra clase social, no hay solamente dueños de los medios de producción, ni gente con su fuerza de trabajo físico para los medios de producción, hay un abanico de variables que permite agrupar o colocar a las personas ya sea por su formación académica, actividad profesional, sexo, etc., pero hay que tener cuidado, no hacemos clases sociales por cada variable que encontremos (clase social por hombres y mujeres, clase social por profesionistas u oficios, etc.).

*“La clase social no se define por una propiedad (aunque se trate de la más determinante como el volumen y la estructura del capital) ni por una suma de propiedades (propiedades de sexo, de edad, de origen social o étnico –proporción de blancos y negros, por ejemplo, de indígenas y emigrados, etc.-, de ingresos, de nivel de instrucción, etc.) ni mucho menos por una cadena de propiedades ordenadas a partir de una propiedad fundamental (la posición en las relaciones de producción) en una relación de causa a efecto, de condicionante a condicionado, sino por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes que confiere su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas.”<sup>82</sup>*

Es la suma de las diferentes variables alrededor de un sujeto y, sobre todo, la forma en que se interrelacionan las que determinan la clase social.

Hasta el momento hemos hablado de los conceptos Campo, Habitus y Clase Social, a continuación trataremos el concepto de Capital, para que

---

<sup>81</sup>Bourdieu Pierre (2002), *Óp. Cit.*, p. 5.

<sup>82</sup>*Ibíd.*, p. 104.

posteriormente veamos como juegan todos ellos y ver su aplicación para la presente investigación.

### 3.5 Capital

En la obra de Bourdieu, el concepto de capital no se refiere únicamente a su acepción monetaria económica, el capital se muestra diverso y único al mismo tiempo. Esta necesidad de mostrarlo más allá de lo material, se deriva del problema de que no todas las acciones realizadas por los sujetos, tienen como fin la acumulación de la riqueza, esta clase de capital es solo un fin que obedece al campo de la economía, pero en Bourdieu hay otras clases de capitales, que obedecen o se enmarcan de acuerdo al campo en que este jugando el sujeto y es este capital, determinado por cada campo, lo que causa en el mismo la lucha entre los sujetos<sup>83</sup>.

Ahora bien, la posición que ocupan los sujetos al interior del campo está determinado por la cantidad de capital que tienen, en el mundo de la economía el capital está representado por dinero, bienes, propiedades, inversiones, etc.; en el mundo de lo social, el capital se encuentra en las relaciones, contactos, membresías, parentescos, etc. y, finalmente, el capital cultural que se encuentra en lo referente a educación y sus diversas vertientes, es todo aquello que tiene una relación con información, saberes, etc. El capital cultural se divide en tres: Capital Cultural Objetivado (libros, música, revistas, videos, objetos de arte), Capital Cultural Subjetivado (consumo y apropiación de la cultura objetivada) y Capital Cultural Institucionalizado (títulos, constancias, certificados, etc.).

En este punto es primordial entender la relación entre campo, habitus, clase social y capital. El campo o los campos, son la escenografía donde los individuos a partir de sus habitus van a determinar sus acciones, teniendo como fin la acumulación de capital de cada campo. El campo es el lugar donde los individuos luchan entre sí y se reconocen entre sí, el habitus al ser la interiorización de la exterioridad (campo), genera las percepciones y actitudes

---

<sup>83</sup>“El capital es la riqueza del campo y su apropiación y control el objeto de la lucha.”. Vizcarra Fernando, *Óp. Cit.*, p. 62.

que los individuos van a tener para con el campo, a fin de conseguir mayor capital.

*“Aquellos que, dentro de un estado determinado de la relación de fuerzas, monopolizan (de manera más o menos completa) el capital específico, que es el fundamento del poder o de la autoridad específica característica de un campo, se inclinan hacia estrategias de conservación –las que, dentro de los campos de producción de bienes culturales, tienden a defender la ortodoxia-, mientras que los que disponen de menos capital (que suelen ser también los recién llegados, es decir, por lo general, los más jóvenes) se inclinan a utilizar estrategias de subversión: las de la herejía. La herejía, la heterodoxia, como ruptura crítica, que está menudo ligada a la crisis, junto con la doxa, es la que obliga a los dominantes a salir de su silencio y les impone la obligación de producir el discurso defensivo de la ortodoxia, un pensamiento derecho y de derechas que trata de restaurar un equivalente de la adhesión silenciosa de la doxa.”<sup>84</sup>*

Con estas acciones no solamente el capital se ve afectado, también el campo se afecta ya que se retroalimenta de las acciones de los individuos. Tanto campo como habitus ayudan a determinar las clases sociales y el capital de cada campo, es la energía que mueve a los sujetos e instituciones dentro de los campos, generando así posiciones entre los sujetos dentro de los campos y clasificaciones de los mismos, a partir de sus acciones<sup>85</sup>.

### 3.6 Bourdieu, Género y Masculinidad

En su libro *“La Dominación Masculina”*, Bourdieu realiza una aproximación del por qué hay una dominación de los hombres hacia las mujeres dentro de la sociedad cabileña<sup>86</sup>, en varias dimensiones y, sobre todo, cómo es posible que ese orden se mantenga. Para él, *“las clases sociales responden tanto a una base económica como a un sistema simbólico determinante en las relaciones*

---

<sup>84</sup>Bourdieu Pierre (1990), *Óp. Cit.*, p. 137.

<sup>85</sup>“La construcción teórica de un lugar en el espacio social –por ejemplo la pertenencia de clase o Género– se produce como toda una reconstrucción reflexiva, seleccionando en el espacio homogéneo del discurso un conjunto de propiedades relevantes. Ello no significa que estas estén presentes de la misma manera en todos los individuos empíricos que caen bajo la categoría teórica. Los individuos pertenecientes a un grupo no tienen forzosamente las mismas experiencias; cuando las tienen no las viven en el mismo orden. El individuo epistémico delimita un espacio de posibles; con ello ayuda a visualizar que los individuos concretos tienen posibilidades similares de pasar un conjunto de experiencias determinadas.” Moreno Pestaña, José Luis, *Óp. Cit.* p. 162.

<sup>86</sup> Esta sociedad se encuentra en una región al norte de Argelia y se compone principalmente de árabes bereberes.

de poder.<sup>87</sup> Aquí lo simbólico es una materia que define y argumenta, la división cultural de las relaciones sociales y

*“El lugar por excelencia donde se materializa el poder simbólico es el lenguaje, las palabras.[...] El poder simbólico, asociado a la violencia simbólica, es un poder de clasificación. Las clasificaciones sociales, generadas desde el habitus, organizan la percepción de la vida y, con base en la incidencia que tienen las representaciones dominantes sobre la realidad objetiva, pueden organizar la vida misma. En síntesis, el poder simbólico se puede traducir en la capacidad de los sujetos para actuar en el mundo a través del lenguaje.”<sup>88</sup>*

En cuanto campo-habitus y sujetos comienza a clasificar a través de la posesión de capital y a las acciones de cada uno de los mismos, se ha comenzado a realizar una categorización, un nombramiento de quienes poseen más y aquellos que poseen menos. No solo hay una lucha por la adquisición de más capital, hay una lucha simbólica por ese capital.

Esa lucha es una relación entre los diversos sujetos e instituciones por poder, quien controla más capital, más poder tiene. Es precisamente para Bourdieu que esta lucha de poder simbólico, genera la percepción del mundo social,

*“la percepción del mundo social es el producto de una doble estructuración: por el lado objetivo, está socialmente estructurada porque las propiedades atribuidas a los agentes o a las instituciones se presentan en combinaciones que tienen posibilidades muy desiguales. [...]. Por el lado subjetivo, está estructurada porque los esquemas de percepción y apreciación, especialmente los que están inscritos en el lenguaje, expresan el estado de las relaciones de poder simbólico: pienso por ejemplo en la pareja de adjetivos: pesado/ligero, brillante/apagado, etc.”<sup>89</sup>*

Esta percepción al ser aprobada por los sujetos se convierte en una realidad social absoluta, como la dominación masculina, o bien, en un caso histórico más concreto, la superioridad de la raza aria en la Alemania Nazi<sup>90</sup>.

El Género no es una excepción ante lo simbólico y es algo que Bourdieu aborda firmemente en el texto antes mencionado. Más allá de tratar la temática de Género o la masculinidad en sí, él trabaja sobre cómo se da una

---

<sup>87</sup>Vizcarra, Fernando, *Óp. Cit.*, p. 56.

<sup>88</sup>*Ibíd.*, p. 66.

<sup>89</sup>Bourdieu Pierre (2000), *Óp. Cit.*, p. 136.

<sup>90</sup>“lo eterno solo puede ser producto de un trabajo histórico de eternización”. En Bourdieu, Pierre (2005), *La Dominación Masculina*, Editorial Anagrama, España, 159 pp.

interpretación social de los sexos y como ésta, no determina socialmente la relación entre ellos, configura todo el entramado social en la sociedad cabileña.

*“La división entre los sexos parece estar “en el orden las cosas”, como se dice a veces para referirse a lo que es normal y natural , hasta el punto de ser inevitable: se presenta a un tiempo, en su estado objetivo, tanto de las cosas (en la casa por ejemplo, con todas sus partes “sexuadas”), como en el mundo social y, en estado incorporado, en los cuerpos y en los hábitos de sus agentes, que funcionan como esquemas de percepciones, tanto de pensamiento como de acción.”<sup>91</sup>*

---

Bourdieu en su obra ve en la división sexual, todo el andamiaje simbólico encargado de consolidar, a partir de la clasificación del propio sexo, una serie no solo de características sociales de las personas, sino también la construcción del mundo social.

Esto no quiere decir que la sexualidad en sí de hombres y mujeres sea el factor determinante de todo lo social, es la percepción social de la sexualidad (Género) la que realiza la labor de construcción social a partir del sexo biológico de los individuos.

*“No es que las necesidades de la reproducción biológica determinen la organización simbólica de la división sexual del trabajo y, progresivamente, de todo el orden natural y social, más bien es una construcción social arbitraria de lo biológico, y en especial del cuerpo, masculino y femenino, de sus costumbres y de sus funciones, en particular de la reproducción biológica, que proporciona un fundamento aparentemente natural a la visión androcéntrica de la división de la actividad sexual y de la división sexual del trabajo y, a partir de ahí, de todo el cosmos. La fuerza especial de la sociodicea masculina procede de que acumula dos operaciones: legitima una relación de dominación inscribiéndola en una naturaleza biológica que es en sí misma una construcción social naturalizada.”<sup>92</sup>*

---

Por otro lado, esta arbitrariedad que toma como punto de partida la sexualidad, se ve apoyada a través de diversas instituciones sociales (organizaciones e instituciones de Género en palabras de Joan Scott), siendo las principales la familia y la escuela. Bourdieu no es ajeno a esta relación y en relación a los hombres, menciona que las instituciones que fortalecen esta dinámica

*“Buscan instaurar, en nombre y presencia de toda la colectividad movilizada, una separación sacralizante no sólo, como hacer creer la noción de rito de paso, entre los que ya han recibido la marca distintiva y*

---

<sup>91</sup>*Ibíd.*, p. 21

<sup>92</sup>*Ibíd.*, p. 25.

*los que todavía no la han recibido, por ser demasiado jóvenes, pero también y, sobre todo, entre los que son socialmente dignos de recibirla y las que están excluidas para siempre, es decir, las mujeres.*<sup>93</sup>

---

Como en la antigua Roma, donde se otorgaba la toga viril a aquellos jóvenes en edad de ser considerados hombres. Con estas instituciones se reafirma la categorización sobre hombres y mujeres, y con ello el esquema de dominación simbólica se hace más fuerte: *activo/pasivo, fuerte/débil, duro/suave*, etc.

La dominación siempre conlleva un tipo de fuerza y ésta siempre es dirigida a algún lugar o población en específico. En Bourdieu la fuerza generada por esta dominación simbólica regresa hacia donde surge, lo que permite la dominación misma hacia los sexos ¿y dónde se encuentra estos sexos?, en los cuerpos de los individuos. Esto no es una casualidad, el cuerpo es un reflector por antonomasia, demuestra lo que somos, adonde pertenecemos y como nos sentimos.

No en balde nos ubicamos como mujeres y como hombres, no a partir de nuestra condición física de tener un cuerpo sexuado, lo demostramos, entre otras cosas en como nos vestimos, como manejamos el cuerpo socialmente, con gestos y posturas, la forma en que hablamos e incluso tratamos *“La fuerza simbólica es una fuerza de poder que se ejerce directamente sobre los cuerpos y como por arte de magia, al margen de cualquier coacción física; pero esta magia sólo opera apoyándose en unas disposiciones registradas, a la manera de unos resortes, en lo más profundo de los cuerpos.”*<sup>94</sup>.

Se nos imponen estas disposiciones desde que somos niños, las hallamos a través de los mitos culturalmente disponibles, en conceptos normativos y en organizaciones e instituciones de Género (como la familia o la escuela). Estas disposiciones efectivamente se enmarcan en lo más profundo de nuestros cuerpos, en nuestra psique, en nuestra identidad subjetiva de Género. Con esto observamos que el cuerpo tiene dos dimensiones, una que

---

<sup>93</sup>*Ibíd.*, p. 39.

<sup>94</sup>*Ibíd.*, p. 54.

está enfocada a las cuestiones meramente biológicas y la otra con la óptica netamente social, esto es, la percepción del cuerpo<sup>95</sup>.

Nuestros cuerpos reflejan una identidad, nuestra identidad, pero ésta se encuentra determinada por las partes que marca la dominación. Controla nuestras pautas de actuar en sociedad, con nuestra propia tabla de valores que interiorizamos a lo largo de la interacción con otros individuos e instituciones, a través de los diferentes campos en los cuales competimos.

En nuestro habitus como *estructura estructurada*, realizamos un enclasmiento de la forma de actuar como seres genéricos y a través de nuestras percepciones y actitudes, nuestro habitus como *estructura estructurante* fortalecemos en el cuerpo donde nos encontramos, nuestro actuar como seres genéricos dando como resultado el fortalecimiento de la dominación simbólica, en este caso, la dominación masculina.

*“La dominación masculina que convierte a las mujeres en objetos simbólicos, cuyo ser (esse) es un ser percibido (percipi), tiene el efecto de colocarlas en un estado permanente de inseguridad corporal o, mejor dicho, de dependencia simbólica. Existen fundamentalmente por y para la mirada de los demás, es decir, en cuanto que objetos acogedores, atractivos, disponibles. Se espera de ellas que sean “femeninas”, es decir, sonrientes, simpáticas, atentas, sumisas, discretas, contenidas, por no decir difuminadas.”<sup>96</sup>*

Esto lo podemos observar claramente en el mercado de los cosméticos, la ropa y los productos alimenticios, cuantas cosas no vemos a disposición de las mujeres para cumplir con los requisitos antes señalados. Sin embargo, ante la misma dominación simbólica a la que las mujeres se encuentran sujetas, también se encuentran sujetos los hombres. Esta dominación masculina también impone una serie de dogmas que ellos deben de cumplir.

---

<sup>95</sup>“Por una parte, es, incluso en lo que tiene de más aparentemente natural (su volumen, su estatura, su peso, su musculatura, etc.), un producto social que depende de sus condiciones sociales de producción a través de diversas mediaciones, como las condiciones de trabajo (especialmente las deformaciones, las enfermedades profesionales que provocan) y los hábitos alimenticios. La *hexeis* corporal, en la que entran a la vez la conformación propiamente física del cuerpo (el “físico”) y la manera de moverlo, el porte, el cuidado, se supone que expresa el “ser profundo”, la “naturaleza” de la “persona” en su verdad, de acuerdo con el postulado de la correspondencia entre lo “físico” y lo “moral” que engendra el conocimiento práctico o racionalizado, lo que permite asociar unas propiedades “psicológicas” y “morales” a unos rasgos corporales o fisiognómicos (un cuerpo delgado y esbelto que tiende, por ejemplo, a ser percibido como el signo de un dominio viril de los apetitos corporales). Pero ese lenguaje de la naturaleza, que se supone que traiciona lo más recóndito y lo más verdadero a un tiempo, es en realidad un lenguaje de la identidad social, así naturalizada, bajo la forma, por ejemplo, de la “vulgaridad” o de la “distinción” llamada natural.” *Ibid.*, p. 84

<sup>96</sup>*Ibid.*, p. 86.

