

Emoción y hegemonía, la vivencia masculina en Comunicación

>Carlos Arturo Olarte Ramos

26
Cinzontle



Lagarto alicante oaxaqueño (Abronia oaxaca).

RESUMEN

Este artículo versa sobre la percepción que sobre la masculinidad y las emociones en el espacio académico, tiene un grupo de estudiantes varones de la Licenciatura en Comu-

nicación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), con quienes se trabajó un taller sobre afectividad.

Los universitarios participantes consideran que ser varón implica responder a prescripciones sociales

de un sistema patriarcal caracterizado por la heteronormativa, el sexismo, la homofobia y el falocentrismo. Hay jóvenes con educación machista que reproducen patrones comportamentales de la masculinidad hegemónica, pero también aquellos que buscan romper con tal paradigma. Están quienes se han formado con la idea de la equidad genérica pero no están dispuestos a perder los privilegios que la sociedad asigna a los varones; y aquellos que se muestran como varones con derechos afectivos, aunque tales acciones impliquen la crítica de sus pares. PALABRAS CLAVE: masculinidad, hegemonía, emoción.

ABSTRACT

This article is about the perception of masculinity and emotions in the academic space, that male students of the Communication Degree from the Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) have, with whom a workshop on emotional was done. The students considered to be male means responding to social prescriptions of a patriarchal system marked by heteronormative, se-

* Licenciado en Comunicación y en Psicología por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), Maestro en Administración por la UJAT, y en Psicología y Desarrollo Comunitario por la Universidad Veracruzana (UV). Se desempeña como docente de Comunicación en la UJAT. Actualmente estudia el Doctorado en Psicología en la UV, donde realiza investigación sobre masculinidad y afectividad en el espacio público.

xism, homophobia and phallocentrism.

There are young people with macho education reproducing traditional patterns of hegemonic masculinity, but also those seeking to break with this paradigm. There are who have been formed with the idea of generic equity but they are not willing to lose all the privileges that society assigns to men; and those who act conscientiously to appear as men with affective rights, although such actions imply criticism of their peers. **KEY WORDS:** masculinity, hegemony, emotion.

I. INTRODUCCIÓN

En una sociedad con características patriarcales y heteronormativas, ser considerado hombre es una angustiante meta que los varones buscan cumplir para proyectar autoridad frente a la familia, al sexo opuesto y a otros hombres. Por ello deben ser fuertes, proveedores, exitosos y poco afectivos, a fin de obtener privilegios superiores frente a lo que se establece como feminidad.

Se les educa con el modelo hegemónico de la masculinidad para ser respetados y admirados por la otredad, sin embargo, la reproducción de patrones comportamentales que abusan del poder limita el desarrollo individual y social.

La información que se presenta en este artículo se desprende de una investigación de corte cualitativo con diseño fenomenológico que se titula "Masculinidad y afectividad en el espacio público: la percepción de los varones ante las prescripciones sociales del género. Análisis en una universidad pública de Tabasco", que se realiza con estudiantes de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT).

El objetivo general es describir y analizar la percepción de los varones sobre la masculinidad y las emociones en el espacio público

académico. Para ello se realizó un taller sobre afectividad, con dinámicas obtenidas del Programa H, en su serie *Trabajando con jombres jóvenes* (Salud y género, 2005a y 2005b). Las experiencias obtenidas evidencian la necesidad de espacios de reflexión para varones en la universidad escenario de estudio, a fin de trabajar temáticas relacionadas con las emociones y atender sus necesidades como colectivo genérico.

II. MASCULINIDAD

El aprendizaje social y cultural de ser masculino tiene como punto importante mantener bajo control todas las emociones y los sentimientos hacia sí mismo, hacia los demás y hacia las situaciones en general, con un espacio emocional poco flexible.

Común y erróneamente limitada a los hombres, la masculinidad es, para algunos, pensar en un ser humano varón con atributos asociados a lo público, la fortaleza y la productividad; para otros, un constructo histórico y cultural cuyas concepciones y prácticas varían según el tiempo y el lugar.

Kimmel (1997, mencionado en INADI, 2012) considera que la masculinidad se construye a través de las relaciones con ellos mismos, con los otros y con el mundo; Gilmore la define con el modelo de las tres P: preñar, proveer y proteger; mientras que Hardy y Jiménez (2001) refieren que la masculinidad se basa en valores físicos que posteriormente se transforman en valores morales, y que la familia, la escuela, los medios de comunicación y la sociedad enseñan la forma en que el sujeto debe pensar, sentir y actuar como hombre.

