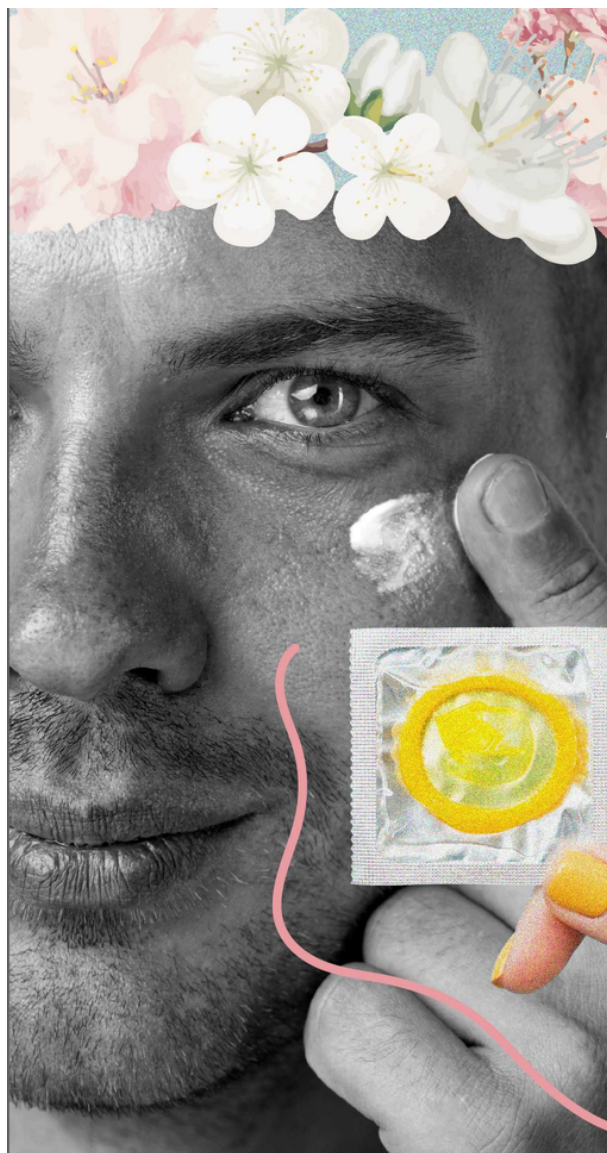




UNIVERSIDAD
Blas Pascal

09/11/2022



**UNIVERSIDAD BLAS PASCAL -
PROYECTO INTERCATEDRA**

**DISEÑO MULTIMEDIA - TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II -
PSICOLOGÍA SOCIAL**

Jeremías Pica, Melanie German, Palma Joaquín, GalliM. Victoria

LA TENSION QUE GENERAN LAS REPRESENTACIONES SOCIALES RESPECTO DE LA MASCULINIDAD EN LOS Y LAS JÓVENES CORDOBESES

DE LOS AUTORES

Este trabajo de investigación fue realizado por Joaquín Palma, Melanie German, Jeremías Pica Paredes y Victoria Galli; estudiantes de la Universidad Blas Pascal, Provincia de Córdoba, Argentina.

HIPÓTESIS

- El advenimiento de la era líquida trajo aparejado un proceso de desinstitucionalización de variadas representaciones sociales, pero la institución de la masculinidad hegemónica sigue disputando sus representaciones, prácticas e ideologías en los y las jóvenes cordobeses. Entonces nos cuestionamos: **¿Cómo son esas representaciones sociales hoy?**

OBJETIVOS

Objetivo general:

- Dar cuenta de las representaciones sociales de los y las jóvenes cordobeses en torno a las masculinidades en un actual contexto de era líquida y la influencia de esta.