Al ser lo opuesto a lo femenino, lo masculino no solamente tiene la tarea de ejercer el dominio como sujeto activo, sino que incluso debe demostrar que es merecedor del adjetivo activo. Así como una mujer es gentil, refinada, sumisa y otras tantas “características” propias del ser mujer, un hombre debe demostrar a la mujer y ante otros hombres que es valiente, honrado, proveedor, etc. *“Si las mujeres, sometidas a un trabajo de socialización que tiende a menoscabarlas, a negarlas, practican el aprendizaje de las virtudes negativas de abnegación, resignación, y silencio, los hombres también están prisioneros y son víctimas subrepticias de la represión dominante.”*<sup>97</sup>

Con lo que hemos abordado en el presente capítulo, imaginemos que el Género es un campo de los que nos habla Bourdieu. Al ser un campo el Género este debe tener su propio capital, una lucha interna de los individuos desde su habitus por la acumulación máxima de ese capital y, por lo tanto, una jerarquía de dominantes y dominados. Paralelamente, así como los habitus de clase, habrá un habitus de Género, que se expresa claramente a través de los mitos culturalmente disponibles (como la mano peluda si se masturban los hombres, la “fogosidad sexual” de las mujeres si se les sopla al oído, grosor y largo del pene para la satisfacción sexual de las mujeres, un hombre rico tiene muchas mujeres, etc.), los conceptos normativos (preceptos religiosos y leyes principalmente) y la identidad subjetiva de Género. Finalmente, el capital particular del campo Género sería el *hexis corporal*, entendiendo este como los atributos sociales otorgados a hombres y mujeres a partir de su condición sexual biológica y donde de manera simbólica y física demostramos que tan hombres y mujeres somos a partir de nuestros propios cuerpos.

En el siguiente capítulo se expondrá el análisis y los resultados de la aplicación de nuestro instrumento (una encuesta propiamente) diseñado *ex profeso* para el trabajo de campo de la presente investigación, con el fin de recabar datos acerca de Género y Clase Social teniendo como base el pensamiento sociológico de Pierre Bourdieu.

---

<sup>97</sup>*Ibíd.*, p. 67.



## Capítulo 4

### ¿Cómo está la masculinidad en la Ciudad de México?

"En términos generales, la medición consiste en la recopilación de datos y su utilización mediante el empleo de una serie de normas adoptadas. Esto no representa mayores inconvenientes si se trata de medir los aspectos materiales y morfológicos de la sociedad, número de habitantes, edades, profesiones, viviendas, etc.; la dificultad aparece cuando se desea expresar numéricamente aspectos más evanescentes opiniones, actitudes, preferencias, intereses, ideales, sentimientos o prejuicios de un determinado grupo o colectividad".

EZEQUIEL ANDER-EGG, *Introducción a las Técnicas de Investigación Social*

Con el marco teórico que sustenta la presente investigación y como parte de la comprobación de este estudio, se realizó una encuesta de tipo empírico intencionado<sup>98</sup>, debido a los dos componentes que tiene este tipo de trabajo. El primer elemento es el grado de conocimiento exigido del universo a estudiar, que consiste en seleccionar las categorías típicas o representativas del fenómeno que se desea abordar; el segundo elemento es que la intención elegida no es representativa. A esta elección hay que agregar factores como los recursos humanos, medios financieros y equipo mecánico disponibles para la realización de la investigación.

La decisión de aplicar este método de investigación obedece por un lado para recabar de primera mano información acerca de lo que piensan en los hombres en su condición misma de serlo, por otro lado la información obtenida nos permite responder precisamente a la pregunta título de este apartado. Al preguntar ¿Cómo está la masculinidad en la Ciudad de México? la investigación busca demostrar no un estudio acerca de la masculinidad desde una perspectiva académica o científica solamente, busca incluir la percepción de aquellos que se encuentran dentro del fenómeno en sí: los hombres. Es por ello la necesidad de la realización de este trabajo de campo.

Sobre las características del instrumento, éste es de carácter empírico, la aplicación de las encuestas se enfocó en lugares que son considerados representativos de la población masculina en el Distrito Federal a criterio del investigador tomando en cuenta la edad y el ingreso económico principalmente.

---

<sup>98</sup>Esto quiere decir que el autor de la presente investigación parte de sus experiencias y con una población objetivo definida por él a partir de sus experiencias, sin hacer uso de elementos estadísticos para la aplicación de encuestas.

El tamaño de la muestra fue determinada igualmente por el investigador considerando tiempo de aplicación y medios económicos necesarios.

### **La Encuesta.**

El tamaño de la muestra es de 150 casos y fue distribuida de la siguiente manera: Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Ciudad Universitaria (25 casos), Instituto Politécnico Nacional, Campus Zacatenco (25 casos), Universidad Claustro de Sor Juana (25 casos)<sup>99</sup>, Mercado Público Martínez de la Torre -Colonia Guerrero- y Mecánicas Automotrices –Colonia San Bartolo Atepehuacán- (25 casos), Colonia Roma (25 casos) y Colonia Polanco (25 casos). El grupo de interés de la muestra son hombres heterosexuales de entre 18 años y 50 años de edad. La aplicación del instrumento llevo al autor a cuatro problemas que no fueron tomados en cuenta en el momento de su diseño: 1) El tamaño de la muestra fue reducido considerablemente por tiempos y costos, la proyección original era de 500 encuestados; 2) los cuadros de semántica diferencial contenían 7 columnas originalmente, en el momento de la encuesta piloto, esto arrojó mucha confusión sobre los entrevistados y se redujo el número de columnas a 3, para marcar una de las dos opciones o ambas; 3) para los hombres contestar las secciones 2 y 3 del cuestionario no representaba ningún problema, sin embargo, la sección 1 sobre hombres en la mayoría de los casos requirió explicación por parte del investigador para que los entrevistados pudieran contestar, demostrando así de manera empírica que los hombres no reflexionan sobre su condición de ser hombres; y 4) la mayoría de los entrevistados fueron jóvenes, ya que estos mostraban mayor disposición a responder el instrumento que los adultos y adultos mayores.

El formulario de la encuesta se compone de tres secciones, en su conjunto hay preguntas abiertas, preguntas de elección múltiple y cuadros de semántica diferencial<sup>100</sup>. La primera sección corresponde al tópico de hombres,

---

<sup>99</sup>Originalmente se había seleccionado la Universidad Iberoamericana, Campus Santa Fe, pero la dificultad de realizar el estudio en esas instalaciones por parte de sus autoridades administrativas, obligó a seleccionar otro espacio para la realización de la encuesta.

<sup>100</sup>“El método de la semántica diferencial fue ideado por Osgood, Suci, y Tannenbaum. Estos autores parten del supuesto que, por debajo de la manera peculiar que tiene cada uno en el modo de ver las cosas,

la segunda sección al tópico acerca de mujeres y homosexuales y la última corresponde a elementos generales. El formulario es de 20 reactivos. Básicamente todas las preguntas del cuestionario (exceptuando la última sección) fueron creadas y diseñadas en función del concepto de *habitus* de Pierre Bourdieu, recordemos que el “*habitus* tiene un carácter multidimensional, es a la vez *eidos* (sistema de esquemas lógicos o estructuras cognitivas), *ethos* (disposiciones morales), *hexis* (registro de posturas y gestos) y *aithesis* (gusto, disposición estética). Esto quiere decir que el concepto engloba de modo indiferenciado tanto el plano cognoscitivo, como el axiológico y el práctico, con lo cual se están cuestionando las distinciones filosóficas intelectualistas entre categorías lógicas y valores éticos, por un lado, y entre cuerpo e intelecto, por otro. O lo que es lo mismo, se está superando las distinciones de la psicología tradicional entre lo intelectual, lo afectivo y lo corporal”<sup>101</sup>. Esto significa que cada pregunta va sobre una particularidad del *habitus*, el *eidos* lo podemos ver en las preguntas concernientes a la enseñanza del ser hombre y la característica principal del ser hombre; el *ethos* lo vemos en la pregunta referente a los papeles principales del hombre y la mujer en el hogar; el *hexis* lo podemos ver en la prenda característica del hombre y la mujer<sup>102</sup> y la *aithesis* en lo que le gusta más a los hombres de ser hombres y lo que les gusta de las mujeres.

Esto sumado a los resultados de los cuadros de semántica diferencial nos permitirá tener las percepciones y actitudes que guardan los hombres con respecto a sí mismos y los demás Géneros, o mejor dicho, los hombres como “conjuntos de agentes que ocupan posiciones semejantes y que, situados en condiciones semejantes y sometidos a condicionamientos semejantes, tienen todas las probabilidades de tener disposiciones e intereses semejantes y de producir, por lo tanto, prácticas y tomas de posición semejantes.”<sup>103</sup>. Al tener estas percepciones y actitudes o propiamente dicho *disposiciones socialmente adquiridas*, en palabras de Bourdieu, veremos si éstas nos permiten enclasar a

---

hay en cada concepto un significado cultural común que organiza las experiencias de acuerdo con dimensiones simbólicas similares, sin importar el idioma o la cultura.”. En Ander-Egg, Ezequiel (1970), *Introducción a las técnicas de investigación social*, Ed. Humanitas, Argentina, 335 pp.

<sup>101</sup>Giménez, Gilberto, *Óp. Cit.*, p. 156

<sup>102</sup>“El atuendo constituye la segunda práctica en la que Bourdieu persiguió la relación de las clases sociales con el cuerpo.” Moreno Pestaña José Luis, *Óp. Cit.*, p. 169

<sup>103</sup> Bourdieu Pierre (1990), *Óp. Cit.*, p. 284

los hombres de acuerdo a las respuestas y ver como enclasan ellos a otros hombres de acuerdo a sus prácticas. A continuación se muestra el instrumento completo y su ficha técnica.

**Instrumento de recolección de datos para la investigación  
“La Construcción de la Masculinidad en la Ciudad de México en su determinación de Clase Social.”**

Lugar de Aplicación:	Número de encuesta:
Edad:	Ocupación/Ingreso Económico:
Nivel de Estudios: Primaria ___ Secundaria ___ Media Superior ___ Licenciatura ___ Técnica/Comercial ___ Posgrado ___	

**Sección sobre Hombres.**

1. Mencione la principal característica de ser hombre			
2. ¿Cuál es la prenda característica de un hombre?			
3. ¿Cuál es el papel principal de un hombre en el hogar?			
4. ¿Qué le gusta de ser hombre?			
5. Un hombre debe ser:			
	Ambos		
Pasivo Sexual			Activo Sexual
Inteligente			Fuerte
Reflexivo			Intrépido
Afectuoso			Frío
Compartido			Egoísta
6. ¿Quién le enseñó todo lo que sabe sobre ser hombre?			

**Sección sobre Mujeres y Homosexuales**

1. Mencione la principal característica de una mujer			
2. ¿Cuál es la prenda característica de una mujer?			
3. ¿Cuál es el papel principal de una mujer en el hogar?			
4. ¿Qué le gusta de las mujeres?			
5. Una mujer debe ser:			
	Ambos		
Pasivo Sexual			Activo Sexual
Inteligente			Bella
Reflexiva			Apasionada
Profesionista			Tradicional
Honesta			Mentirosa
6. Para usted, ¿qué palabra describe mejor a una persona homosexual?			
7. Los homosexuales deben ser: Aceptados ___ Respetados ___ Encerrados ___ Eliminados ___			
8. La Homosexualidad es una: Preferencia Sexual ___ Enfermedad ___ Desviación Sexual ___			
9. Para usted, ¿un homosexual es todo lo contrario a un hombre? Si ___ No ___ ¿Por qué? _____			

**Sección de Preguntas Generales**

1. ¿Quién representa al hombre por excelencia?	
2. ¿Quién representa a la mujer por excelencia?	
3. ¿Quién representa a una persona homosexual?	
4. ¿Cuál es su pasatiempo favorito?	
5. ¿Cuál es su bebida alcohólica preferida?	
Fecha de aplicación de la encuesta	Firma o Huella Digital del Entrevistado

## Resumen Técnico del Instrumento.

Tamaño de la Muestra: 150 casos

Distribución de la Muestra:

- Universidad Nacional Autónoma de México (Campus Ciudad Universitaria), 25 casos
- Instituto Politécnico Nacional (Campus Zacatenco), 25 casos
- Universidad Claustro de Sor de Juana (Campus Centro Histórico), 25 casos
- Mercado Martínez de la Torre (Colonia Guerrero) y Mecánicas Automotrices (Colonia San Bartolo Atepehuacán), 25 casos
- Cafés (Colonias Roma y Condesa), 25 casos
- Plaza Comercial Polanco, 25 casos

Tipo de Muestra: Empírica Razonada o Intencionada

Grupos de Interés: Hombres jóvenes y adultos que habiten en la Ciudad de México y cuya edad se encuentre entre los 18 y 50 años.

Entrevistadores: Juan Emmanuel Ferrari Muñoz Ledo (Pasante de la Lic. en Sociología)

Coordinadores: Juan Emmanuel Ferrari Muñoz Ledo

---

La *Sección sobre Hombres* consta de 6 preguntas abiertas y un cuadro de semántica diferencial. El objetivo de las tres primeras preguntas es conocer la percepción que tienen los hombres sobre sí mismos, cómo se ven, como se sienten. La pregunta número 4, estuvo orientada a conocer qué es lo que los hombres disfrutan más de ser hombres. El cuadro de semántica diferencial fue diseñado para que los hombres respondiesen de acuerdo a una serie de características asociadas y seleccionasen cuáles consideraban que les eran propias. La pregunta 6, pregunta final de este bloque, es para conocer quién ocupa el papel de transmitir la enseñanza de lo que es ser hombres a los hombres en sí.

La *Sección sobre Mujeres y Homosexuales* al igual que la sección anterior, fue conocer la percepción que tienen los hombres, pero ahora sobre las mujeres. Dentro del cuadro de semántica diferencial se mencionan

igualmente una serie de “características” que “corresponden” a las mujeres, para que los encuestados seleccionasen cuáles son los que van acordes con ellas. De la pregunta 6 a la pregunta 9 es en relación con la percepción acerca de los homosexuales, el objetivo es conocer la percepción que guardan los hombres heterosexuales sobre los hombres homosexuales.

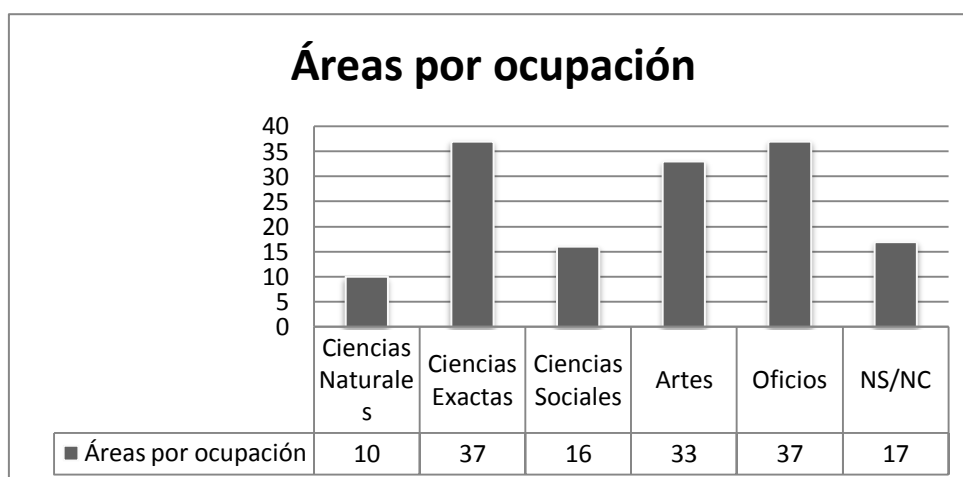
Por último se encuentra la *Sección de Preguntas Generales* donde se busca obtener qué figuras (ya sean reales o ficticias) representan a los hombres, a las mujeres y a los homosexuales. Las últimas preguntas fueron para obtener los gustos de los hombres y ver, si guardan alguna relación con los encuestados y sus respuestas acerca de la masculinidad y feminidad.