Para Benno de Keijzer (2006), la masculinidad es un conjunto de atributos, valores, funciones y conductas que se suponen esenciales al varón en una cultura determinada, cuya identidad genérica está vinculada a la invisibilidad y la invul-

nerabilidad: a ellos nunca les pasada, buscan el riesgo como un valor de la propia cultura, creen que la sexualidad es instintiva e incontrolada; es decir, consideran que ser hombre es ser inmune a cualquier dolencia. Esta idea se fortalece con las dificultades de los varones para verbalizar sus necesidades en el cuidado de la salud, ya que hablar de ellas constituiría una demostración de debilidad y de feminización frente a los otros y las otras.

Por su parte, Gutmann (1997) considera que los hombres son los defensores de la "naturaleza" y del "orden natural de las cosas", en tanto que las mujeres son quienes instigan a favor del cambio en las relaciones de género.

En el Inventario de Masculinidad y Femenidad (IMAFE) (Lara, 1993), el concepto de masculinidad representa aquellos rasgos de personalidad que desde un punto de vista teórico y empírico, diferencian a los hombres de las mujeres: agresividad, combatividad, búsqueda de dominio, autoafirmación, reflexión, razón, discernimiento, respeto por el orden, capacidad de abstracción y objetividad. Corsi (1995) la define como el resultado de un proceso de identificación, y Lizárraga (2002), como un conjunto de atributos asociados al rol tradicional de la categoría hombre: fuerza, valentía, virilidad, triunfo, competición, seguridad, no mostrar afectividad, etc. A lo largo de la historia de (al menos) los países occidentales, los varones han sufrido una gran presión social para responder con comportamientos asociados a esos atributos.

III. HEGEMONÍA

Se refiere al medio a través del cual se aplica el poder. El término deriva del griego *eghesthai*, que significa conducir, ser guía, ser jefe; o del verbo *eghemoneno*, que significa guiar, preceder, conducir: de esta palabra se derivan: estar al frente, coman-

dar, gobernar. Los griegos la entendieron como la dirección suprema del ejército, lo que indica que tal palabra tiene connotación militar.

Lograr la hegemonía es establecer un liderazgo moral, político e intelectual en la vida social, al difundir la visión del mundo de cada quien a través del tejido de la sociedad como un todo, equiparando así los intereses del individuo con los intereses de la sociedad en general (Gramsci, 1971).

La hegemonía fue una de las consignas políticas centrales en el movimiento socialdemócrata ruso desde finales de 1908 hasta 1917; tiene su antecedente en los escritos de Plenajov, quien en 1883-84 insistía en la imperativa necesidad para la clase obrera rusa de emprender una lucha política contra el zarismo. Lenin lo utilizó como sinónimo de dirigente, y Gramsci (1971) lo connota como alianza.

La hegemonía es la capacidad de unificar a través de la ideología y de mantener unido un bloque social que, sin embargo, no es homogéneo, sino marcado por profundas contradicciones de clase. Una clase es hegemónica, dirigente y dominante, mientras con su acción política, ideológica, cultural, logra mantener junto a sí un grupo de fuerzas heterogéneas e impide que la contradicción existente entre estas fuerzas estalle, produciendo una crisis en la ideología dominante y conduciendo a su rechazo, el que coincide con la crisis política de la fuerza que está en el poder (Gramsci, 1971: 190-191).

Se trata entonces de obtener dominio a partir de la división y la fragmentación. En el estudio de las masculinidades, Connell (2003) refiere un modelo hegemónico de la masculinidad, caracterizado por la homofobia, la misoginia, el poder, el estatus, la agresión y la autosuficiencia; lo define como la configuración de prácticas de género

que encarna la respuesta corrientemente aceptada al problema de la legitimación de la patriarquía que garantiza (o busca garantizar) la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres.

No supone una dominación absoluta sino un balance de fuerzas constante entre distintos grupos de hombres (Minello, 2002); tampoco significa dominio cultural total o eliminación de alternativas, significa el poder alcanzado dentro de un equilibrio de fuerzas, cierto dominio social alcanzado más allá de las disputas por el poder en la organización de la vida privada (Connell, 2003). Supone la persuasión (a partir de los medios, la escuela, la familia, etc.), la división sexual del trabajo (tareas masculinas o femeninas) y la participación del Estado (por medio de la legislación).