Objetivos específicos: (Todos nuestros objetivos se enmarcan en el análisis de jóvenes de entre 18 a 30 años del Gran Córdoba)

- Reflexionar acerca de la perspectiva psicosocial compleja en el abordaje de las masculinidades.
- Identificar los procesos de socialización primaria y en particular secundaria con respecto a la masculinidad.
- Visibilizar los procesos de identificación de los varones y cómo los expresan en la actualidad
- Dar cuenta de la capacidad / incapacidad de la expresión en determinados ámbitos sociales.
- Analizar las representaciones sociales de las nociones de hombre y masculinidad.
- Indagar en las ideologías y acciones sociales a partir de las representaciones de las masculinidades.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo se realiza para la materia Psicología Social, en el marco de un proyecto intercátedra en conjunto con las materias Teorías de la Comunicación II y Diseño Multimedia II . A lo largo de este informe de investigación realizaremos un análisis sobre las representaciones de las masculinidades desde una perspectiva psicosocial compleja. A partir de esa mirada es que tomaremos las herramientas de dicha disciplina para lograr un análisis exhaustivo de la problemática. Nuestro soporte bibliográfico serán los textos de cátedra, como así también algunos autores especialistas en la temática y otros que aportan en la lectura del contexto en el que se desenvuelve este punto en la trama psicosocial.

METODOLOGÍA

La metodología que empleó el equipo de investigación fue la utilización de una encuesta en formularios de google. En cuanto a la determinación de la población encuestada realizamos un recorte etario de 18 a 30 años, residentes en la Ciudad de Córdoba y alrededores. En total tuvimos la

participación de 136 personas encuestadas, de las cuáles 71 (52,2%) se auto percibían como varones y 65 (47,8%) se auto percibían como mujeres. De la totalidad de los encuestados 81 tenían entre 18 y 21 años (59,6%). 35 entre 22 y 25 años (25,7%) y 20 entre 26 y 30 años (14,7%). En cuanto a niveles de estudios 108 (74,4%) afirmaban estar cursando un nivel universitario/terciario y 28 (20,6%) no estaban estudiando. A lo largo de la encuesta realizamos preguntas sobre las percepciones acerca de ser hombre, la masculinidad, sexualidad, condicionantes en las identidades, mandatos sociales, privilegios y la capacidad o no de expresarse en un grupo de varones. Todas las respuestas se mantuvieron en el anonimato desde un comienzo ya que programamos el sistema para que no aparezca ningún dato de la persona que completó la encuesta.

Es a partir del suministro de información del resultado de la encuesta, los conceptos teóricos brindados por la cátedra y el aporte de algunas personalidades especialistas de la temática que pudimos analizar la tensión e interacción respecto de las representaciones de la masculinidad en los jóvenes cordobeses.

RESULTADOS

A través de este informe pudimos llegar a las siguientes conclusiones:

- La identificación de multiplicidad de dimensiones que intervienen a la hora de analizar la constitución de significaciones del sujeto masculinizado y el carácter activo del sujeto en la construcción de las mismas.
- El reconocimiento mayoritario de la existencia de mandatos sociales por la condición de varón que condicionan los procesos de socialización e identificación.
- La escasa influencia del discurso de masculinidad hegemónica en la imposibilidad del desarrollo de su propia personalidad.
- Consenso casi generalizado de las representaciones de hombre y masculinidad como parte de una misma noción.
- La mitad de los encuestados varones se autoidentifican con los estándares normalizados de la masculinidad hegemónica.
- El carácter coyuntural en la ideología de los jóvenes cordobeses con respecto a la manera en la que la sociedad entiende y se relaciona con los varones.

ANÁLISIS

UN ABORDAJE DE LAS MASCULINIDADES DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL COMPLEJA

Para comenzar a recorrer el análisis de este trabajo de investigación nos parece interesante conocer qué se entiende cuando hablamos del concepto de “masculinidades” y cómo podemos abordarlo desde una perspectiva psicosocial compleja. El primer paso es conceptualizar el término Masculinidad que se define como “el conjunto de atributos, valores, comportamientos y conductas que son característicos del hombre en una sociedad determinada”.

En ese sentido es que desde una mirada compleja podemos identificar que expresarlo en singular es una noción simplista, debido a que existe una multiplicidad de formas en las que se pueden expresar las masculinidades. Es por eso que la sociedad está comenzando a hablar de “Masculinidades” en plural. Es allí donde entran en juego la multiplicidad de dimensiones que influyen en la construcción

de dicha masculinidad, como pueden ser el género, edad, nivel de estudios, nivel socio-económico, familia, orientación sexual, entre muchas otras.