## **Los Resultados.**

De 150 encuestados, 10 hombres contaban con 18 años de edad cumplidos, 72 se ubican entre el rango de los 19 y 24 años, 16 entre los 25 y 29 años de edad, 12 entre los 30 y 34 años de edad, 11 entre los 35 y 39 años, 10 entre los 40 y 44 años de edad, 7 entre los 45 y 49 años de edad, 11 con 50 años cumplidos y solo 1 no respondió esta pregunta. 34 de ellos se dedican a la ingeniería (civil, industrial, petrolera, control y automatización), 16 a la Gastronomía, 14 son comerciantes, 7 estudiaron la Licenciatura en Derecho, 6 son empleados de oficina, 5 son médicos, 5 son vendedores (de piso en concesionarias automotrices), 5 son diseñadores gráficos, 4 son de la Licenciatura en Literatura, 3 son arquitectos, 3 son comunicadores audiovisuales, 2 son físicos, 2 son filósofos, 2 son editores de videos En el caso de las profesiones y oficios que se mencionan a continuación, solo hubo un caso: Dentista, Intendente, Repartidor, Geógrafo, Biólogo, Proyectista, Sociólogo, Carnicero, Técnico Telefonista, Hojalatero, Electricista, Plomero, Cerrajero, Normalista, Funcionario Público, Chofer, Administrador de empresas, Cineasta, Diseñador Audiovisual y Mesero. Fueron 17 hombres los que ante este reactivo no contestaron.

Agrupando oficios y profesiones por las categorías de Ciencias Naturales, Ciencias Exactas, Ciencias Sociales, Artes, Oficios y NS/NC (No Sabe/No Contesto) tenemos el siguiente cuadro:

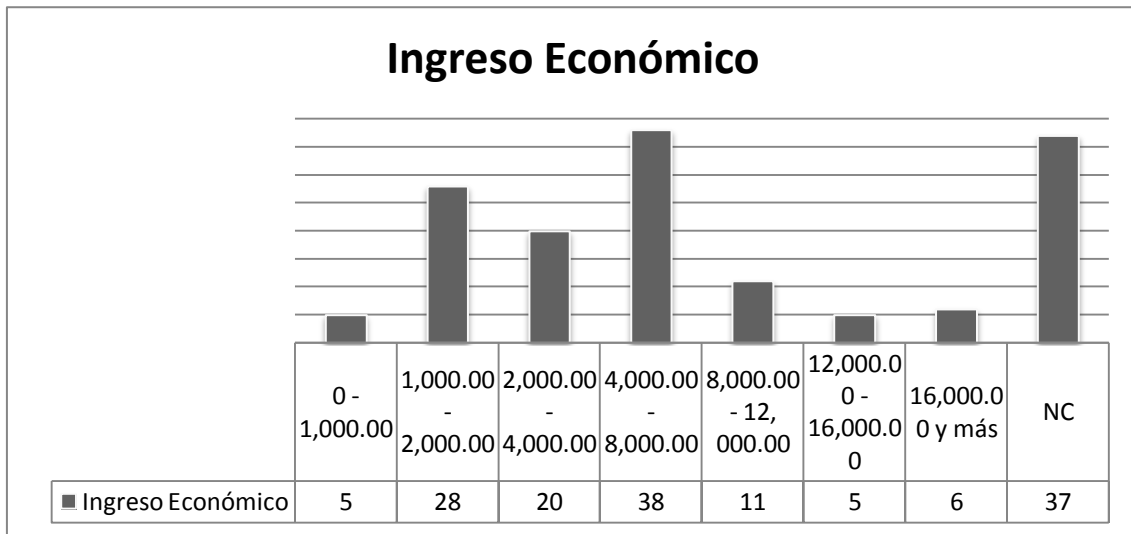
**Cuadro 1**



Podemos observar que los hombres de Oficios, Ciencias Exactas y Artes son los que tuvieron mayor apertura hacia la encuesta, no tanto así los de Ciencias Naturales y Ciencias Sociales. En las universidades y talleres mecánicos igualmente fue donde se observó mayor apertura hacia el instrumento. Por el contrario, en la colonia Polanco y colonia Roma la población masculina fue más reacia a participar en la encuesta.

Por nivel de escolaridad, solamente hubo un caso con estudios de Primaria, 14 afirmaron haber estudiado hasta la Secundaria, 23 se estacionaron en Nivel Medio Superior, 103 manifestaron tener Licenciatura, 3 estudiaron Carrera Técnica o Comercial, 4 se encuentran en nivel de estudios de Posgrado y 2 hombres no contestaron esta parte. Por Ingreso Económico, 5 hombres declararon ganar máximo \$ 1,000.00 pesos mensuales, 28 obtienen entre \$ 1,000.00 y \$ 2,000.00 pesos mensuales, 20 ganan entre \$ 2,000.00 y \$ 4,000.00 pesos mensuales, la paga de 38 de ellos es entre \$ 4,000.00 y \$ 8,000.00 pesos mensuales, el salario de 11 es entre \$ 8,000.00 y \$ 12,000.00 pesos mensuales, de 5 es entre \$ 12,000.00 y \$ 16,000.00 pesos mensuales y 6 de ellos ganan más de \$ 16,000.00 pesos mensuales. 37 hombres de los 150 encuestados se negaron a contestar esta pregunta.

**Cuadro 2**

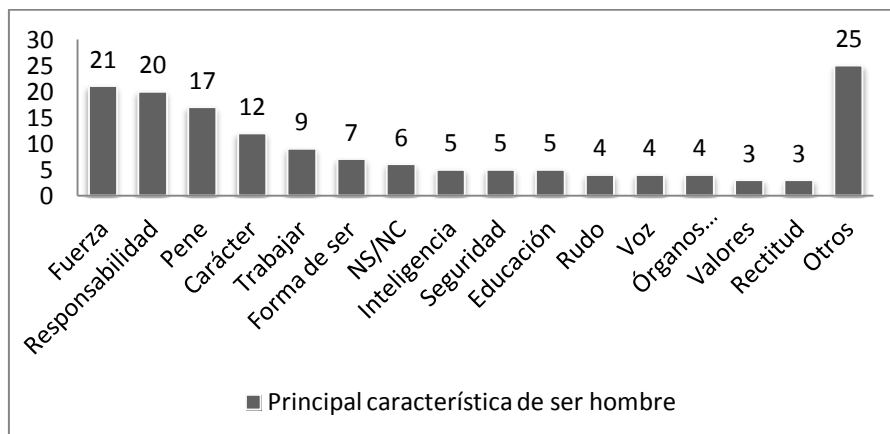


Podemos observar que la muestra es diversa, si bien la mitad de las encuestas se realizaron en espacios universitarios y la mayoría de los encuestados son jóvenes, la ocupación y el ingreso económico son variados, lo que nos llevará a observar si la concepción de masculinidad varía en dichos estratos o no. Estos datos son de los hombres encuestados, a continuación se comienza ya con los resultados de las diversas preguntas realizadas sobre Hombres, Mujeres y Homosexuales.

**Sección sobre Hombres.**

**Cuadro 3**

**Mencione la principal característica de ser hombre.**

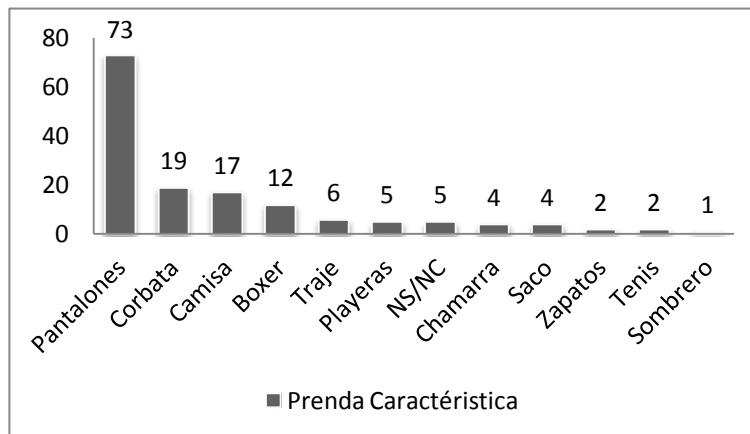




Fuerza y Responsabilidad son las principales características de los hombres de acuerdo a los encuestados, seguidas éstas por el Pene, el Carácter y Trabajar. En la categoría de Otros concentramos todos aquellos adjetivos que fueron mencionados una o dos veces: Limpio, Iniciativa, *Coger Viejas*, Sexo, Determinación, Valentía, Cabello, Destructivo, Cromosoma X, Compasión Egocéntrico, Pensamiento, Curiosidad, Orden, Ambición y Paternidad. Del total de respuestas dadas, 60 hombres respondieron con una característica física (como voz o pene) y 84 con una característica abstracta (como los valores o seguridad).

**Cuadro 4**

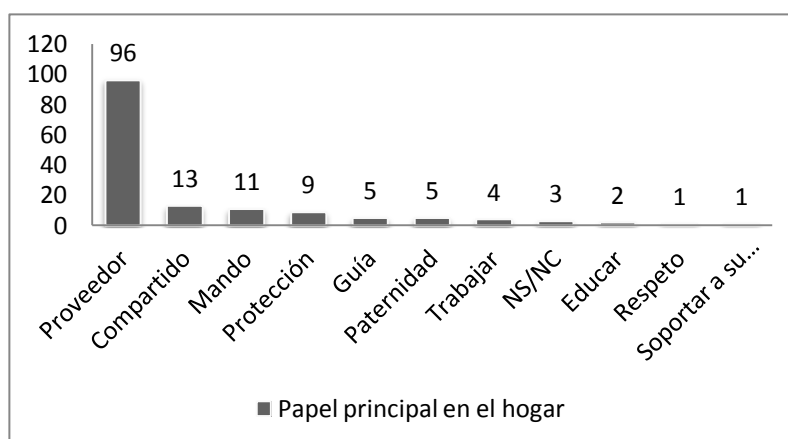
**¿Cuál es la prenda característica de un hombre?**



Indiscutiblemente el pantalón o los pantalones, son la prenda que los encuestados indentifican como propia de los hombres, seguida por la corbata y la camisa.

**Cuadro 5**

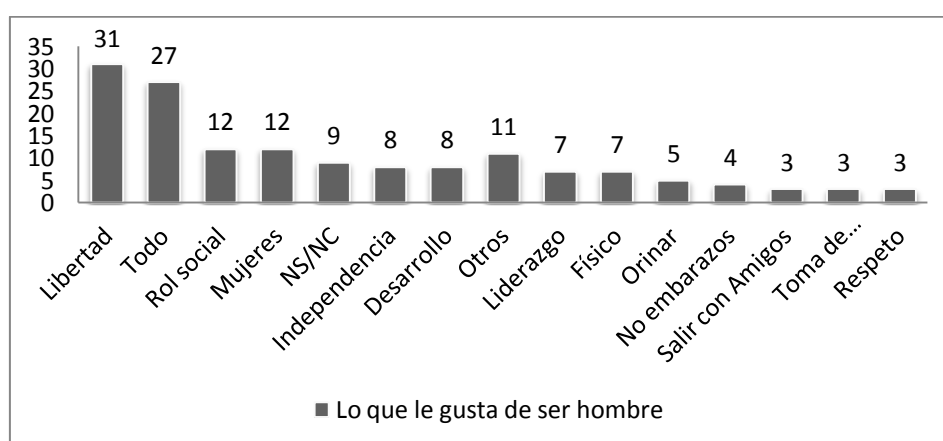
**¿Cuál es el papel principal de un hombre en el hogar?**



La mayoría identifica al hombre como Proveedor, esto significa que es visto como el único sustento económico de la familia y no tiene, ninguna otra labor o responsabilidad para con el hogar, después aparecen los roles característicos de Compartido, Mando, Protección y Guía. En un menor número aparece la cuestión de la Paternidad y Educar. Podemos observar que las características más mencionadas, son las que van acordes a un modelo de hombre dominante y ajeno al hogar.

**Cuadro 6**

**¿Qué le gusta de ser hombre?**

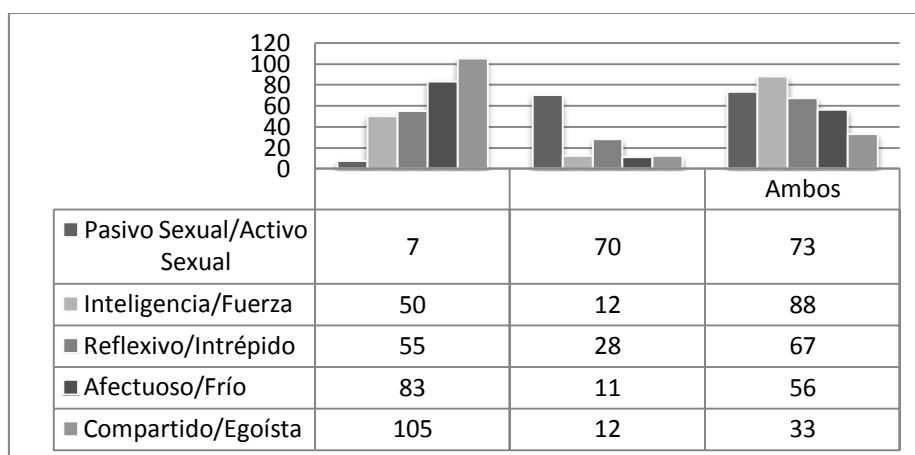


31 hombres de los 150 encuestados, mencionan que lo que más les gusta es la Libertad y cabe mencionar que los 31 al momento de la entrevista se refirieron a realizar aquellas actividades que las mujeres no pueden realizar

de forma plena en la plaza pública, en la calle (como es el tomar bebidas alcohólicas en cantinas, llegar tarde al hogar, salir con los amigos), 27 dicen que les gusta todo y se encuentran empatados el Rol Social y las Mujeres con 12 cada uno. Igualmente Independencia y Desarrollo se encuentran en números iguales.

Es importante resaltar que aquello que más le gusta a los hombres tiene relación con el desarrollo pleno a la cual todos los seres humanos tienen derecho. En la categoría de Otros, se suman todas las respuestas que solamente fueron mencionadas una o dos veces: Caballerosidad, Fuerza, Relación de Pareja, Inteligencia, Tomar alcohol, el Pene, No Menstruar y que “No me pegan las viejas”.

**Cuadro 7**  
**Un Hombre debe ser:**

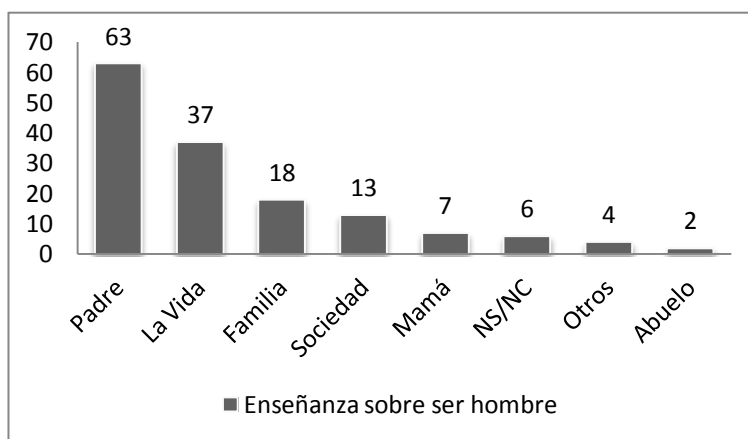


De si un hombre debe ser Pasivo Sexual o Activo Sexual, 7 respondieron que Pasivo Sexual, 70 Activo Sexual y 73 que debe ser Ambos. Si un hombre deber ser Inteligente o Fuerte, 50 hombres optaron por la Inteligencia, 12 por la Fuerza y 88 por Ambos. Entre si un hombre debe ser Reflexivo o Intrépido, 55 de los encuestados optaron por la Reflexión, 28 por ser Intrépidos y 67 Ambos. 83 encuestados contestaron que el hombre debe ser afectuoso, 11 que debe ser frío y 67 que ambos. Para finalizar este cuadro, 105 hombres optaron por ser Compartido, mientras que 12 creen que un hombre debe ser Egoísta y 33 dijeron que Ambos. Es interesante ver en las tres primera parejas de palabras, como la mayoría de los hombres

entrevistados consideran que deben ser ambas cosas, el autor se atreve a decir la perfección, ejemplo de ello el equilibrio perfecto entre Inteligencia y Fuerza, o entre Reflexión e Intrepidez. Resalta que en las últimas dicotomías de palabras los encuestados se inclinarán más hacia el afecto y el acto de compartir.