El aprendizaje de la masculinidad hegemónica empieza en el momento en que se inicia la socialización de la persona. A los varones, por el hecho de haber nacido hombres, se les enseñan conductas sociales que deben aprender y asumir como propias. Se trata de llevar a cabo una serie de conceptos e ideas que marcan la forma y manera en que los hombres deben pensar y comportarse, tanto a nivel privado como a nivel público. Algunos ejemplos de estos aprendizajes podría ser que a los varones se les enseña que no deben mostrar sus sentimientos en público, especialmente si se trata del temor, la tristeza o el dolor.

Quienes tienen acceso a este modelo pueden ejercer poder y tener mejor posición social que las mujeres y que otros congéneres (Olavarría, 2005). Son tres los elementos que constituyen la masculinidad hegemónica: 1) definirse en oposición a lo femenino; 2) el uso de la violencia para imponer el poder masculino y constituir una forma legítima de ser hombre; 3) la heterosexualidad y la homofobia como claves para la identidad masculina, porque los homosexuales no son verdaderos "hombres" ya

que rechazan una identidad masculina altamente valorada (la heterosexual) (Vázquez y Castro, 2009).

Para contrarrestar el modelo hegemónico de la masculinidad, han surgido estudios que proponen una nueva realidad para el rol de género, a partir del reconocimiento por parte del hombre de sus emociones. Se pretende que exista la cultura de la igualdad de género en todos los escenarios, para que hombres y mujeres contribuyan al desarrollo humano. Así, mujeres que se inserten en actividades que antes eran propias del género masculino, y hombres que hagan lo propio con actividades características de las mujeres, permite que esta igualdad sea posible.

IV. EMOCIÓN

La naturaleza social del ser humano le impulsa a establecer relaciones con quienes le rodean para responder a su necesidad de comunicación, a partir del cual desarrolla capacidades que requieren de la socialización, entre ellas, la afectividad.

De acuerdo con León y Montenegro (1998), la afectividad es el conjunto de estados y expresiones anímicas a través del cual el individuo se implica en una relación consigo mismo y con su ambiente. Es el vínculo entre sujetos, cargado de ánimo, sentimiento y emoción, que relaciona experiencias significativas en la conformación de redes sociales.

En el caso específico de la emoción, se define como un factor detonante de actitudes positivas y negativas, que es reflejada en el actuar cotidiano del estudiante en la universidad y que sin duda, impactará en la adaptación al ambiente escolar, en el aprovechamiento académico y en la socialización. De acuerdo con Reeve (2003), las emociones son fenómenos subjetivos, fisiológicos, motivacionales y comunicativos de corta duración que ayudan a la adaptación a las oportunidades y desafíos que enfrenta el ser humano durante situacio-



Hierve el Agua, Oaxaca.

nes importantes de la vida; es decir, implica una reacción del organismo frente a estímulos externos que tienen significancia para el individuo.

La emoción unifica cuatro dimensiones: la cognitiva (lo subjetivo) a través de los sentimientos y conciencia fenomenológica; la fisiológica (biológica) a partir de la excitación, preparación física y respuestas motrices; la funcional (propósito) mediante una motivación dirigida a una meta; y la social (expresiva), a través de la comunicación.

DeCatanzaro (2001) la define como sensaciones internas, generalmente relacionadas con eventos fisiológicos que responden a los sucesos de la vida. Por su parte, Fernández-Abascal y Palmeros (1999) la conceptualizan como procesos que se activan cada vez que el organismo detecta algún peligro o amenaza a su equilibrio, esto es, "procesos adaptativos que ponen en marcha programas de acción genéticamente determinados, que se activan súbitamente y que movilizan una importante cantidad de recursos psicológicos".

Desde una perspectiva biológica, las emociones consideradas primarias

son (Reeve, 2003): alegría, miedo, ansiedad, expectativa, tristeza, interés, sorpresa, aflicción, desprecio, aceptación, culpa, interés y desprecio.

En psicología se define como aquel sentimiento o percepción de los elementos y relaciones de la realidad o la imaginación, que se expresa físicamente mediante alguna función fisiológica como reacciones faciales o pulso cardíaco, e incluye reacciones de conducta como la agresividad y el llanto.

El panorama del individuo se puede tornar más complejo cuando no mantiene en equilibrio todas las emociones que experimenta, o bien, cuando predominan emociones consideradas negativas. Ante la poca o nula capacidad para manejar las emociones, las personas podrían actuar de forma irracional, desencadenando lo que en lenguaje psicológico se llaman problemas o trastornos emocionales.