A lo largo de este trabajo vamos a analizar los distintos procesos de socialización, identificación, condicionamientos de prácticas en la estructura social y, por consecuencia, las distintas representaciones que hacen los sujetos en torno a las masculinidades. Estos procesos los analizaremos desde el dispositivo de jóvenes cordobeses de clase media, en su mayoría estudiantes universitarios y de ambos géneros.

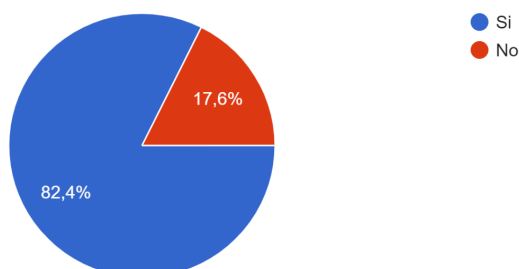
PROCESOS DE SOCIALIZACIÓN Y MASCULINIDADES CORDOBESAS

Traemos a colación los procesos de socialización primarias y secundarias en este análisis porque nos parece fundamental destacar su importancia en la constitución de las representaciones sociales. Es decir, es la base desde donde se comienzan a edificar las significaciones en los sujetos en la edad temprana y la posibilidad de comenzar a reinterpretarlas y apropiarse de nuevas significaciones en una edad más adulta.

En los procesos de identificación primaria vemos el rol fundamental que tienen los padres del niño en la construcción de su capacidad de interpretar el mundo. El niño identifica el mundo como parte él mismo, no existe distinción. La vulnerabilidad innata del niño con respecto a sus padres y el mundo es muy grande. Las significaciones que le imponen los padres quedan grabadas en lo más profundo de su persona. Pero en la medida que ese niño crece, de a poco esa noción se transforma. Es allí donde comienzan los procesos de identificación secundarios, que es la etapa que más nos interesa, donde los agentes de socialización comienzan ser factibles de interpelar y el sujeto comienza a tener un rol activo en la construcción de sus significados.

Ahora bien... ¿Cómo son estos procesos de socialización en la constitución del sujeto masculino? Es a partir de esa noción que hicimos la siguiente pregunta en nuestro cuestionario: ¿Crees que existen mandatos sociales por ser varón?, utilizamos la noción de “mandato” porque entendemos que es una orden dada por alguien con autoridad para hacerlo. Dicha autoridad, pueden ser tanto los padres como los agentes socializadores.

¿Crees que existen mandatos sociales por ser varón?
136 respuestas



Obtuvimos como resultado un 82% de personas que afirmaban la respuesta a esta pregunta y un 18% que la negaban. En las justificaciones a desarrollar de los encuestados pudimos encontrar una amplia

variedad de mandatos sociales por el hecho de ser varón, veamos las nociones más repetidas: “Ser fuerte, trabajar y ser exitoso económicamente, proveer en el hogar, tener relaciones sexuales a una edad temprana, no ser homosexual ni amanerado, no llorar ni mostrar sentimientos, tener fortaleza psicológica, ser el que cuida a la mujer” entre muchas otras más.

Es a partir de las respuestas que identificamos con claridad que hay casi un consenso en que los mandatos sociales por ser varón existen. Estos mandatos forman parte de la constitución del sujeto masculino, están presentes y se adecúan discursivamente dependiendo de la edad que el sujeto transite. Hay una clara noción de la existencia e identificación de esos mandatos, en apartados siguientes veremos los procesos de identificación y las capacidades de expresión del sujeto en cuanto a masculinidades.

PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DEL SUJETO MASCULINO

Los procesos de identificación actualmente están siendo disputados por el advenimiento de la llamada “era líquida” y su impronta desinstitucionalizante, es decir, el desmoronamiento de las nociones con fuertes cimientos en la sociedad. Lo interesante va a ser, ver si esa noción está presente en los y las jóvenes cordobeses respecto a las masculinidades. Pero antes, conceptualicemos algunas ideas.