**Cuadro 8**

**¿Quién le enseñó todo lo que sabe sobre ser hombre?**

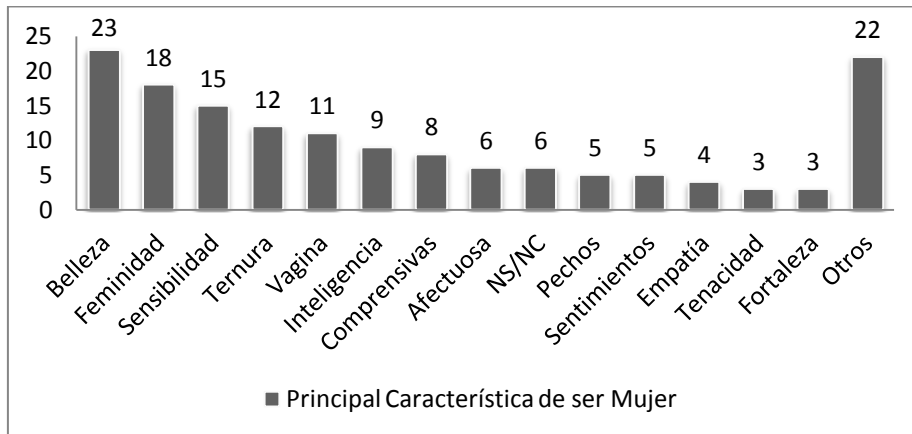


La figura paterna resalta como el canal que transmite la enseñanza de lo que es ser hombre, seguido de la Vida y la Familia. En la categoría de la Vida se incluyó a todos aquellos que respondieron con la palabra Experiencia. En Otros se reunieron las siguientes respuestas: Padre y Abuelo, Internet, Amigos y Escuela. La Mamá en esta gráfica se ubica hasta el quinto sitio.

**Sección sobre Mujeres y Homosexuales.**

**Cuadro 9**

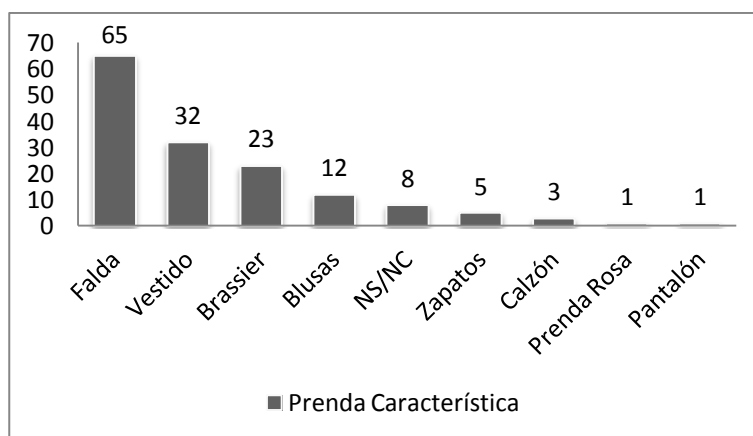
**Mencione la principal característica de una Mujer.**



De acuerdo a los encuestados, la Belleza es la característica principal de las mujeres, seguida ésta por la Feminidad, la Sensibilidad, la Ternura y la Vagina. A este reactivo 6 hombres prefirieron no contestar. Al igual que en reactivos anteriores, dentro de la categoría de Otros se incluyeron aquellas respuestas que no fueron constantemente mencionadas, pero que juntas representan un número menos que la Belleza, son las siguientes: Pensamiento, Cabello, Delicadas, Débil, Complicadas, Maternidad, Payasas, Reproducción, Intuición, Vanidosas, Versatilidad, Limpieza, Cromosoma Y, Controladora y Responsabilidad.

**Cuadro 10**

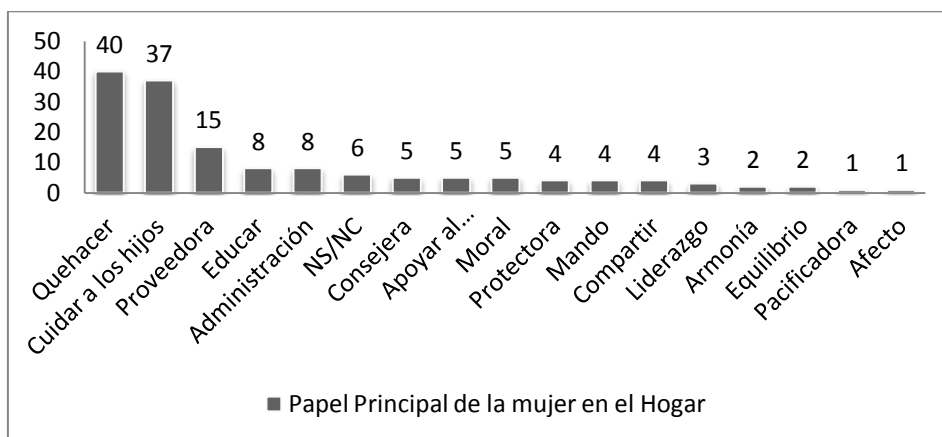
**¿Cuál es la prenda característica de una mujer?**



Si el Pantalón es la prenda característica de los hombres, la Falda es la prenda que caracteriza a las mujeres. En un segundo lugar vemos el Vestido con 32 y el Brassier con 23.

**Cuadro 11**

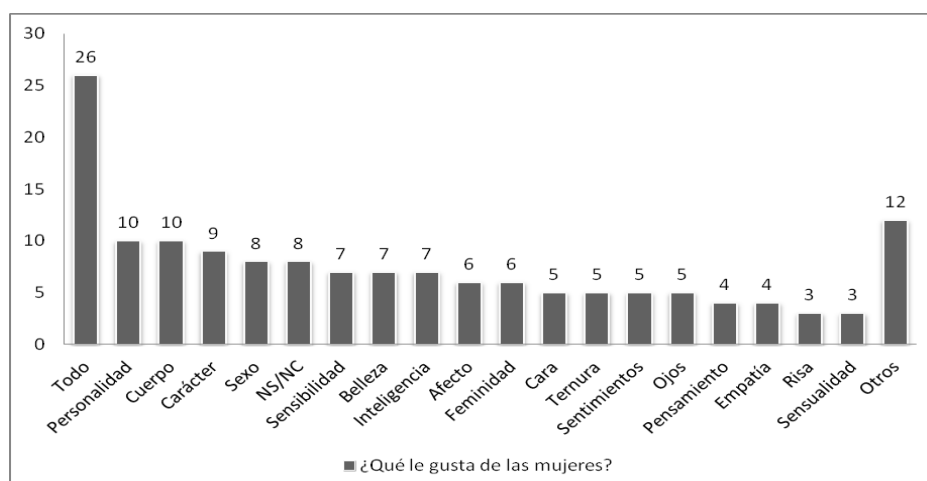
**¿Cuál es el papel principal de la mujer en el hogar?**



De manera arrolladora los hombres entrevistados consideran que el papel principal de las mujeres dentro del hogar es el Quehacer y el Cuidado de los Hijos, labores que son seguidas con el Educar y la Administración. Como Proveedora la mujer ocupa el tercer lugar. Si comparamos las características de cada sección podemos ver que para los hombres su único aporte con el hogar es ser Proveedor, el resto son papeles de dirección, en cambio en el de las mujeres es de subordinación.

**Cuadro 12**

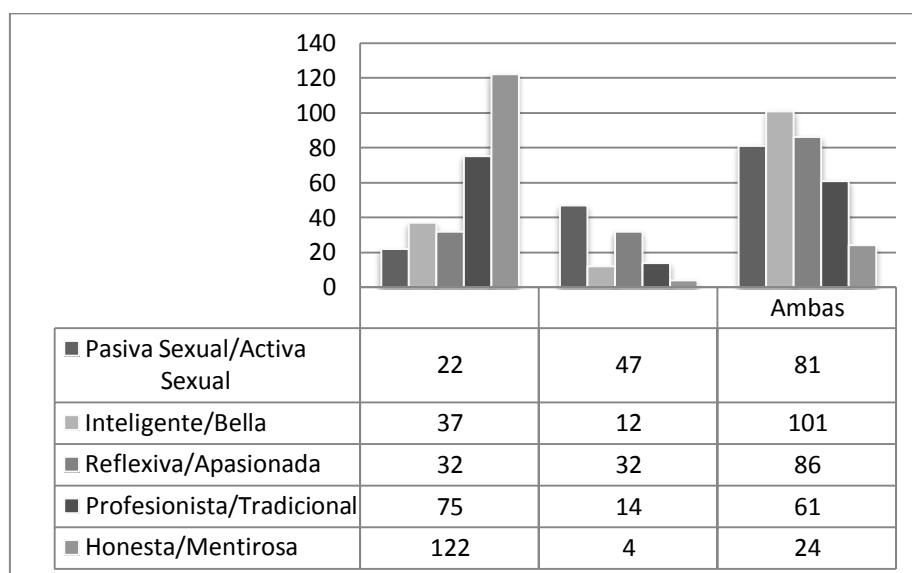
**¿Qué le gusta de las mujeres?**



26 de los 150 hombres entrevistados mencionaron que les gusta Todo de las mujeres, seguida esta respuesta por Personalidad y Cuerpo, el Carácter, el Sexo, Sensibilidad e Inteligencia y el Afecto y la Feminidad. En esta pregunta la respuesta fue muy amplia y diversa, como se puede observar a diferencia de otros cuestionamientos aquí no hay grandes números. En Otros se encuentran las siguientes respuestas: Diferentes, Imaginación, Fidelidad, Toma de decisiones, Comprensión, Maquillaje, Independencia, Labios y Nalgas.

**Cuadro 13**

**Una mujer debe ser:**

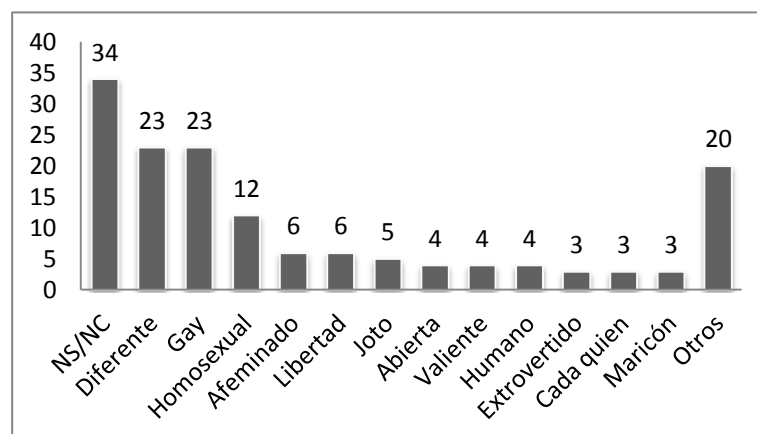


En relación a cómo deben ser las mujeres el cuadro 13 muestra que 22 hombres consideran a la mujer como Pasiva Sexual, 47 Activa Sexual y 81 que Ambas. Con respecto a la Inteligencia y la Belleza, 37 hombres prefieren la Inteligencia, 12 la Belleza y 101 Ambas. Sobre la Reflexión y el Apasionamiento, 32 hombres consideran a la mujer como Reflexiva, 32 como Apasionada y 86 Ambas. Entre lo Profesionista y Tradicional, 75 hombres seleccionaron la primera opción, 14 la segunda y 61 Ambas. En la última selección los hombres por mucho optaron por una mujer honesta, 4 Mentirosa y 24 Ambas. Al igual que en el cuadro 7 relativo a como deben ser los hombres, en las primeras tres opciones mayoritariamente se concentra en ambos adjetivos; las mujeres deben ser tanto inteligentes como bellas, reflexivas como

apasionadas, tanto activas como pasivas sexualmente<sup>104</sup>. En el rubro de Profesionista y Tradicional es interesante observar que la mayoría de los hombres apuesta porque las mujeres sean Profesionistas, empero en el cuadro del *papel principal de la mujer en el hogar*, es clara la preferencia masculina sobre el rol social de las mujeres: el Quehacer y el Cuidar a los hijos (¡que más Tradicional puede ser esto!). Con este resultado percibimos un doble discurso. Por un lado, tenemos que las mujeres pueden ser Profesionistas, con una carrera u oficio, pero sin dejar de lado las “obligaciones” del hogar, donde el hombre funge únicamente como Proveedor sin alguna otra responsabilidad de por medio. Esto demuestra que de parte de los hombres mexicanos hay una aceptación sobre el desarrollo profesional y social de las mujeres, sin embargo no se admite que dejen de lado las “obligaciones” que son propias de su Género.

**Cuadro 14**

**Para usted, ¿Qué palabra describe mejor a una persona homosexual?**



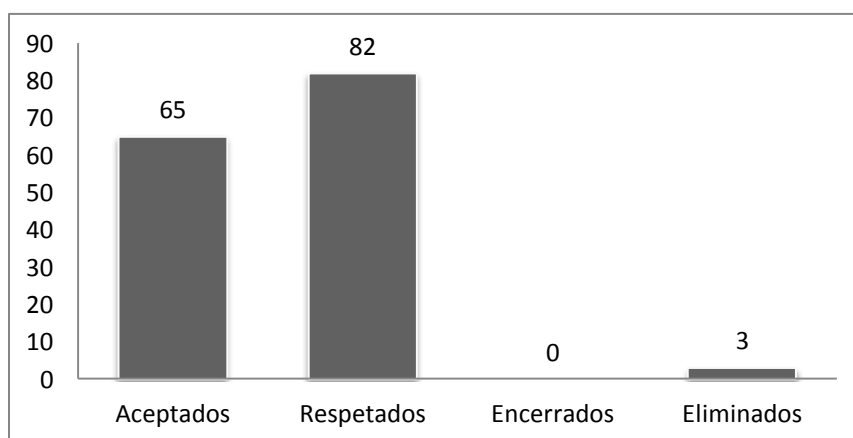
Poco más de una sexta parte de la muestra prefirió no responder a este cuestionamiento o simplemente decir que no sabía. Las palabras que más describen a un homosexual para los encuestados son Diferente y Gay, seguida de la palabra Homosexual. En la gráfica podemos ver que no hay palabras tan ofensivas o degradantes hacia la población homosexual, pero éstas se encuentran reunidas en Otros: Raro, Desubicado, Ofrecido, Puto, Antinatura, Inestable, *Respeto*, Vacío, Agresivos, *Amigo*, Disfuncional, Calientes, Burlones,

<sup>104</sup> La mujer perfecta debe tener todas las cualidades al parecer.



Niña, Confusión y Depravación. Podemos notar que una sexta parte de los encuestados, la palabra que mencionaron para describir a una persona homosexual es de carácter ofensivo o denigrante, si a este dato sumamos a aquellos hombres que optaron por no responder a esta pregunta, vemos que poco más tercera parte de la muestra mantiene una actitud de indiferencia e intolerancia hacia las personas homosexuales<sup>105</sup>.