En una sociedad patriarcal y heteronormativa, las relaciones afectivas están destinadas a expresarse en el plano personal, abiertamente entre sujetos de géneros distintos, por lo que la afectividad que rompe con estas condicionantes sociales es

considerada no adecuada para el desarrollo humano.

Las personas interactúan a partir de condicionantes sociales determinados por tradición; hombres y mujeres deberán desarrollar roles afectivos socialmente aceptados para cada género, a fin de responder a la expectativa de la otredad, quienes a su vez, están condicionados por preceptos de comportamientos definidos en comunidad.

A la mujer se le estereotipa como afectiva, y al hombre, como racional, restándole racionalidad a ella, y a él, afectividad, de tal forma que quienes no cumplen con tales parámetros, son señalados como inadaptados.

En ese contexto, la afectividad masculina es una práctica que se limita a expresar ánimo, emoción y sentimiento hacia el género contrario, porque hacerlo para el propio género es catalogado como femenino, y por lo tanto, poco o nulo masculino. Además, la afectividad masculina para consigo mismo se destina a lo privado, no así aquella que se demuestra hacia el género femenino, que debe ser expresado en lo privado y en lo público.



Popocatepetl.

30 Cinzontle

Desde el punto de vista terapéutico, es más fácil lograr que un varón exprese sus emociones a una mujer que a un hombre. Expresar amor a otro varón es, definitivamente, una terrible amenaza para el ego masculino (...) la razón más común del freno emocional intermasculino es el miedo a la burla y a la crítica de otros hombres, es decir, a perder estatus. Los hombres son muy severos con aquellos varones que expresan afecto de una manera demasiado efusiva (Riso, 2007: 27).

Se parte de la idea de que la expresión afectiva de los hombres se ha visto limitada por las prescripciones sociales para ese género, lo que provoca, por un lado, la permanencia de un modelo hegemónico entre quienes reproducen tales mandatos, y por otro, la experimentación de malestar entre los hombres que se sienten obligados a cumplir con las expectativas marcadas para el género masculino.

La posibilidad de comunicarse con otros hombres y compartir las experiencias masculinas afectivas, o

de otro orden, es de una riqueza psicológica invaluable. Compartir las vivencias desde y hacia la masculinidad es una manera de incrementar el autoconocimiento y el crecimiento personal, no hacerlo es un desperdicio (Riso, 2007: 27).

Desde ese planteamiento, el hombre es víctima de una castración afectiva, puesto que se le prohíbe expresar abiertamente su lado emocional, obligándolo a ser un sujeto controlador con el que obtenga reconocimiento social; asimismo se moldea a un sujeto inestable porque no disfruta de ese lado sensible, debilitando el esquema biopsicosocial espiritual que debe mantener en equilibrio.

V. LOS VARONES DE COMUNICACIÓN

La Licenciatura en Comunicación es un programa educativo que se imparte en la División Académica de Educación y Artes (DAEA) de la UJAT. Su población estudiantil es de 1130 personas (UJAT, 2015), de los cuales 43% está registrado como

género masculino. Son alumnos originarios, en su mayoría, de Tabasco. Para la recolección del dato se convocó de forma personal a estudiantes varones, a través de visitas en salones; aquellos que mostraron interés por participar fueron citados en otro momento en la biblioteca de la división para formar parte del taller sobre afectividad.

A la actividad asistieron 6 alumnos, el mínimo requerido si se considera lo establecido para un grupo focal, a quienes se les entregó un consentimiento informado con el fin de oficializar su participación; una vez firmado, se les explicó la dinámica del taller y se iniciaron las actividades (véase cuadro 1).

El taller duró aproximadamente cinco horas y representó el primer acercamiento a las emociones de los participantes. A continuación se describen las dinámicas realizadas y los resultados obtenidos.