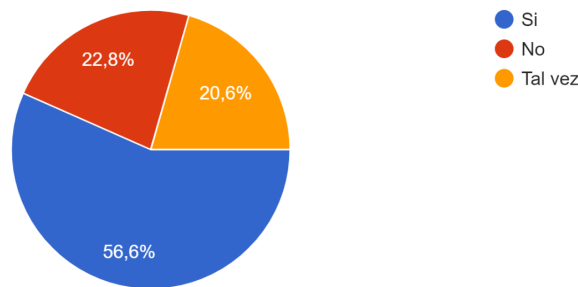
Tomando de referencia los textos de cátedra, tengamos en cuenta esta noción fundamental “(...) La primera operación constitutiva de un sujeto son los procesos de identificación a un otro/otros. Entendiendo por éste a la formación de un vínculo, lazo social, que se apoya principalmente en la dimensión afectiva y libidinal de todo ser humano”. Es decir, el carácter libidinal y afectivo de la identificación es transversal en todos sus procesos.

En ese sentido, es que Freud (1920-2) (pag 4, unid 4) discierne tres tipos de identificación: el primer tipo sería aquella identificación que el sujeto establece con una figura idealizada que se toma como modelo. En este caso se pone en juego el deseo sobre el ser, ya que el otro representa lo que uno querría ser. El segundo caso, es aquel tipo de identificación que se logra incorporando un rasgo del otro. Es decir, si la anterior refería al ser, éste tipo de identificación se refiere al tener, se logra la semejanza e incorporación del objeto de identificación mediante la obtención de su rasgo. En el tercer tipo, la identificación se presenta “sobre la base de poder o querer ponerse en la misma situación” (Freud,1990:101). Es el caso de la identificación “empática”, en la cual un yo percibe una analogía o un alto grado de empatía con un aspecto del otro, y a partir del cual crea un punto de identificación con ese aspecto.

Teniendo en claro esa base teórica, es que propusimos la siguiente pregunta en la encuesta para indagar en este aspecto. Vamos de lleno a eso; ¿Crees que los gustos/actividades/intereses de los varones/hombres están influenciados por su condición de varón? Como resultados obtuvimos un 56,6% que sí, 22,8% no y 20,6% tal vez. A partir de esta información es que analizamos que existe una gran tendencia en interpretar que los gustos de los varones están condicionados por la construcción social de lo que se le atribuye como gustos e intereses. En las justificaciones de las respuestas explican reiteradamente que es producto de una sociedad que nos educa de esa manera y que suele ser difícil romper esas estructuras sociales, pero que cada vez son menos y se abren nuevas posibilidades.

¿Crees que los gustos/actividades/intereses de los varones/hombres están influenciados por su condición de varón?

136 respuestas



Volviendo a las teorizaciones de Freud, podemos ver claramente algunos de los tipos de identificación a partir de las justificaciones de los encuestados. Tengamos en cuenta que los sumamos con carácter de ejemplo, no es un consenso mayoritario. En el primer tipo: “te inculcan que tenés que ser una persona exitosa”, este tipo de comentarios conducen a que se idealicen personas con la ambición de ser como ellas. El segundo tipo “tenés que tener músculos”, un atributo por el cual el sujeto se puede ver condicionado a tener dicho atributo para sentir afecto y sentido de pertenencia. Por último el tercer tipo “A mi me encanta jugar al fútbol y lo hago porque quiero y me siento cómodo con mis amigos”. Éste último da cuenta de la dimensión “empática” con sus amigos y desde donde construye sentidos de pertenencia y procesos de identificación.

A partir de lo analizado anteriormente es que encontramos variedad de interpretaciones respecto de la influencia o no de la cultura en la elección de los gustos e intereses que forman parte de los procesos de identificación del sujeto. Pero sí que hay una tendencia en la identificación de esas construcciones y, por consiguiente, su potencial deconstrucción.

MASCULINIDADES, VULNERABILIDAD Y RELACIONES DE PODER

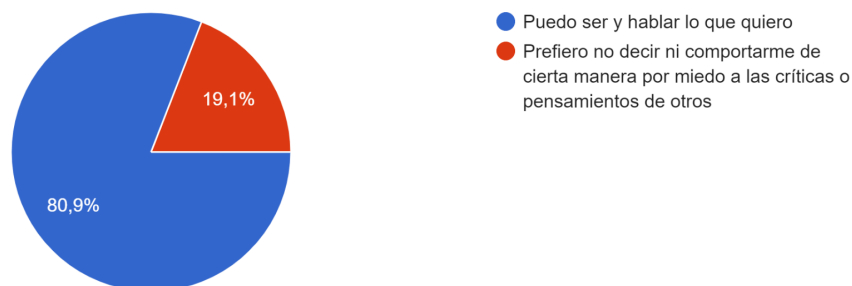
Continuando la línea de análisis de los procesos de identificación del sujeto social es que creemos necesario realizar un abordaje del punto en la trama que nos interpela desde la mirada crítica que caracteriza a Bourdieu y Foucault, autores que hablan de conceptos como campo, habitus, poder, capital. Ya que entendemos que es una mirada que enmarca la perspectiva de un porcentaje grande de personas respecto al poder y las masculinidades.