**Cuadro 15**  
**Los Homosexuales deben ser:**



En esta gráfica notamos que la mayoría de los hombres consideran que las personas homosexuales deben ser aceptadas y respetadas, incluso nadie seleccionó la opción de ser encerrados y 3 optaron por ser eliminados. Esta información resalta, junto con los datos del Cuadro 14, si hablamos de 25 personas cuya opinión es desfavorable hacia los homosexuales, ¿por qué ello no se muestra en esta última gráfica?, cabe la posibilidad de que exista un doble discurso aquí también como en el caso de las mujeres Profesionistas Tradicionales, o bien, que se presente el fenómeno de *conciencia contradictoria*<sup>106</sup>, por un lado, se acepta o respeta a los homosexuales por que

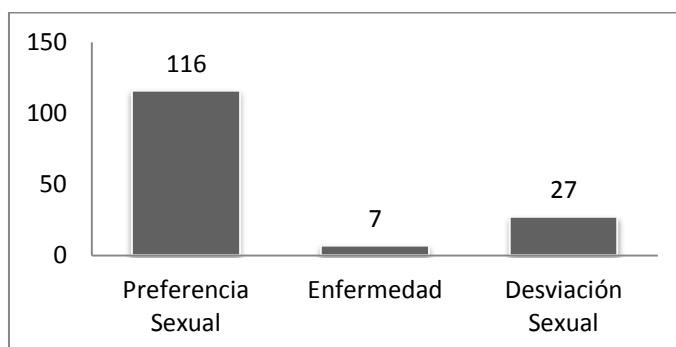
<sup>105</sup> Las palabras Afeminado, Joto, Maricón, Raro, Ofrecido, Puto, Antinatura, Calientes, Burlones y Niña en su conjunto son 25 hombres encuestados que sumados a los 34 que respondieron No se/No Contesto suman 59 hombres de un total de 150 de la muestra, esto significa que poco más de una tercera parte o 1 de cada 3 hombres tiene una actitud indiferente o intolerante hacia la población homosexual.

<sup>106</sup> El concepto de conciencia contradictoria es elaborado por Antonio Gramsci en referencia al Hombre Activo de Masa u Hombre de Masas, establece que este tipo de personas tienen claridad en su *praxis* pero no en la conciencia de la misma, aunque sepan que pueden transformar al mundo desde su *praxis*. Es como si tuvieran dos conciencias, la primera es aquella que forma en grupo en su *praxis* y que los lleva a la transformación de la realidad; la segunda es prácticamente heredada, superficial, que ha tomado o interiorizado sin crítica y tiene como consecuencias actitudes pasivas en lo moral y lo político. En el caso

más allá de la orientación sexual ninguna persona debe ser señalada o discriminada de acuerdo a la ética imperante en Occidente (ética de los Derechos Humanos, respeto a la diversidad, etc.), empero no implica que de manera personal, privada, los individuos los acepten o respeten.

**Cuadro 16**

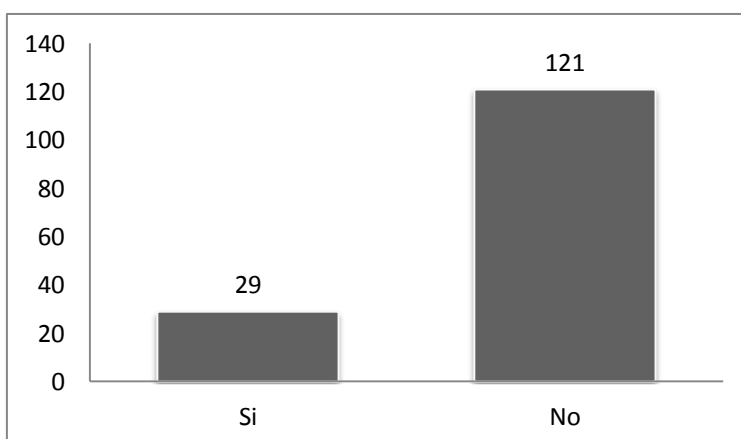
**La Homosexualidad es una:**



Para 116 de los 150 hombres encuestados, la homosexualidad es una Preferencia Sexual, para 7 de ellos es una Enfermedad y para 27 una Desviación Sexual. El último número es congruente con la información discutido en los último párrafos.<sup>107</sup>

**Cuadro 17**

**Para usted, ¿un homosexual es todo lo contrario a un hombre? Si o No  
¿Por qué?**



de la percepción de los homosexuales, los cuadros 14 y 15 demuestran la existencia de una conciencia contradictoria en torno a ellos, hay una aceptación o respeto, pero continúan los moteos y denostaciones hacia ellos, aunque se tiene conciencia de que no es correcto, hay una pasividad “moral”.

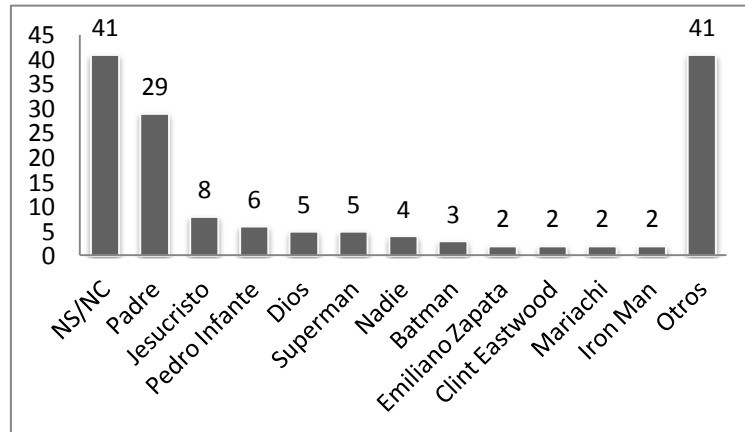
<sup>107</sup> *Op. Cit. Supra* 8.

De las 29 personas que mencionaron que si son contrarios, los argumentos son los siguientes: 8 dijeron que por la Preferencia Sexual, 5 no contestaron o no supieron, 5 por que la conducta de ellos es de mujeres, 2 por gustos, 1 por el ser mismo, 1 que son diferentes, 1 porque son homosexuales, 1 son personas enfermas, 1 quieren tener otra vida, 1 son antinatura y 1 debido a que son lo contrario simplemente. De las 121 personas que contestaron que no son contrarios, respondieron con los siguientes motivos: 96 contestaron son iguales, lo único que cambia es la preferencia sexual, 15 no contestaron o no supieron, 4 solo es una decisión, 1 por ser lesbianas<sup>108</sup>, 1 sólo son seres femeninos, 1 son valientes, 1 por ser masculinos, 1 siguen siendo personas y 1 por la intuición.

**Sección de Preguntas Generales.**

**Cuadro 18**

**¿Quién representa a un hombre por excelencia?**



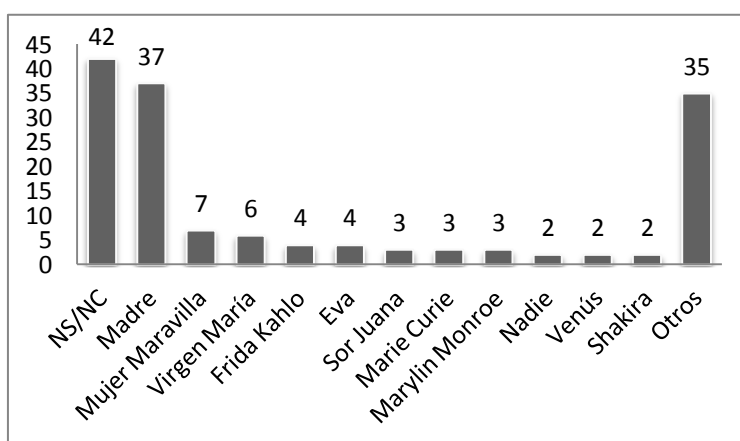
De los hombres encuestados casi una tercera parte no supo o no contesto quién representaría a un hombre. Cabe destacar que casi una tercera parte de la muestra se encuentra dividida en personas o personajes cuyo conjunto igualan al grupo que no contesto o no supo que decir. Los personajes mencionados una sola vez son los siguientes: Hugo Chávez , Pepe el Toro, William Levy, Odín, Hulk, Howard Roark, algún deportista, San José, Alfredo

<sup>108</sup> La persona entrevistada comentó que no son diferentes debido a que a él le gustan las mujeres y a las lesbianas también.

Jímenez, Napoleón Bonaparte, Federico Nietzsche, Brad Pitt, Tony Soprano, Pancho Villa, Adán, Zeús, Marte, Vito Corleone, Homero Simpson, Kent Wood, Mario Benedetti, Bruce Willis, Thor, Stephen King, Ghandi, Oscar Wilde, Andrés Manuel López Obrador, Jorge Negrete, un Tío, Luchadores CMLL, Cristiano Ronaldo, John F. Kennedy, Barack Obama, Alejandro Magno, Bill Gates, Pablo Picasso, Jack Nicholson, Mauricio Garcés, Andrés García, Lázaro Cárdenas y Hércules. Podemos ver la existencia de toda una gama de personajes que encarnan al hombre por excelencia, vemos desde figuras mitológicas y religiosas hasta actores, políticos y presidentes nacionales, por no mencionar superheroes de historietas.

**Cuadro 19**

**¿Quién representa a la mujer por excelencia?**

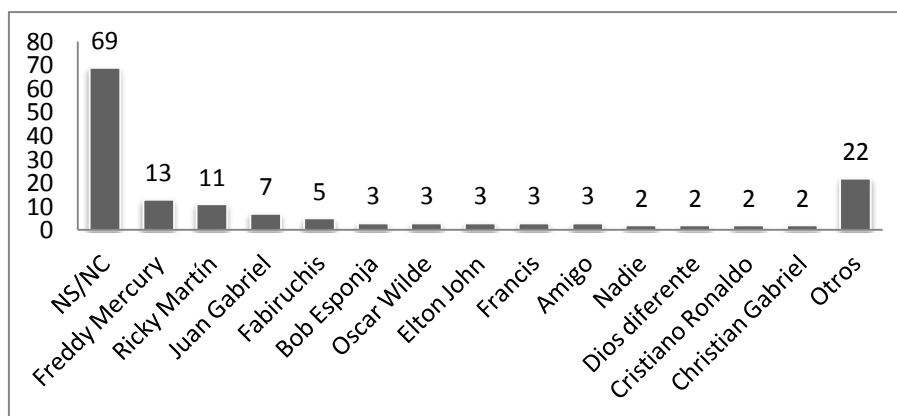


Al igual que la gráfica anterior, los primeros lugares son ocupados por el acto de no haber respondido la pregunta y por un familiar, en este caso la Madre. Dentro de la categoría de Otros figuran los siguientes personajes: Margaret Thatcher, Selena Gómez, Samantha, Jennifer Aniston, Doña Josefa Ortiz de Domínguez, las Musas, Princesas Disney, Howard Roark, Lisa Simpson, Jean Grey (personaje de la historieta X-Men, no confundir con una de las esposas de Enrique VIII), Angelina Jolie, Abuelita, Amy Lee, Julieta, Elena Poniatowska, París Hilton, Afrodita, Katy Perry, Pepper Pots, Scareltt Johansson, Emma Watson, Olga Leiyel, Simone Simmons, Rosario Ibarra de Piedra, María Félix, Paulina Rubio, María Magdalena, una Adelita, una Sirena, Maite Perroni, Diana de Galés, Madonna, Jenny Rivera, Penélope Cruz y María

Rojo. Al igual que la gráfica anterior, tampoco hay un personaje que delimite de manera precisa para los hombres la imagen de una mujer por excelencia.

**Cuadro 20**

**¿Quién representa a un homosexual por excelencia?**



69 de los 150 hombres encuestados no contestaron o no supieron responder este reactivo, Freddy Mercury es el personaje que más representa a los homosexuales según los entrevistados, seguido por Ricky Martín, Juan Gabriel y Fabiruchis (Fabián Lavalle). Después de ellos vienen Bob Esponja, Oscar Wilde, Elton John, Francis y *un amigo*. Con menos menciones viene que Nadie, un Dios Diferente, Cristiano Ronaldo y Christian Gabriel. Dentro de los mencionados solo una vez se encuentran los siguientes personajes: Libertad Palomo, Barney el Dinosaurio, Walter Mercado, Howard Roark, Dennis Rodman, Ludwig Wittgenstein, Ian McKellan, Lady Gaga, Ronzón, Anne Hathaway, Piolín, Arcángel Gabriel, Yahairo, John Jorford, Zeús, Carlos Monsivaís, Isaac Newton, una Mariposa, el Diablo, Madonna, Keanu Reeves, Marcelo Ebrard Casaubón y Judas Iscariote<sup>109</sup>. Al igual que los anteriores son diversas las respuestas y destaca la aparición de personajes de caricaturas para niños, así como personajes de filosofía y la ciencia.

**¿Cuál es su pasatiempo favorito?**

<sup>109</sup> Al momento de responder este reactivo el encuestado en cuestión, el entrevistador no pudo evitar el preguntar por que Judas Iscariote y el primero respondió: “*Pinche puto, traicionó al maestro*”.

27 de los entrevistados destacaron que Leer, 19 Hacer ejercicio, 18 Escuchar música, Cine y Futbol 14 personas respectivamente, 7 Viajar, ver Videojuegos y ver televisión 6 cada uno, Dibujar y la Familia 5, Tocar la Guitarra 4, Programar y Cocinar 3 cada uno, el Internet y Autos 2, Fumar marihuana, Deportes, Estudiar, la Fotografía, las Cartas, salir a Bailar y el Beisbol 1 respectivamente. 6 No saben cual es su pasatiempo favorito.

### **¿Cuál es su bebida alcohólica preferida?**

La cerveza es la bebida alcohólica con mayor seguidores de la muestra con 34, le sigue el Whisky con 25, el Tequila ocupa el tercer lugar con 24.

24 declararon no tomar, el Ron y el Vodka cuentan con 11 cada uno de ellos, el Brandy tiene 6, después vienen los aperitivos y el Pulque con 4 cada uno, el Ginger Ale, el Vino Blanco y la Ginebra con 2 y el Cognac con 1.

Pierre Bourdieu establece que la clase social no se determina solamente por una característica en particular, sino que es la conjunción de una serie de particularidades (tales como la edad, sexo, raza, ocupación, etc.) que juegan entre sí y generan una serie de prácticas entre individuos de condiciones similares, que a su vez generan (cualidad del habitus) una serie de percepciones y actitudes similares que originan actos similares al mismo tiempo que generan prácticas similares (aquí entra el habitus por completo al ser conceptualizado como una estructura estructurada estructurante), ejemplifico con la siguiente frase: *“Lentes oscuros, cuarto oscuro, naco seguro”*, se entiende que una persona que se encuentre dentro de un espacio cerrado carente de luz con anteojos oscuros demuestra una falta a la norma de no usar anteojos oscuros o gorras en el interior de edificios, ya que porta un objeto que solamente es usado ante la presencia de luz que molesta o puede lastimar los ojos y ante dicha falta será calificado como *naco* y siendo calificado como tal se espera posiblemente acciones *nacas* de su parte (se debe observar que no solamente el individuo es calificado, sino también sus actos, es lo que Bourdieu se refiere a “enclasar”, el sujeto fue enclasado por sus acciones y con seguridad ejercerá acciones de enclasamiento de acuerdo a su clase de *naco*).

¿Quiénes serían los que dan la calificación?, todos aquellos que no portan gafas oscuras en el interior del cuarto y toman al pie de la letra la norma anteriormente mencionada. Por otro lado, si la mayoría de las personas que se encuentren adentro del cuarto portaran anteojos oscuros, entonces, ¿Quiénes serían los nacos?, los que no portan los lentes oscuros.

Aquí entra en juego el papel de la educación, pero no nos referimos a la educación institucionalizada en escuelas y universidades, nos referimos a esa educación informal que es *cultura* y es aquí, en este punto donde los conceptos de Clase Social y Habitus de Bourdieu hacen conexión con el concepto de Género, uno de los componentes primordiales del Género es la cultura, y es a partir de ella donde el Género estudia las conductas de hombres y mujeres, lo que es ser hombre y lo que es ser mujer.