1. El bastón parlante

Tuvo el objetivo de promover la comunicación y el diálogo sobre el uso del poder. Para ello los participantes formaron un círculo y se

colocó un bastón en el centro, se contó una historia sobre la relación simbólica entre el bastón y el poder, para luego pasar el bastón de mano en mano a fin de mostrar que cada uno podría poseerlo. Se pidió al grupo que hablara sobre lo que piensan del uso del bastón, con la condición de que quienes lo hicieran debían pedirlo para tener derecho a expresar sus ideas al respecto. La postura tomada sobre el contenido de la historia contada fue de reconocimiento y aceptación del poder, facultad con el que pueden controlar situaciones diversas. Están conscientes de la jerarquía social y el lugar que en ella pudiera ocupar la figura masculina con el fin de proyectar fortaleza y don de mando. Sobre el concepto “poder”, coincidieron en señalar que representa autoridad y dominio, una condición con el que pueden controlar e influir sobre los demás para beneficio personal, sobre todo el lograr el respeto y la admiración de los varones. Reconocieron que el poder se obtiene a partir de la fuerza, el conocimiento, la posición económica y el nivel profesional, y que en ocasiones es utilizado de manera negativa. Para el grupo es importante demostrar poder frente a los demás hombres porque eso implica respeto y admiración; tal facultad se proyecta con actos que implican conocimiento, fortaleza, cumplimiento de objetivos, persuasión y coqueteo frente a las mujeres. Coin-

cidieron en señalar que una forma de proyectar hombría es cuantificar los actos de conquista amorosa y la respuesta que obtienen a partir del coqueteo hacia el género femenino, por lo que se sienten más viriles cuanto más encuentros sexuales registran.

2. ¿Tonto vivo o valiente muerto? La honra masculina

Se realizó para discutir la relación entre la noción de la honra masculina y los actos de violencia. El procedimiento fue el siguiente: los alumnos integraron en tríos para recrear y representar una historia sobre el intercambio de insultos entre dos muchachos; a cada equipo se les entregó una hoja de papel con la frase incompleta “Un grupo de amigos estaba en un bar. Comenzó una pelea entre dos jóvenes y un extraño...”. Se les concedieron 20 minutos para discutir entre sí y montar la representación.

El grupo dejó en claro la relación directa que existe entre violencia y la honra masculina, entendiéndose como una combinación no apropiada para la conducta varonil: afirmaron que pueden defender la honra masculina sin necesidad de usar actos violentos. No obstante, están conscientes de tener latente una respuesta violenta cuando el momento se torna peligroso, es decir, no minimizan su fuerza física para defenderse frente a un riesgo. La

formación familiar recibida ha sido determinante para conceptualizar el machismo y la hombría, inclinándose por tener un pensamiento y comportamiento justo frente al género femenino; asimismo, la influencia familiar los ha determinado: aquellos donde la madre juega un papel determinante en la dinámica familiar, el comportamiento varonil es menos machista, no así donde el padre es quien representa la máxima autoridad, ya que el comportamiento es más rígido.

3. Riesgo y violencia: las pruebas del coraje

Con esta actividad se buscó reflexionar sobre las pruebas que los varones deben superar para ser aceptados en un grupo considerado masculino. A cada participante se le dio una hoja de papel donde estaba escrito el inicio de cinco historias, las cuales debían completar de la forma en que desearan, para luego presentarlas al grupo; los relatos versaban sobre el comportamiento de los hombres en situaciones de riesgo.

Como técnica vivencial permitió que los participantes dejaran en claro su postura frente a un momento de peligro, actuando en muchos de los casos por impulso u orgullo masculino. El grupo consideró que una situación de riesgo implica peligro para la integridad física, en la que emociones como sorpresa, ira, miedo o desprecio se disparan y el control de impulsos se pierde. Los participantes han vivido tales momentos como una forma de “romper” con lo cotidiano y experimentar la adrenalina para estar en alerta máxima, poniendo a prueba la resistencia física y la capacidad para llamar la atención. A partir de las historias que completaron, se identificó que ellos mismos provocaron situaciones de riesgo para mostrar masculinidad, es decir, inconscientemente buscaron estar en momentos estresantes para desatar

CUADRO 1
Participantes en la recolección del dato

SUJETOS	EDAD	SEMESTRE
Estudiante 1	21 años	Sexto
Estudiante 2	24 años	Octavo
Estudiante 3	21 años	Sexto
Estudiante 4	22 años	Séptimo
Estudiante 5	20 años	Sexto
Estudiante 6	23 años	Octavo

Fuente: propia, construida con base en la participación de los estudiantes en el taller.

el impulso y tener como respuesta una actitud de poder que apacigua el sentimiento de inferioridad.