Comenzando con la noción de “campo” tomamos las palabras de Bourdieu & Wacquant (1995. P 171): “...hablaré del campo de poder (en vez de clase dominante, concepto realista que designa a una población muy tangible...): entendiéndose con ello las relaciones de fuerza entre las posiciones sociales que garantizan a sus ocupantes un quantum suficiente de fuerza social –o capital- para que estén en condiciones de participar en las luchas por el monopolio del poder, del cual son una dimensión capital las luchas por la definición de la forma legítima del poder...” (Bourdieu & Wacquant 1995. P 171).

En cuanto al habitus es aquello de lo social que se nos ha hecho carne a lo largo de nuestras trayectorias de vida transcurridas en diversos campos sociales y que van (en)tramando relaciones activas y creadoras en lo social que habitamos. (Bibliografía de cátedra). Es por esto que (Bourdieu 1995. P 88). explica lo siguiente: “La realidad social existe, por decirlo así, dos veces, en las cosas y en las mentes, en los campos y los habitus, dentro y fuera de los agentes”.

Luego de presentar las anteriores conceptualizaciones, vamos de lleno a nuestro caso de investigación. Para dar cuenta de la capacidad de expresión o no de los varones, hicimos esta pregunta y nos parece muy interesante analizar las respuestas acorde al marco teórico anteriormente desarrollado. La pregunta es: Entre un grupo de amigos varones... 81% Puedo ser y hablar lo que quiero, 19% Prefiero no decir ni comportarme de cierta manera por miedo a las críticas o pensamientos de otros. Luego tenemos respuestas que comentan sobre cuáles serían esas prácticas que se ven imposibilitados de realizar.

Entre un grupo de amigos varones...
136 respuestas



A partir de estas respuestas es que ponemos en jaque esta suerte de tensión innata en las relaciones sociales que plantea Bourdieu, o por lo menos más leve. En la justificación de la elección de la opción 2, destacamos que hay hilos conductores en común. Primero por parte de los varones, la presión de no mostrar vulnerabilidad, es decir... demostrar esos comportamientos que son invisibilizados y castigados por los mandatos de la masculinidad hegemónica (llorar, demostrar sentimientos, comportarte de manera amanerada). Luego muchas mujeres hablan de la imposibilidad de hablar sobre temas que impliquen sensibilidad social, empatía con el otro y deconstrucción de ideas preestablecidas en sus mentes, como pueden ser veganismo, feminismo, espiritualidad, etc.

Continuando con este análisis es que reconocemos que la lectura que hace Bourdieu sobre las relaciones de poder siguen latentes pero en niveles no muy extremos. Destacamos la capacidad de los sujetos de poder interpretar ciertos campos para desenvolverse a partir de cierto habitus. No todos los espacios son amenos para expresarse libremente.

LAS REPRESENTACIONES DE LAS NOCIONES “HOMBRE” Y “MASCULINIDAD”

Llegó el momento de analizar el tema que nos convoca en este análisis, vamos a pensar las representaciones sociales en el marco de las nociones de “hombre” y “masculinidad” de los jóvenes cordobeses. Como hicimos en los apartados anteriores, realizaremos un breve marco teórico desde el

Para comenzar, es indispensable definir Ideología como: “una 'representación' de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia (...) Tal relación imaginaria es el punto central de toda construcción ideológica” (Texto de cátedra”. Es decir, en nuestro caso, realizaremos un relevamiento de conceptualizaciones que realizan los y las encuestadas acerca de las nociones de “Masculinidad” y “Hombre”. A partir de ello podemos interpretar una relación imaginaria que se construye con dichas nociones en la vida cotidiana del sujeto.