Pero como se puede observar en las gráficas, a pesar de que muchos de los entrevistados se encuentran en un nivel económico diferente, con nivel de estudios diferentes y ocupaciones diferentes, la mayoría coincide en las mismas percepciones y actitudes en cuanto Género se refiere, rompiendo la premisa del concepto de Clase Social de Bourdieu donde sujetos en las mismas condiciones (como el nivel socioeconómico y el nivel de estudios) generan las mismas percepciones y actitudes. A pesar de ello, se mantiene el habitus como estructura estructurada estructurante. Ejemplo de ello es la pregunta concerniente al papel del hombre dentro del hogar, la mayoría respondió con la respuesta de Proveedor seguido de otros adjetivos que sugieren al hombre como dirigente del hogar y por su parte la mujer es sólo una subordinada, esto lo constatamos en el reactivo del papel principal de la mujer en el hogar. Claramente se han mantenido los roles tradicionales de padre y madre, a pesar de que en los últimos años han existido diversos procesos mediante los cuales se trata de mantener una condición de igualdad y equidad entre hombres y mujeres.

Este **Habitus de Género**<sup>110</sup> se ha mantenido a través de la enseñanza de las personas encargadas de guiar a niños y jóvenes hacia el ser hombre y ser mujer, y esas personas encargadas son principalmente los padres como

---

<sup>110</sup>Sugiero este concepto para poder encerrar todas aquellas acciones y conductas por parte de los individuos en materia de Género, así como hay acciones enclases y enclases de acciones e individuos, también hay acciones que por decir de alguna manera son *generizantes* y *generizan* a los individuos.

también se pudo observar en las preguntas relacionadas a la enseñanza de ser hombre y a las representaciones por excelencia de hombre y mujer respectivamente.

También se confirma la **agorafobia**<sup>111</sup> **socialmente impuesta** que menciona Bourdieu en su obra *La Dominación Masculina*, los hombres al referirse que lo que más les gusta es la libertad, se refieren a poder desarrollarse e interactuar plenamente en los espacios públicos, algo que *“las mujeres no pueden hacer eso en la calle”*, como mencionaron muchos hombres encuestados. Confirmamos también como *“El lugar por excelencia donde se materializa el poder simbólico es el lenguaje, las palabras. [...] El poder simbólico, asociado a la violencia simbólica, es un poder de clasificación”*<sup>112</sup>. Tan solo veamos como fueron identificados hombres y mujeres. Las palabras que se usaron con hombres fueron: Fuerza, Responsabilidad, Carácter, Trabajar, Limpio, Iniciativa, *Coger Viejas*, Determinación, Valentía, Pensamiento, Orden, entre otras. Las palabras con las que se caracterizó a las mujeres son las siguientes: Belleza, Sensibilidad, Ternura, Delicadas, Débil, Complicadas, Reproducción, entre otras. *“La violencia simbólica se instituye a través de la adhesión que el dominado se siente obligado a conceder al dominador (por consiguiente, a la dominación) cuando no dispone, para imaginarla o para imaginarse a sí mismo o, mejor dicho, para imaginar la relación que tiene con él, de otro instrumento de conocimiento que aquel que comparte con el dominador y que, al no ser más que la forma asimilada de la relación de dominación, hacen que esa relación parezca natural; o, en otras palabras, cuando los esquemas que pone en práctica para percibirse y apreciarse, o para percibir y apreciar a los dominadores (alto/bajo, masculino/femenino, blanco/negro, etc.), son el producto de la asimilación de clasificaciones, de ese modo naturalizadas, de las que su ser social es el producto.”*<sup>113</sup>.

¿Y dónde ocurre esta dominación simbólica?, en los Campos. En la actualidad a pesar de haber mujeres que ocupan puestos directivos dentro de diversas empresas, ya sea a nivel nacional o internacional, no tienen el mismo

---

<sup>111</sup>Pánico a los espacios abiertos.

<sup>112</sup>“El capital es la riqueza del campo y su apropiación y control el objeto de la lucha.”. Vizcarra Fernando, *Óp. Cit.*, p. 66.

<sup>113</sup>Bourdieu, Pierre (2005). *Op. Cit.*, p. 51.



poder adquisitivo, como el caso de Marissa Meyer, CEO de Yahoo!<sup>114</sup>. En el ámbito político resalta por ejemplo el caso de las *Juanitas*, mujeres que habían sido electas para ocupar escaños en el Congreso de la Unión y terminaron por abandonarlo para que hombres ocuparán su lugar.

Aunque la dominación simbólica la vemos desde la infancia, en los últimos años ha habido una renovación de marketing en lo que se refiere al mercado de muñecas para niñas, si bien la muñeca *Barbie* ya no es solamente una novia, esposa o pareja de hogar, ahora es profesionalista, pero no abandona las “virtudes” o “características” tradicionales propias de una mujer como la sensibilidad o abnegación materna. Igualmente la dominación simbólica se hace presente en la vida cotidiana, en todos los festivales donde se dan los concursos de belleza, en las ceremonias religiosas que resaltan la obediencia y sumisión de la mujer al hombre, en eventos como los Baby Shower y las despedidas de solteros y solteras. La dominación simbólica refleja la hegemonía y dominación a mujeres y hombres, como el caso de los comerciales de Tecate y Axe, marcando cierto estereotipo de cómo ser hombre con cierto tipo de características, el resto de los hombres que no cumplen con ello y las mujeres quedan fuera de tal modelo, siendo por lo tanto subordinados y dominados. En ellos se da la lucha entre los diferentes sujetos, pero también se da la construcción de percepciones y actitudes de los individuos, es donde el Género se construye y reconstruye de manera continua a partir de las percepciones y actitudes que llevan los mismos individuos, lo que da al Género la característica de habitus, una estructura estructurada estructurante. Es en el mismo campo donde se configuran las Clases Sociales con sus respectivas propiedades y, por lo tanto, se dan ahí las **identidades de Género**<sup>115</sup>, donde hay diferencias de Género jerarquizadas a partir de construcciones sociales legitimadas por pares, es decir, estereotipos o Roles Sociales: Fuerte/Débil, Feo/Bella, Rudo/Delicada, Macho/Puto, etc.

---

<sup>114</sup>Marissa Mayer (Yahoo! Inc.) junto con Indra Nooyi (Pepsico), Andrea Jung (Avon Products), Irene Rosenfeld (Kraft Foods), Ursula Burns (XEROX) tienen salarios mucho menores a los que obtenían sus antecesores masculinos en el mismo nivel directivo.

<sup>115</sup>Otro concepto elaborado por el autor de la presente investigación, éste se da en función de que no existen identidades únicas de Género, por el contrario hay una multiplicidad enorme de identidades de Género. Por ejemplo hay una identidad muy definida de masculinidad en las etnias indígenas, igual que en la sociedad occidental actual o en el Islam, pero cada identidad es diferente a pesar de tener elementos comunes que comparten. También lo podemos ver a nivel región, no es el mismo arquetipo de hombre que hay al norte de México que en el Centro del país, o incluso entre ciudades.

## La masculinidad como desviación y como estigma.

Los hombres y las mujeres como cualquier otro grupo o subgrupo de cualquier sociedad tiene reglas<sup>116</sup> y límites, al interior y al exterior, por lo mismo se debe de considerar que las identidades de Género, igualmente (y como se ha comprobado a lo largo de esta investigación) poseen una lógica propia de formación y de acciones, ésta permite una serie de comportamientos comunes a cualquier persona, hombre o mujer que no respete las reglas será considerada fuera de lugar. Es por ello la inclusión de los conceptos de desviación y estigma, para poder explicar aquellas conductas que no empatan con el promedio, en este caso con la masculinidad o las masculinidades no acopladas con un modelo de masculinidad hegemónica. Entenderemos *“la desviación no es una cualidad del acto que la persona comete, sino una consecuencia de la aplicación de reglas y sanciones sobre el “infractor” a manos de terceros. Es desviado quien exitosamente ha sido etiquetado como tal, y el comportamiento desviado es el comportamiento que la gente etiqueta como tal”*<sup>117</sup>.

La información adquirida sobre las personas o personajes que representan a la masculinidad es demasiado variada, no hay consenso alguno en quién podría representar a un hombre por excelencia, como lo pudimos observar en el cuadro 18 de los resultados del instrumento. Igualmente esto se ve reflejado en las actitudes, lo que para algunos hombres es dar el reconocimiento de Valiente a una persona homosexual, en otros es algo inconcebible. Incluso la cuestión de la homosexualidad en algunos no tiene un referente sexual, sino moral.

Este tipo de diferencias nos llevan a reflexionar sobre la existencia realmente de un modelo de masculinidad general, global, hegemónica. ¿Qué pasa si en un mismo grupo de hombres, no todos están de acuerdo acerca de cómo ser hombre? *“En una misma sociedad, incluso en una comunidad o*

---

<sup>116</sup>“Todos los grupos establecen reglas y, en determinado momento y bajo ciertas circunstancias, también intentan aplicarlas. Esas reglas sociales definen las situaciones y comportamientos considerados apropiados, diferenciando las acciones “correctas” de las “equivocadas” y prohibidas. Cuando la regla debe ser aplicada, es probable que el supuesto infractor sea visto como una persona especial, como alguien incapaz de vivir según las normas acordadas por el grupo y que no merece confianza. Es considerado un *outsider*, un marginal.” En Becker Howard (2009), *Outsiders. Hacia una sociología de la desviación*, Siglo XXI Editorial, Argentina, 241 pp.

<sup>117</sup>*Ibíd.*, p. 28.

*institución específica, existirán diferentes modelos de masculinidad, distintas formas reconocibles de “ser un hombre”. Así como ahora reconocemos la diversidad de las formas familiares, también reconocemos diferentes construcciones de la masculinidad en regiones, comunidades étnicas y contextos sociales de clase distintos.”<sup>118</sup>.*

Como establece Connell, existe una diversidad amplia de masculinidades que se dan alrededor del mundo, ciertamente existe un modelo o prototipo de masculinidad a nivel global, la “*masculinidad hegemónica*” que trata de insertarse en las diferentes sociedades a través de los medios de comunicación, la mercadotecnia de productos, películas<sup>119</sup>, deportes<sup>120</sup>, etc., sin embargo, para que ésta pueda establecerse debe de existir compatibilidad con los valores de las masculinidades locales, “*la “masculinidad hegemónica” puede definirse como la configuración práctica de Género que incorpora la respuesta aceptada, en un momento específico, al problema de la legitimidad del patriarcado, lo que garantiza (o se considera que garantiza) la posición dominante de los hombres y la sumisión de las mujeres. [...] la hegemonía se establecerá si existe cierta correspondencia entre el ideal cultural y el poder institucional, colectivo sino es que individual.”<sup>121</sup>*

Existe un proceso, entonces, que busca generar realmente una idea de masculinidad global, sin embargo ésta rompe con las ideas locales o con las características de cada realidad social de cada sociedad históricamente determinada en diferentes partes del mundo, que se tengan acerca de la masculinidad, y esto se constata con las respuestas dadas por los entrevistados, si bien hay coincidencias en ellos, también hay diferencias en cuanto a su concepción de ser hombre, ergo, no es un estudio de carácter

---

<sup>118</sup>Connell R.W., *Desarrollo, Globalización y Masculinidades* en Careaga Gloria, Cruz Sierra Salvador, *Óp. Cit.*, p. 25.

<sup>119</sup>“En casi todo el mundo, los medios de comunicación masiva siguen modelos norteamericanos y europeos, y las imágenes dependientes del Género constituyen una parte importante de lo que circula. *Ibíd.* p. 202.

<sup>120</sup>“*La deportivización genérica de los cuerpos* es el campo de las representaciones sociales en el que se define el conjunto de actitudes, opiniones, imágenes, lenguajes y vestimentas que los sujetos sociales introducen en sus cuerpos, en tanto realidad social y subjetiva. En este sentido, el cuerpo de los hombres es el objeto privado y público en el que se escriben y representan los textos de regulación social, del control de las instituciones, de las concepciones, tradiciones, costumbres y hábitos relacionados con la higiene, la sexualidad y la alimentación; es el instrumento simbólico de la configuración binaria del cuerpo masculino, entre lo puro y lo impuro, entre lo sagrado y lo profano del proceso de *deportivización*.”. En Huerto Rojas Fernando, *La deportivización del cuerpo: La globalización de las identidades genéricas masculinas* en Careaga Gloria, Cruz Sierra Salvador, *Óp. Cit.*

<sup>121</sup>Connell, R.W. (2003), *Óp. Cit.*, p. 117.

global o regional, pero en este que es un estudio local hay diferencias, imaginemos a nivel mundo que tantas ideas o concepciones diversas hay de la masculinidad.

Esta serie de masculinidades locales comparten una serie de atributos con otras masculinidades, empero, desde la perspectiva de la masculinidad hegemónica éstas son **desviaciones** e incluso hay percepciones, actitudes y comportamientos que son desviados de las masculinidades locales. La cuestión de ser hombre para un albañil no es la misma que para un alto ejecutivo de Televisa o Corporativo Peñoles, no es la misma masculinidad para un hombre que escucha electroterror y es de la Ciudad de México, que alguien que escucha banda y es de Culiacán, ejemplos de este tipo sobran, pero así como hay diferencias, hay similitudes en los diversos modelos de masculinidad.

Hay elementos comunes que unen a estos diferentes hombres, *“Entre los jóvenes de la Ciudad de México, el modelo de masculinidad agresiva ya no lo representa el charro con pistola de antes, que procuraba tener un rancho tranquilo donde colgar su sombrero. Este modelo ha sido reemplazado por un Rambo que se lanza en contra de Vietnam o el Afganistán del momento, rociando balas con una ametralladora. Nadie podía sugerir que Rambo es un producto mexicano; sin embargo aquí, como en su país de origen, ¿no representa al macho por excelencia? A los símbolos locales se les globaliza, se les reubica y finalmente se vuelve a globalizar.”*<sup>122</sup> Igualmente figuras como el charro y el narcotraficante se han globalizado, representando de igual forma a la figura del macho. La masculinidad en el mundo (o al menos en Occidente), podemos ver, se encuentra en constante creación y recreación, es un movimiento dialéctico entre la masculinidad hegemónica y las masculinidades locales, que definen la identidad de Género masculina.

¿Cómo surge la desviación dentro de la masculinidad? ¿Es el hombre que se conduce diferente a los demás un desviado? La desviación como tal no es un acto del que actúa diferente a los hombres (como los homosexuales), sino es una relación entre aquellos que son diferentes y el promedio, *“además de reconocer que la desviación es producto de la respuesta de la gente a ciertos tipos de conducta, a las que etiqueta de desviadas, tampoco debemos*

---

<sup>122</sup>Gutmann, Matthew. *Ibid.*

de perder de vista que las reglas que esos rótulos generan y sostienen no representan a la opinión de todos. Por el contrario, son objeto de conflictos y desacuerdos: son parte del proceso político de la sociedad”<sup>123</sup>. Esto quiere decir, que todas aquellas cargas y significaciones sociales que se da al cuerpo humano, todas aquellas características sociales supuestas a los sexos, son o forman parte de una política de Género y ésta misma, es la que desde que somos infantes marca la pauta de conducirnos como hombres y mujeres. Es por esto que *“debemos evitar el discurso universalista que trata a la masculinidad exclusivamente como una relación de poder. En diferentes contextos de clase, “raza” y etnicidad, se presentan diferentes visiones de masculinidad que necesitan explorarse con cuidado.”*<sup>124</sup>. Esto significa que hay que estudiar aquellas masculinidades, que se dan en la vida cotidiana de los hombres y hay que trabajarlas para conocer el papel que llevan no solamente en relación con la masculinidad hegemónica, sino con otras masculinidades igualmente. Esto significa investigar también que tan iguales o respetadas son las diferentes masculinidades. *“Existen otros modelos de masculinidad, pero no se les respeta de la misma manera, es más, algunos de ellos son estigmatizados.”*<sup>125</sup>.