4. Expresión y manejo de emociones

Tuvo el objetivo de reconocer las dificultades para la expresión de las emociones, analizando los costos para la salud mental. Para ello el grupo formó un círculo para atender la lectura de la historia *El otro yo* y responder a preguntas sobre la percepción del contenido del relato y la relación con su vida. Posteriormente trabajaron con cinco emociones básicas: miedo, afecto, tristeza, enojo y alegría (MATEA), identificando situaciones donde las había experimentado y cuantificándolas del 1 (mayor facilidad de expresión) al 5 (mayor dificultad de expresión); en plenaria se reflexionó al respecto.

El grupo focal verbalizó su otro yo (lo que desean ser o hacer): ser aventado (no respeto de los límites), transparencia, honestidad, despotismo, poco control de impulsos y adaptabilidad. Prefieren mostrar la imagen estereotipada de ser hombre fuerte, valiente y poco afectivo. Las emociones que los participantes consideran que tienen mayor facilidad para expresar son alegría y afecto, reconociendo la necesidad de compartir su sentir con otras personas. Aunque se limitaron en las expresiones, aceptaron que dichos estados emocionales se evidencia con el comportamiento corporal.

Por el contrario, las emociones que más les cuesta expresar son tristeza y miedo, al ser dos estados que implican el apapacho y conmiseración de la otredad; esto significa que las emociones son reprimidas para evitar la pérdida de poder frente a los demás. Situaciones como muerte, vejez, pérdida de un ser querido y la oscuridad provocan miedo; padres y pareja sentimental los hace ser afectuosos; enfermedad, decepción amorosa y problemas familiares les

origina tristeza; injusticia, corrupción y autoritarismo les despierta el enojo; y la vida misma les significa alegría. Esto permite inferir que los hombres finalmente tienen necesidad de expresar sus emociones a pesar de que al hacerlo sean catalogados como femeninos.

5. Yo soy

Esta dinámica implicó reflexionar sobre la importancia de los afectos en la vida. Se pidió que el grupo se sentara y formara un círculo; que de forma voluntaria alguien se pusiera de pie, mirara a los demás y expresara características personales. Luego se dialogó sobre lo que sintieron al hablar sobre sí frente a la mirada de otros hombres.

A partir de las características personales que cada quien externó, fluyeron historias de vida que evidenciaron la sensibilidad del género masculino y la necesidad de espacios para compartir sus emociones. Situaciones de reclamo contra sí mismos, de relaciones con sus padres, de las situaciones conflictivas que han vivido en el seno familiar, de las amistades que los han marcado, de la forma en que buscaron ser felices, de sus aspiraciones, de sus tristezas, de sus logros, de sus pasiones, del mundo que les rodea, fluyeron sin límites durante la sesión. Esta dinámica puso de manifiesto que no hay demostración de hegemonía porque se dieron la oportunidad de experimentar las emociones, y sin tener la intención de ser una técnica educativa, los sujetos se sensibilizaron al respecto, aun cuando al principio existía resistencia evidente para hablar de sí mismos.

6. Los siete puntos de la autoestima

Con esta actividad se identificaron los elementos que integran la autoestima y el nivel que cada participante tiene al respecto. Para ello se les dio a conocer los siete puntos

de la autoestima: a) facilidad para poner límites y decir NO a alguna situación que no se desea, que no se quiere; b) tener confianza en sí mismo; c) capacidad para dar y recibir en el mismo grado; d) habilidad para defender la verdad y mantener la integridad, sin dañar a las personas que nos rodean; e) capacidad para expresar lo que sentimos y pensamos de una manera clara y directa sin afectarnos, ni afectar a otras personas; f) sentido del respeto consigo mismo y hacia las personas que nos rodean; y g) aceptación de nuestro cuerpo y de nuestras necesidades. Luego se pidió a cada participante evaluar del 1 (mínima) al 10 (máxima) dichos aspectos. Se mencionó que la evaluación es un número arbitrario, que representa tentativamente la situación de cada participante en el momento del ejercicio. Cada participante explicó por qué colocaron esa calificación a cada aspecto.

La mayoría de los participantes afirmaron tener buena autoestima, lo que significa que se encuentran a gusto con lo que son, lo que sienten, lo que tienen y lo que realizan. Uno de ellos manifestó estar en situaciones de conflicto, que provoca que su nivel de autoestima baje, proyectando con ello la necesidad de compartir sus emociones. La etapa de la adolescencia, específicamente el periodo donde se cursa la secundaria, es la que registra mayor incidencia de problemas emocionales con los varones, seguramente por los cambios físicos, psicológicos y sociales que se viven a dicha edad. Para los participantes, la vida misma es un motivo para tener objetivos y una oportunidad para disfrutar la existencia. Procuran mantenerse en situaciones de agrado, que les produzcan bienestar, aunque reconocen que hay momentos en que buscan experimentar situaciones diferentes para tener nuevas experiencias.