HOMBRE MASCLINIDAD

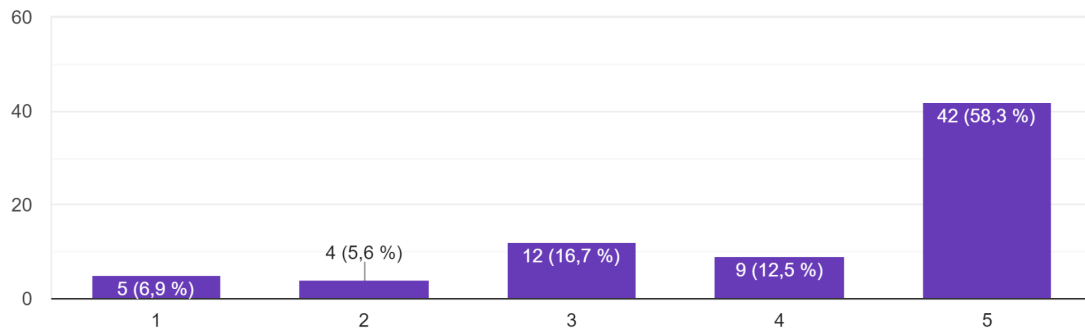


En cuanto a los varones que respondieron esta pregunta, subrayamos el potencial carácter de “habitus que se hace carne”; es decir, cualidades que le atribuye a su propia autoidentificación. Y las mujeres, como agente socializador que aporta en la construcción de representaciones sociales sobre estas nociones. A partir de ello es que destacamos su carácter de productora de subjetividad y de interaccionista en la trama. Su papel es fundamental, la institución de la mujer y la feminidad es la que le da razón de ser a la masculinidad. Sin ella no hablaríamos de estas producciones y representaciones de significados.

En el caso de la palabra “Hombre” preguntamos sobre la autoidentificación de los varones hacia los atributos mencionados, siendo 1 no me siento identificado y 5 me siento muy identificado.

Si te definis como hombre, del 1 al 5 ¿Qué tanto te identificas con estas palabras? (Si te identificas como mujer / persona no binaria no es necesario responder esta pregunta)

72 respuestas



Interpretamos que hay diversidad de percepciones, no hay un consenso generalizado en cuanto representación de “hombre” y la autoidentificación. Una suerte de matiz de grises interrelacional entre tres variables: la conciencia de “género” como construcción cultural, el hombre como sujeto dotado de una biología que lo constituye como tal y por último la autoidentificación a partir de las dos variables anteriores.

IDEOLOGÍA Y ACCIÓN SOCIAL EN LAS MASCULINIDADES

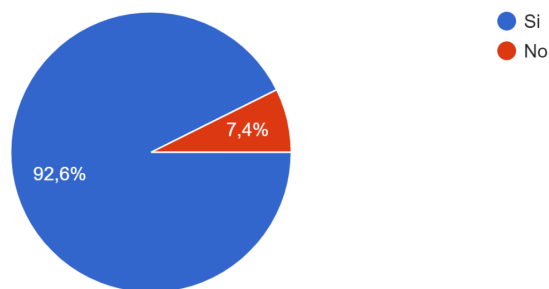
Para terminar este análisis hacemos alusión a una idea que vemos importante subrayar para tener una comprensión más profunda de las representaciones sociales y la construcción de ideología: “El discurso ideológico sirve de amarre, de arraigo para el sujeto, brindándole un marco de reconocimiento, al tiempo que en su funcionamiento se implica una dimensión de inconsciente, es decir, de desconocimiento y extrañeza del sujeto para sí”. Esta dimensión de análisis tiene carácter transversal a la hora de pensar las representaciones de la masculinidad.

Si bien el advenimiento de la era líquida y su consecuente proceso de desinstitucionalización trajo aparejado un desmoronamiento en las constituciones del género y la sexualidad, estas representaciones siguen teniendo un gran peso en la subjetividad de la sociedad. Lo que lleva a que los sujetos tengan un amarre a la autoidentificación del género, a pesar que muchos lo entiendan como tal, una construcción.

Para cerrar, pensar la realidad no sólo como una construcción simbólica, como una estructura discursiva, sino que además se destaca el efecto que la significación tiene en la materialidad, en lo real, impactando así en las condiciones concretas de existencia. (Texto de cátedra) La dimensión de acción social en cuanto representaciones sociales es importante de sumar en nuestro análisis, de ahí yace nuestra última pregunta:

¿La sociedad debería cambiar la forma en la que entiende y se relaciona con/entre varones?