Muchas identidades masculinas no son respetadas por otras, sobre todo por aquellas quienes guardan una mayor consonancia con el modelo de masculinidad hegemónica. Uno de los encuestados respondió que la mejor palabra que describe a un homosexual es Valiente, fue el único, ¿cuál sería la percepción de los demás hombres ante este? De acuerdo a los resultados obtenidos, si bien encontramos una disposición al respeto hacia la población homosexual, también encontramos en términos simbólicos un rechazo y ataque hacia los homosexuales. Esto significa una amplia posibilidad de que incluso aquellos que reconocen a la población homosexual como sus iguales fueran criticados y excluidos de ciertos grupos por considerar a un homosexual como una persona Valiente.

---

<sup>123</sup>Becker Howard, *Óp. Cit.*, p. 37.

<sup>124</sup>Seidler Víctor, *Masculinidades, Hegemonía y Vida Emocional* en Careaga Gloria, Cruz Sierra Salvador, *Óp. Cit.*

<sup>125</sup>Connell R.W., *Óp. Cit.*, p. 186.

Por ejemplo, el caso de la identidad juvenil de los EMOS<sup>126</sup> fue severamente atacada por otras identidades juveniles, sobre todo hacia los hombres. Este tipo de acciones son estigmatizadas debido a que van en contra o violan las características sociales de lo que significa ser hombre y es vital (algo que no ocurre en la presente investigación) realizar estudios acerca de aquellas identidades masculinas estigmatizadas<sup>127</sup>. Para comprender esto, estigma es definido como la *“referencia a un atributo profundamente desacreditador; pero lo que en realidad se necesita es un lenguaje de relaciones, no de atributos (como en el caso de masculinidad). Un atributo que estigmatiza a un tipo de poseedor puede confirmar la naturalidad del otro y, por consiguiente, no es honroso, ni ignominioso en sí mismo.”*<sup>128</sup> ¿Cómo se afirma la masculinidad en la vida cotidiana? A partir de aquello que no es la masculinidad, o sea, los atributos propios de la feminidad y la homosexualidad, a partir de ello se construye y viceversa, lo podemos notar en las expresiones verbales incluso: *“No mames, eso es de putos”, “Te viste bien gay con eso”, “Solo las viejas se quejan”*. La masculinidad se reafirma o fortalece remarcando las diferencias de cualquier tipo y así fortaleciendo las ideas de lo que es ser hombre: *“Soy bien chingón”, “Un Hombre no usa eso”, “Los Hombres no lloran”*.

---

<sup>126</sup>La cultura o subcultura Emo tiene su origen en la década de los años 80's en Estados Unidos y resalta por tener un carácter afectivo o emocional, con “sensibilidad a flor de piel”. Un ejemplo de ataque a la identidad de los emos se sugiere visitar la siguiente página de internet, <http://www.youtube.com/watch?v=cPRLifEkfQQ>.

<sup>127</sup>“El concepto de identidad social nos permitió considerar la estigmatización, el concepto de identidad personal, el papel de la información en el manejo del estigma. La idea de la identidad del yo nos permite considerar que siente el individuo con relación al estigma y su manejo, y nos lleva a prestar una atención especial a la información que recibe con respecto a estas cuestiones.”. En Goffman Irving (2006), *Estigma. La identidad deteriorada*, Amorrortu Editores, Argentina, 172 pp.

<sup>128</sup>*Ibid*, p.13

## Reflexiones Finales.

En el capítulo 4 presentamos los resultados y elaboración de gráficas acerca de la encuesta aplicada a hombres en diversas zonas de la Ciudad de México. Se mencionó la doble moral existente entre los hombres, así como el dominio casi exclusivo del espacio público y las libertades que gozan los hombres en el mismo.

Cabe resaltar que la figura paterna es el principal medio por el cual la masculinidad es transmitida, aunque “la vida” ocupa el segundo lugar. Este tipo de respuestas, nos indica la vitalidad que tiene el hombre no sólo como padre en sí, sino como encargado de transmitir a la siguiente generación los valores, actitudes y características del ser hombre. Así como el padre es el responsable de enseñar lo correspondiente a la masculinidad, también es ubicado como el principal sostén del hogar y guía de la misma. Con este punto, para la mayoría de los encuestados la mujer guarda el rol de sumisión y compañía. Comparando los cuadros acerca del papel principal de hombres y mujeres en el hogar, obtenemos lo siguiente.

**Cuadro I**  
**Papel de hombres y mujeres en el Hogar**

Hombres	Mujeres
Proveedor	Que hacer (casa)
Compartido	Cuidado de los hijos
Mando	Proveedora (dinero y alimentos)
Protección	Educación
Guía	Administración

Se puede ver con claridad que los primeros lugares con respecto a la mujer son los roles tradicionales de la misma en la sociedad mexicana. Si comparamos los cuadros de semántica diferencial se puede observar que los resultados varían.

**Cuadro II**  
**Hombre y Mujer deben ser:**

Hombres	Mujeres
Pasivo Sexual/Activo Sexual	Pasiva Sexual/Activa Sexual
Inteligencia/Fuerza	Bella/Inteligente
Reflexivo/Intrépido	Reflexiva/Apasionada
Afectuoso	Profesionista
Compartido	Honesta

Con esta información, podemos constatar la existencia de un cambio en los hombres en lo referente acerca de como las mujeres deben ser, aunque se mantienen los roles tradicionales de la mujer como el cuadro I demuestra. Una mujer puede ser profesionista, pero debe cumplir con el cuidado de los hijos, o bien, no basta con que sea Inteligente, también debe ser Bella. No basta que labore, también debe llevar el quehacer, cuidado de los hijos o administración del hogar (reflejo claro de la doble o triple jornada de trabajo, que llevan en la realidad muchas mujeres en México).

Por otro lado, se da la constatación de que no existen paradigmas concretos o abstractos de manera general, que representen a los diversos Géneros (masculino, femenino u homosexual), las respuestas arrojadas son increíblemente diversas y atraviesan desde personajes de los espectáculos, hasta actores políticos y superhéroes. Estos resultados nos llevan a cuestionar la validez o viabilidad del concepto de masculinidad hegemónica. A pesar de que en los medios de comunicación masiva se representa siempre un determinado tipo de hombre (musculoso, guapo, exitoso, etc.), en la práctica podemos observar que ese modelo no tiene ninguna incidencia real entre la población masculina heterosexual.

Si comparamos algunas de las respuestas dadas sobre los personajes o personas representantes de la masculinidad podremos notar como algunas de ellas son claramente opuestas (ejemplos: Jesucristo/Federico Nietzsche, Napoleón Bonaparte/Mahatma Gandhi, Pedro Infante/Brad Pitt), podría suponerse que a pesar de ser opuestos todas estas figuras cuentan con



elementos comunes como el poder y la fama. En las personas o personajes que representan a la homosexualidad también aparecen los elementos de la fama y el poder (ejemplos: el Diablo, Ludwig Wittgenstein, Freddy Mercury, Juan Gabriel, Marcelo Ebrard, etc.). Dentro de los resultados de la encuesta y bajo observación del entrevistador se apreció que el ser hombre no es determinado solamente por los aspectos físicos del cuerpo, influyen también las conductas y percepciones que se tengan de la realidad, y que éstas se encuentren en consonancia con el ideal de ser hombre, la *hexis corporal* del habitus de Bourdieu se hace presente en este momento.

Partiendo de las cuatro dimensiones mencionadas en el Capítulo 2, la construcción de la masculinidad como categoría de análisis con respecto al concepto de Género es posible sintetizarlo junto a los autores citados en la investigación (Joan Scott y Pierre Bourdieu), viendo en ellos similitudes con respecto al Género, aunque también existen diferencias, a continuación trataremos de sintetizar muchos de estos conceptos y ver sus contribuciones respectivas para con la presente obra. Ambos autores permiten hacer una especie de tenazas para poder trabajar el tema de la masculinidad, sin ánimos de superar debates acerca de la vinculación de lo micro y macro de la sociedad o de los estudios sociológicos, las dimensiones aquí establecidas nos permiten por un lado acercarnos al fenómeno desde una perspectiva individual (la del sujeto) con el concepto de Habitus a través de lo cognitivo, lo moral y lo estético y por otro desde una perspectiva estructural como lo son las Instituciones y Organizaciones de Género, los Conceptos Normativos y los Mitos Culturalmente Disponibles. Las dimensiones fungen como el espacio de encuentro o de fusión de ambas perspectivas. No es una visión vertical de abajo hacia arriba o de arriba hacia abajo, es una visión completamente integradora, *holística* que nos permite lo social como un vaivén a lo largo de la vida de los individuos.

	Dimensión Física	Dimensión Praxis de la Masculinidad	Dimensión Axiológica	Dimensión Simbólica
Género (Joan Scott)		Instituciones y Organizaciones de Género	Conceptos Normativos	Mitos Culturalmente Disponibles
Habitus (Pierre Bourdieu)	Habitus (Hexis)	Habitus (Aithesis)	Habitus (Ethos)	Habitus (Eidos)

Con respecto a la Dimensión Física solamente Bourdieu nos refiere a ella a través de la Hexis Corporal del Habitus, se debe recordar que éste es la expresión social del cuerpo de los individuos, donde la forma de vestir, caminar y conducirse de los individuos frente a otros, expresa actitudes e identidad. En la Dimensión de la Praxis de la Masculinidad, tanto Scott como Bourdieu tienen presencia pero no la misma tónica, para la primera ésta práctica se ve reflejada en aquellos espacios que de manera formal (Escuela, Ejército, Iglesia, etc.) o informal (Familia, Amistades), establecen las prácticas de las identidades de Género, para Bourdieu las informales son expresadas y concretizadas a través de los gustos y disposiciones estéticas de los individuos (Aithesis del Habitus). Sumado a lo anterior, el Capital Cultural Institucionalizado hace su aparición en esta dimensión no con diplomas o certificados, lo hace a partir de aquellos elementos o materiales a través de los cuales un hombre demuestra ante los demás que sé es más hombre que los demás, ejemplo de ello son los automóviles, las prendas de vestir, incluso puede ser el número de parejas sexuales que ha tenido.

En lo que se refiere a la Dimensión Axiológica, Scott establece que son los Conceptos Normativos del Género los que delimitan las acciones de la masculinidad, éstos los podemos encontrar en los diferentes marcos jurídicos de las sociedades humanas. Este aparece en la parte del Ethos del Habitus de Bourdieu, que son aquellas disposiciones morales de los individuos en su actuar cotidiano, claramente estas disposiciones son adquiridas a través de la enseñanza ya sea en la familia, la escuela o con las amistades, reforzado por un Capital Cultural Objetivado, como lo son las revistas dirigidas a un público masculino heterosexual (como las revistas H de Hombre, Maxim o Playboy) o la música (reggaeton, pop, norteña, banda, etc.).

Por último, en la Dimensión Simbólica aparecen los Mitos Culturalmente Disponibles de Scott, mitos que sirven para la creación de estructuras de conocimiento acerca de la identidad de Género para con el sexo, un claro ejemplo de ello sería el mito de que la masturbación genera pérdida de energía sexual; o que ésta hace que la mano de un practicante del onanismo se ponga peluda; también otros más aparecen en relación con las prácticas sexuales, como en África donde en algunas regiones se cree que aquellos hombres que estén enfermos de SIDA, si tienen una relación sexual con una mujer virgen,

ésta les curará de la enfermedad, o bien, que una mujer que es virgen forzosamente sangrará en su primera relación sexual. También resalta el mito de que las mujeres cuando están en el proceso de menstruación, se vuelven altamente iracundas e irracionales. En esta dimensión aparece el Eidos del Habitus, como el conjunto de estructuras cognitivas que determinan, la enseñanza del ser hombre y lo que los caracteriza. Al igual que en los mitos, el eidos es la aprehensión de lo que es ser hombre y aquí aparece el Capital Cultural Subjetivado, que sería el consumo y apropiación del Capital Cultural Objetivado, seguir al pie de la letra los consejos que aparecen en las revistas mencionadas (como convencer a tu pareja de tener sexo anal o cómo prolongar el acto sexual, o como terminar con tu relación de pareja. Apropiación de las letras de canciones como *Sexo bajo Testosterona* de Hocico, *Que te quería* de la agrupación española La 5ta. Estación o *La Gasolina* del Género musical del Reggaeton).

Con todo lo anterior y a partir de los resultados del instrumento de investigación, podremos generar cómo se concibe la masculinidad no a partir de prenociones o supuestos, se parte de las percepciones que tienen los hombres como actores lego del tema, esto quiere decir, que no se toma como punto de origen todo lo que sabemos acerca de la masculinidad en la academia, hay una conjugación de elementos teóricos y metodológicos, pero con información provista por la población objetiva en sí.

Comenzando por la dimensión física, con los 150 hombres encuestados, 60 tienen como referencia clara de la masculinidad un atributo de carácter físico, como el pene, la voz o el cabello, sin embargo, la *hexis corporal* del habitus demanda una interpretación social de los cuerpos, esto lo podemos ver acompañado de los datos acerca de las prendas; Pantalones, Camisas y Corbata aparecen como características de los hombres, así como la Falda, Vestido y Brassier aparecen como las prendas emblemáticas de las mujeres. Esto nos lleva a concluir que para ser hombres no basta con que tengan pene para ser hombres, también deben de cumplir con la vestimenta adecuada que los afirme como hombres y además vaya acorde con las actitudes y actos de ser hombres, igualmente las mujeres. Es necesario hacer la aclaración de que el elemento de las prendas es relativo, varía de cultura en cultura y muchas veces las prendas dependen de la moda del momento, mientras que en México

un hombre que use una falda sería posiblemente visto como una desviación, en Escocia los hombres usan falda muchas veces, ya sea en eventos deportivos o culturales y no serán vistos como desviados. Hay que recordar que las prendas (que reflejan los gustos de las personas) son una representación de la clase social en Pierre Bourdieu, ya que éstas permiten la expresión de la *hexis corporal* donde la clase social se encuentra depositada.

En la Dimensión de la *Praxis Masculina* sobresale de manera asombrosa el gusto por la libertad, una libertad que no pueden disfrutar las mujeres en los espacios públicos por ejemplo, esta aseveración va seguida de dos respuestas que mantienen una relación muy fuerte con la misma y son, el gusto de poder hacer todo y el gusto de mantener un rol social específico en la sociedad. Estos se ven acompañados también del gusto que se tiene por las mujeres y estos no solo tendrán la posibilidad de una relación física con respecto a ellas, sino también existe una relación abstracta, hay un gusto desarrollado hacia ellas y esto se complementa con lo físico, con lo sexual.

Si los gustos son un conjunto de disposiciones socialmente adquiridas, ¿estos gustos de los hombres son generados, a partir de la formación de la identidad masculina desde la infancia o se dan dentro de un proceso de reflexión de la identidad masculina? Los gustos son actos mediante los cuales enclasamos y somos enclasables de acuerdo a Bourdieu, en este momento de los gustos de los hombres por ejemplo, podemos decir que las mujeres y homosexuales no son como los hombres por que no gozan de ese gusto de la libertad, por lo tanto, jamás podrán ser como los hombres, ya que una característica de los mismos es esa libertad, por lo tanto no pueden ser “enclasados” como hombres. Estos gustos por lo tanto son adquiridos desde la familia (y la escuela también), pero también se adquieren en la reflexión de la identidad masculina.

Para culminar este apartado acerca de los gustos, la mayoría de los entrevistados tiene un gusto por la Cerveza, seguida de las bebidas Whisky y Tequila, con ello podríamos deducir que los hombres en su mayoría optan por estas bebidas, permitiendo establecer que las bebidas que debe consumir todo hombre son las bebidas mencionadas. Por otro lado, si no es que en un sentido inverso, Joan Scott nos establece que son las Instituciones y Organizaciones de Género las que determinan y vigilan la Praxis Masculina, siendo así, esta

aseveración complementa a los gustos como disposiciones socialmente adquiridas, es en la Familia donde la libertad es más fomentada a los hombres que a las mujeres, es en la Familia y en la Escuela donde se dan los valores sociales de la sexualidad que rigen tanto a hombres como a mujeres y de ahí se da la propensión hacia ciertos gustos por Género.