La exploración con el taller sobre las emociones masculinas permitió



Tormenta eléctrica.

identificar las siguientes emociones y comportamientos hegemónicos en los varones de Comunicación:

En el escenario universitario: 1) ruptura de los límites de respeto en una relación interpersonal, reflejada en gritos, empujones, obscenidades orales y corporales; 2) imposición de ideas y autoritarismo en la toma de decisiones; 3) situaciones de riesgo al ausentarse de clases o al mantener contacto físico con carga erótica (besos, caricias y abrazos); y 4) desafiar a las autoridades universitarias (directivos y docentes) al emitir mensajes grotescos debido a una reprobación o baja calificación. Fuera del territorio académico: 1) ingesta excesiva de alcohol y de cigarrillos, con el que pueden perder inhibición, y como tal, tener comportamientos violentos; 2) sobrevaloración de su masculinidad al socializar las conquistas amorosas y la cantidad de parejas sexuales; 3) participación en situaciones de riesgo como peleas y arrancones; y 4) poco o nulo cuidado de la salud.

Tales comportamientos reflejan

una incesante necesidad de ser respetados y admirados por mujeres y hombres, a fin de ser figuras de autoridad frente a sus compañeros, legitimando su hombría en situaciones de riesgo.

Cuando no logra dichos cometidos, las emociones que experimentan somatizan, provocando una serie de afectaciones físicas que tardan en sanar, por la simple razón de que se reprime la expresión emocional. Tales represiones tienen, en mucho de los casos, su origen en la postura machista de no permitirse sentir, apaciguando por completo la parte sensible de ser hombre.

Frente a estas situaciones queda en su interior la sensación de angustia para demostrar, y en muchas de las ocasiones ocultar, lo que sienten, a fin de evitar comentarios que demeriten la imagen masculina. Asimismo la hegemonía les pudiera provocar otras problemáticas como afectaciones a su organismo, enfrentamientos físicos, accidentes y pérdida de relaciones interpersonales, debido a que pudieran no per-

cibir el peligro que implica ciertas actividades con el que pretenden demostrar su hombría.

De allí lo significativo que es hacer un trabajo desde la prevención para identificar a tiempo las necesidades presentes en los hombres jóvenes y encauzarlas de manera proactiva. Hay que señalar que los cambios de estado de ánimo, sobre todo cuando son “de bajada”, la apatía o cuando hay mucha ira, pueden ser signos que indican que una persona puede entrar a una adicción. Se debe partir del seguimiento a las manifestaciones de la masculinidad hegemónica en el ambiente universitario y de las mismas necesidades que el estudiante varón dé a conocer en las relaciones interpersonales que establezca dentro y fuera de la comunidad académica.

VI. Conclusión

En la investigación realizada entre estudiantes varones de la Licenciatura en Comunicación de la UJAT, se obtuvieron datos interesantes

sobre la masculinidad, la emoción y la hegemonía.

Entre ellos predomina un comportamiento con rasgos catalogados como femeninos (comprensivos, cariñosos, sensibles) dejando en segundo plano aquellos considerados masculinos (seguridad, riesgo, protección), pero existe una tendencia machista en las relaciones interpersonales. Esto significa que pese a dicha personalidad, internamente hay pensamiento y comportamiento de imposición proyectada en la expresión verbal, el contacto físico, las situaciones de riesgo y la marcación de territorios.

Además, el contexto donde se desarrolla la Licenciatura en Comunicación impacta en el comportamiento masculino debido a que en dicho programa académico se busca desarrollar la sensibilidad frente a lo que acontece en su alrededor, la cooperación entre pares, la integración en grupos multidisciplinarios y la aceptación de la diversidad. Lo anterior significa hacer a un lado las ideas de dominación para dar paso a las que contribuyen al logro de objetivos, al uso de lenguajes diversos para expresar emociones, al disfrute de las manifestaciones artísticas para desarrollar la sensibilidad y actitudes empáticas.