136 respuestas



Claro está que casi un 93% de las personas encuestadas creen que hay que modificar la forma en la que la sociedad entiende y se relaciona con y entre varones. Aquí encontramos un consenso casi generalizado de la necesidad de acción social en pos de un cambio. Esta respuesta intrínsecamente nos acerca aún más a su representación e ideología respecto a la problemática de las masculinidades. La noción de necesidad de cambio y disconformidad, da cuenta de una representación que tiene ansias de ser modificada. Allí existe una tensión.

Por último queríamos cerrar con una cita que nos parece simplemente sintetizadora de la esencia de este arduo análisis “Toda representación social es un conocimiento socialmente construido, o sea con otros; siempre es una representación de algo o alguien, cargada de las creencias y valores culturales”. (Texto de cátedra)

CONCLUSIÓN

Luego de el arduo análisis abordado en este informe, pudimos llegar a las siguientes conclusiones: Pudimos identificar una multiplicidad de dimensiones que intervienen a la hora de analizar la constitución de significaciones del sujeto masculinizado y el carácter activo del sujeto en la construcción de las mismas. Como así también detectamos un reconocimiento mayoritario de la existencia de mandatos sociales por la condición de varón que condicionan los procesos de socialización e identificación. Existe una escasa influencia del discurso de masculinidad hegemónica en la imposibilidad del desarrollo de su propia personalidad, por lo que la noción de era líquida aparece como factor propulsor de dicha realidad. También detectamos un consenso casi generalizado de las representaciones de hombre y masculinidad como parte de una misma noción. Pudimos visualizar que la mitad de los encuestados varones se autoidentifican con los estándares normalizados de la masculinidad hegemónica. Por último identificamos un carácter coyuntural en la ideología de los jóvenes cordobeses con respecto a la manera en la que la sociedad entiende y se relaciona con los varones.

BIBLIOGRAFÍA

GRAGLIA MARÍA SOLEDAD, 2020 ¿QUÉ ES LA PSICOLOGÍA SOCIAL?

<https://docs.google.com/document/d/1SHq0yTgQe1AlHnVIPAcIECxFToLiERS8/edit>

BLEICHMAR SILVINA , 2020, SILVINA BLEICHMAR Y LAS PARADOJAS DE LAS MASCULINIDADES.

GRAGLIA MARÍA SOLEDAD, 2019, SUJETOS Y SUBJETIVIDADES.

<https://docs.google.com/document/d/1UQDLHPGgVoDNpWG3qTOqOpRXRcDttxfk/edit>

BARROS ADRIANA VERÓNICA , 2015, CRÍTICA A LA VIDA COTIDIANA.

https://drive.google.com/drive/folders/1yhCpuFU9sKULK026fy_W5_1brsP8YMUUp

GRAGLIA MARÍA SOLEDAD Y PETIT CRISTINA, 2011, Fragmento de libro publicado, capítulo 2 Socialización.

https://docs.google.com/document/d/1EXc_rgHYkaT2qUbkspxj8PX2Xo8Pln5l/edit

GRAGLIA MARÍA SOLEDAD Y PETIT CRISTINA, 2011, Fragmento de libro publicado, CAPÍTULO PERCEPCIÓN ACTIVA Y CONSTRUCCIÓN IDEOLÓGICA

https://docs.google.com/document/d/1PiatlxRWYp0bhNRBeRO4Bkb_lkNsg9zL/edit

AZNAREZ CARINI, GAL, VARGAS MERCEDES, 2011, EL MOVIMIENTO CAMPESINO DE SANTIAGO DEL ESTERO COMO SÍNTOMA SOCIAL.

https://docs.google.com/document/d/1y_eeKEOD1_GC_qPtRhpuQ1hhtZoLuLi9/edit#heading=h.30j0zll

<https://docs.google.com/document/d/17ScZuSxcryakngFqKsM0YZrHMoTajOXo/edit>

MORÍN EDGAR, 1990, INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO COMPLEJO.

https://drive.google.com/drive/folders/1boo0qkw_0TMTci3Xm9pg68hvwnd5WWxp