En la Dimensión Axiológica, se da el establecimiento de los marcos normativos para las acciones de los Géneros, estos son los encargados de marcar las pautas de los hombres y mujeres, los podemos ver en operación a través de normas y leyes de distinta índole como lo establece Joan Scott, pero Bourdieu lo ve dentro del Ethos del Habitus, igualmente como un conjunto de disposiciones morales aprehendidas. En el instrumento de investigación lo podemos ver con claridad, en las respuestas dadas hacia la responsabilidad de hombres y mujeres dentro del hogar. Los hombres consideran que las atribuciones propias dentro del hogar, son aquellas que se encuentran orientadas hacia la manutención, la guía y el orden al interior del hogar, así como la crianza de los infantes, la administración de los recursos y el quehacer corresponde a las mujeres como lo vimos en los cuadros al inicio de este apartado. En otro sentido, lo que se refiere a los atributos del hombre en los cuadros de semántica diferencial sobresale, que tanto el hombre como la mujer son Activos Sexuales en la dinámica de las relaciones sexuales, aunque un número no muy grande que resalta, es aquel que considera a las mujeres como Pasivas Sexuales. Los hombres deben ser tanto inteligentes, reflexivos y afectuosos como fuertes, intrépidos y fríos. Igualmente las mujeres deben ser inteligentes, reflexivas y profesionistas como bellas, apasionadas y tradicionales. Se esperaba que los entrevistados tuvieran una tendencia definida hacia un lado u otro de los tópicos marcados dentro de los cuadros de semántica diferencial, sin embargo, no fue así, tanto uno como otro fueron seleccionados dentro de los cuestionarios, tal como pudimos observar en los cuadros I y II.

Por último la Dimensión Simbólica, si bien dentro del instrumento no existen reactivos orientados hacia esta parte, las respuestas dadas nos permiten entrever como son las percepciones acerca de los hombres, mujeres y homosexuales en el plano de lo simbólico precisamente a través de las palabras, Bourdieu nos dice que lo simbólico se expresa en el lenguaje, en las

palabras, y a partir de estas generamos las clasificaciones de las personas no solamente en sus actos, incluso en los campos donde se encuentren, como lo muestra el cuadro siguiente:

**Cuadro IV**  
**Palabras sobresalientes por Género**

Hombres	Mujeres	Homosexuales
Fuerza	Belleza	Diferente
Responsabilidad	Sensibilidad	Gay
Carácter	Ternura	Homosexual
Rudeza	Delicadas	Afeminado
Pantalones	Falda	Valiente
Proveedor	Quehacer	Maricón
Mando	Cuidar a los hijos	Raro
Guía	Consejera	Desubicado
Libertad	Comprensivas	Ofrecido
Liderazgo	Educación	Puto

En el caso de los homosexuales, las posiciones de los entrevistados hacia ellos son de una doble naturaleza, la mayoría respondió que la homosexualidad es una preferencia sexual y que éstos deben ser respetados o aceptados, empero, en el momento de buscar una palabra que caracterizara a la población homosexual muchos respondieron de manera negativa o neutral. Ejemplo de ello son las tres primeras palabras mencionadas: Diferente, Gay, Homosexual.

Tomando las dimensiones anteriormente expuestas y con los resultados del instrumento, podemos tener una noción más clara y precisa de lo que es la masculinidad, como se planteaba en párrafos anteriores, la masculinidad no depende solamente de tener pene o gozar de fama o poder, es toda una construcción de una identidad, es una serie de percepciones y actitudes ante la vida, de nociones aprehendidas por los hombres a lo largo de la vida.

Tenemos una identidad masculina, que se construye desde la infancia en el hogar, y cuya enseñanza se refuerza, en la escuela y con las amistades. Como se pudo apreciar en el capítulo IV de la presente obra, la concepción de la masculinidad adquiere diferentes características para los hombres, hay tanto menciones físicas de los hombres como menciones propias de la personalidad que deben tener los mismos. Desde la dimensión axiológica hay una clara definición de los roles correspondientes tanto a hombre como mujeres, al interior del hogar y hacia fuera de este (Hombre Trabajo, Mujer Casa). Igualmente se ven actividades propias de los hombres y que solamente los hombres pueden realizar (tomar alcohol con lo amigos, no dejarse pegar por las “viejas”, desarrollo laboral, etc.). Incluso se perciben diferencias con respecto a las mujeres y los homosexuales, las primeras tienen derecho al desarrollo, hacia los segundos hay tolerancia, pero las mujeres no pueden abandonar su rol tradicional al interior del hogar y los segundos, no son aceptados a plenitud.

A pesar de eso, la reflexión acerca de la identidad masculina en los hombres es algo difícil de idealizar, en el momento de la aplicación del instrumento, muchos hombres encuestados no podían reflexionar acerca de lo que es ser hombre, no tenían problemas con los roles o las percepciones de otros Géneros, empero no podían responder de manera efectiva el cuestionamiento acerca del ser hombre. Hasta el momento hemos realizado estas conclusiones partiendo de los datos más generales o promedio de los resultados de la encuesta, si bien se cumple con los objetivos planteados de esta investigación, surge el cuestionamiento de ¿Qué sucede con los hombres que responden de manera diferente a la mayoría? ¿Dejan de ser hombres por pensar diferente?

### **Sugerencias acerca de la política social de Género.**

El Género al igual que otros temas, no es más que algo de moda en los gobiernos y en las campañas electorales la mayoría de las veces, y en la política social no es la excepción. Muchas veces en lugar de atacar los problemas de la desigualdad y la inequidad de Género de raíz, lo único que se instrumenta son paliativos para mantener una imagen de progreso y bienestar,

ejemplo de ello son las becas de madre soltera, el programa de mujeres Cabezas de Familia, entre otros.

No se ataca la cultura, en el caso de la Violencia hacia las Mujeres y de Violencia Intrafamiliar no se toca muchas veces la naturaleza multidireccional de la violencia, ni de que todos la podemos ejercer. La cultura mexicana es en sí violenta, es común escuchar que las situaciones de conflicto muchas veces se resuelven a *“putazos”*, no podemos tratar de erradicar los problemas de violencia en México, si no se hace labor en nuestra identidad violenta.

Una de las intenciones de este trabajo es precisamente intentar dar una aplicación real al conocimiento generado, ahora tenemos (aunque sea en pequeños números) que la identidad masculina en México a pesar de tener una identidad, un modelo altamente definido, tiene también una serie de diferencias en su concepción, como el que la Honestidad es tan vital para ellos (los hombres) como para las mujeres, como que la mujer es vista ya también como proveedora del hogar y como que no existe una representación idealizada del hombre mexicano actualmente.

Es precisamente a partir de estos *cómos* que se debe comenzar a generar política social en base al Género, donde los valores como la honestidad y *“el que no me peguen las viejas”*, deben ser confrontados en los espacios públicos para generar una sensibilización en la población y no solamente con propaganda criminalizadora o la difusión de derechos. No basta con el aprendizaje de los derechos y obligaciones, tiene que haber una aprehensión de los mismos y ésta se da en base a la sensibilización, el aprendizaje se da a niveles de la razón, pero si se trabaja en la formación de valores a partir de la empatía podremos atacar de manera más eficaz las desigualdades e inequidades, o incluso problemas tan graves como la trata de personas, la explotación sexual y la pedofilia.

No basta con hablar de la doble jornada de trabajo que llevan muchas mujeres en diversos medios o de las desigualdades e inequidades que viven todos los días, se debe trabajar con campañas orientadas también hacia los hombres y se debe trabajar también como la dinámica actual del sistema capitalista está mermando la identidad masculina tradicional llevando a la misma a una crisis donde los hombres no saben confrontar una nueva serie de condicionantes objetivas como el que ellos ya no son los únicos proveedores



del hogar y que al mismo tiempo, les exige ser los dominantes en las relaciones de Género. La crisis que atraviesan los hombres actualmente se debe a que las mujeres se han insertado a lo largo de los últimos años en el mercado laboral y en los espacios públicos, transformando por un lado la dinámica de la familia nuclear tradicional y empoderando a la mujer como un sujeto sexual.

Con las respuestas obtenidas a través del instrumento de investigación podemos notar que chocan las concepciones que tienen los hombres acerca de las mujeres, sin embargo nunca se confrontó cual era la posición de ellos ante los cambios de un modelo de mujer tradicional a uno de mujer profesionalista y con posibilidad de ser proveedora en el hogar. Este tipo de cambios se comienzan a ver en términos de lo simbólico, en las palabras y en las representaciones como caricaturas, series, telenovelas y películas que muestran mujeres empoderadas en sus respectivos campos de acción y completamente independientes de los hombres. Hay que aclarar que estos cambios no conllevan forzosamente a una mayor igualdad y equidad, no por el que la mitad del Congreso de la Unión en México sea ocupado por mujeres significa que va haber una mayor paridad entre mujeres y hombres en la sociedad completamente.

El reto de alcanzar una sociedad con igualdad y equidad sigue ahí, sigue en la población día a día, es vital comenzar con la realización de estudios a pie de calle, con los *actores lego* acerca de cómo perciben ellos estos temas, hay que dejar a un lado los indicadores económicos y sociales, que manejan muchas veces las instituciones nacionales e internacionales y crear indicadores que tengan una perspectiva más social y humana.

El trabajo actual si bien responde a la aproximación de cómo los hombres se conciben y como conciben a los otros, falta por reflejar como conviven las diversas posturas sobre el *ser hombre* en relación a las condiciones laborales y roles de Género, también falta desarrollar la relación entre la construcción de la masculinidad y la paternidad, y un último punto que resalta, la necesidad de investigar como unir la percepción que tienen los hombres de si mismos hacia políticas de Género en beneficio de una construcción más igual y equitativa. Estas son las líneas de trabajo a seguir.

## Bibliografía-Hemerografía.

- Amelang, James y Mary Nash, *Historia y Género: Las Mujeres en la Europa Moderna y Contemporánea*. Edicions Alfons El Magnánim. Institució Valenciana d' Estudis I Investigació. España, 1990, 390 pp.
- Ander-Egg, Ezequiel, *Introducción a las técnicas de investigación social*. Ed. Humanitas. Argentina, 1970. 335 pp.
- Bartra, Elí (Compiladora), *Debates en torno a una metodología feminista*, UAM-X, México, 1998, 228 pp.
- Becker Howard, *Outsiders. Hacia una sociología de la desviación*, Siglo XXI Editorial, Argentina, 2009, 241 pp.
- Bourdieu, Pierre, *Sociología y Cultura*, Grijalbo/CNCA, México, 1990. 317 pp.
- \_\_\_\_\_, *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Taurus Editorial, México, 2002. 597 pp.
- \_\_\_\_\_, *Cosas Dichas*, Gedisa Editorial. España, 2003. 200 pp.
- \_\_\_\_\_, *La Dominación Masculina*. Ed. Anagrama. España, 2005. 159 pp.
- Careaga, Gloria y Salvador Cruz Sierra (Comps.), *Debates sobre Masculinidades*, PUEG/UNAM, México, 2006, 447 pp.
- Cazés Mena, Daniel. "El Tiempo en Masculino" en *El Cotidiano*, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco. Mayo-Junio 2002, Año 18. p. 37-46.
- Chavez Carapia, Julia del Carmén (coord.), *Perspectiva de Género*, ENTS-UNAM, Ed. Plaza y Valdéz. México, 2004, 179 pp.
- Chihu Amparán, Aquiles (Comp.), *Sociología de la Identidad*, Ed. Miguel Ángel Porrúa/UAM-Iztapalapa, México, 2002. 253 pp.

- Connell, R.W., *Masculinidades*, PUEG-UNAM, México, 2003, 355 pp.
- Gayle, Rubin. "El tráfico de mujeres: Notas sobre la 'economía política' del sexo" en *Nueva Antropología*, Vol. VIII, No. 30, 1986, pp. 95-145.
- Giddens Anthony, *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Ediciones Cátedra. España, 2008, 183 pp.
- \_\_\_\_\_, *La Estructura de clases en las sociedades avanzadas*, Alianza Editorial. España, 1973, 392 pp.
- Giménez, Gilberto. "La sociología de Pierre Bourdieu" en *Perspectivas Teóricas Contemporáneas de las Ciencias Sociales*. Universidad Autónoma de México/Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México, 1999. 525 pp.
- Goffman, Erving, *Estigma. La Identidad Deteriorada*, Amorroutu Editores, Argentina, 2006, 172 pp.
- González Marín, Luisa (coord.), *Metodología para los estudios de Género*. IIE-UNAM, México, 1996. 249 pp.
- Gutmann, Matthew. *Ser Hombre de verdad en la ciudad de México. Ni Macho Ni Mendilón*, El Colegio de México. México, 2000. 394 pp.
- Lamas, Marta. "Usos, Dificultades y posibilidades de la categoría de Género" en *La Ventana*, No. 1, 1995, p. 9-61.
- Lukács, Georg, *Historia y Conciencia de Clase*, Ed. Grijalbo, México, 1969, 354 pp.
- Marx, Carlos. *La Ideología Alemana*, Ediciones Quinto Sol. México, 96 pp.
- Mendieta y Nuñez, Lucio. *Las Clases Sociales*, IIS-UNAM. México, 1957 (2° Edición). 193 pp.

- Merton, Robert K. *Teoría y Estructuras Sociales*. Fondo de Cultura Económica, México, 2000, 774 pp.
- Minell Martini, Nelson, "Masculinidad/es. Un concepto en construcción" en *Nueva Antropología. Revista de Ciencias Sociales*, No. 61, CONACULTA-INAH-Universidad de la Ciudad de México, pp. 11-30.
- Moncó, Beatriz, *Antropología del Género*, Editorial Síntesis, España, 2013, 230 pp.
- Montesinos, Rafael. *Las rutas de la masculinidad. Ensayos sobre el cambio cultural y el mundo moderno*. Gedisa Editorial. España, 2002, 270 pp.
- Moreno Pestaña, José Luis, "Cuerpo, Género y Clase en Pierre Bourdieu" en Luis Enrique Alonso et al. *Pierre Bourdieu, las herramientas del sociólogo*. Editorial Fundamentos. España, 2004. 398 pp.
- Paz, Octavio, *EL Laberinto de la Soledad*, Fondo de Cultura Económica, México, 1998, 351 pp.
- Popper Karl et al. *La Lógica de las Ciencias Sociales*. Ed. Colofón, México, 2008, 143 pp.
- Segarra, Marta y Àngels Carabí (edits.), *Nuevas Masculinidades*. Ed. Icaría, España, 2000, 189 pp.
- Tortosa, José María (coord.), *Pobreza y Perspectiva de Género*, Icaria Editorial, España, 2001, 293 pp.
- Weber, Max, *Economía y Sociedad*, Fondo de Cultura Económica. México, 1999, 1237 pp.
- Weber, Max, *Ensayos sobre Metodología Sociológica*, Amorrortu Editores, 1997, 269 pp.

Vizcarra Fernando, "Premisas y conceptos básicos en la sociología de Pierre Bourdieu" en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Época II, Vol. VIII, Núm. 16, Colima, diciembre 2002, pp. 55-68.

### **Fuentes Digitales**

Los hombres más ricos de México

[www.cnnexpansion.com](http://www.cnnexpansion.com)

Catecismo de la Iglesia Católica,

[www.vatican.va/archive/ESL0022/\\_INDEX.HTM](http://www.vatican.va/archive/ESL0022/_INDEX.HTM)

Anticristo vs. Emos (YouTube)

[www.youtube.com/watch?v=cPRlifEkfQQ](http://www.youtube.com/watch?v=cPRlifEkfQQ)