Hay un perfil curioso en los sujetos participantes: existe un machismo sobreexpuesto ante una sensibilidad evidente. Se trata, por un lado, de varones que buscan imponer una apariencia masculina cuando en el fondo grita una inseguridad alarmante, y por otro, de hombres que pese a que no les preocupa los comentarios de los demás frente a su masculinidad, sí se preocupan porque esa imagen sea de lo más positiva, de ahí que se expongan a situaciones de riesgo.

Con todo lo anterior se concluye que los participantes consideran que el ser hombre va a implicar una relación con el poder porque socialmente se espera que ellos resuelvan

los conflictos y que se muestren poderosos frente a los problemas, protegiendo en todo momento a la contraparte femenina. Su naturaleza implica impulso descontrolado frente a estímulos de todo tipo, sobre todo de aquellos relacionados con la sexualidad. La hombría se “mide” con la cantidad de experiencias sexuales que registren, con el número de mujeres con las que han mantenido algún tipo de relación, con la capacidad de procreación, con el ingreso económico, con la valentía y astucia para salir adelante frente a situaciones de riesgo, entre otros parámetros.

Como la manifestación de la masculinidad se ha diversificado, se hace evidente el trabajo con hombres desde diferentes perspectivas para promover el respeto entre hombres sin temor a que existan ideas distorsionadas respecto a las relaciones interpersonales que se originen. En la medida en que los hombres se den la oportunidad de tolerar los otros rostros de la masculinidad, de experimentar sus emociones, de permitirse sentir y de respetar límites, habrá más posibilidades de que la hegemonía se proyecte de manera constructiva y positiva, respetando la dignidad humana y contribuyendo a una sociedad universitaria más sana y participativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Connell, R. (2003). *Masculinidades*. México: PUEG-UNAM.
- Corsi, J. (1995). *Violencia masculina en la pareja. Una aproximación al diagnóstico y a los modelos de intervención*. México: Paidós.
- DeCatanaro, D. (2001). *Motivación y emoción*. México: Pearson Educación.
- De Keijzer, B. (2006). Hasta donde el cuerpo aguante: género, cuerpo y salud masculina. En *La Manzana, Revista internacional de estudios sobre masculinidades*, 1(1). Consultado en febrero de 2015 en: <http://www.estudiosmasculinidades.buap.mx/index.htm>.
- Fernández-Abascal, E., y Palmero, F. (1999). *Emociones y salud*. Madrid: Ariel.

Gramsci, A. (1971). *La política y el Estado moderno*. Madrid: Biblioteca Pensamiento Crítico.

Gutmann, M. (1997). Traficando con hombres: la antropología de la masculinidad. *Annual Review of Anthropology*, (26), 385-409.

Hardy, E. y Jiménez, A. (2001). Masculinidad y género. *Revista Cubana Salud Pública*, 27(2), 77-88.

Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) (2012). *Género y discriminación*. Buenos Aires: Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.

Lara, M. (1993). *Inventario de masculinidad y femineidad*. México: El Manual Moderno.

León, A. y Montenegro, M. (1998). Return of emotion in psychosocial community research. *Journal of Community Psychology*, 26, 219-227.

Lizárraga, X. (2002). La sexualidad y las voces, en: Peña, E. (Coordinador), *La construcción de las sexualidades, memorias de la IV Semana Cultural de la Diversidad Sexual* (pp. 73-85). México: INAH.

Minello, N. (2002). Masculinidades, un concepto en construcción. *Nueva Antropología*, 18(61), 11-30.

Olavarría, J. (2005). Género y masculinidades. Los hombres como objeto de estudio. *Persona y Sociedad*, 19(3), 141-161.

Reeve, J. (2003). *Motivación y emoción*. Tercera edición. México: McGrawHill.

Riso, W. (2007). *Intimidades masculinas*. Revisado en noviembre de 2014 en: www.vivirlibre.org

Salud y Género, A. C. (2005a). *Programa H. Manual 3: De la violencia a la convivencia*. Serie: Trabajando con hombres jóvenes. (Segunda edición). México.

Salud y Género, A. C. (2005b). *Programa H. Manual 4: Razones y emociones*. Serie: Trabajando con hombres jóvenes. (Segunda edición). México.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT). (2015a). *Tercer Informe de Actividades 2014*. Consultado en abril de 2015 en: <http://www.archivos.ujat.mx/2015/rectoria/informe/TERCER%20INFORME%202014.pdf>

Vázquez, V. y Castro R. (2009). Masculinidad hegemónica, violencia y consumo de alcohol en el medio universitario. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 14(42), 701-719.