

V COLOQUIO DE ESTUDIOS DE GENERO

PUEG-UNAM

Mesa: Masculinidad

UN ENFOQUE DE GENERO EN EL ESTUDIO DE LAS
REVISTAS MASCULINAS MEXICANAS

Consolación Salas

División de Posgrado

Facultad de Ciencias

Políticas y Sociales
UNAM

Ciudad de México
Octubre de 1995

Entre la amplia gama de publicaciones que exhiben los puestos de periódicos destacan las llamadas revistas masculinas, "para hombres" o "de adultos", caracterizadas, en la mayoría de los casos, por sus gráficas de mujeres con poca o nada de ropa. Se trata de un sector editorial que ha permanecido en el mercado mexicano pese a la frecuente censura gubernamental y de grupos moralistas, al alto precio de muchos títulos y a su escasa promoción. Son revistas con alto grado de reelectura y considerable participación en el grupo de publicaciones usadas y atrasadas.

Como parte del acercamiento a estas publicaciones -las cuales representan una de las áreas menos estudiadas de los medios de comunicación masiva y aún son poco consideradas en el campo de los estudios de género-, hace unos años realizamos una investigación cuyo resultado fue la conformación de la historia de las revistas masculinas mexicanas, (1) las cuales identificamos como aquellas publicaciones periódicas ilustradas editadas en México y dirigidas expresamente a un público de varones. Las características que las definen son su orientación al entretenimiento y la información de índole erótica (literaria, noticiosa o humorística) y el material gráfico de desnudos y semidesnudos femeninos que en mayor o menor medida está presente en la mayoría de dichos impresos. Presentan el manejo de una temática considerada -social y comercialmente- de interés para los hombres, y que puede incluir algunos o la totalidad de asuntos como moda y arreglo masculinos, política y sociedad internacional, y en menor medida nacional, turismo, espectáculos, gastronomía, humor, artes, literatura, algo de deportes y finanzas.

Se excluyeron del estudio las publicaciones para varones homosexuales, que también forman parte de las revistas masculinas. Tampoco se consideraron las fotonovelas eróticas, que no se inscriben dentro del marco de las revistas ilustradas, pero que son parte importante del mercado editorial enfocado en buena medida al lector varón.

Las primeras publicaciones mexicanas para hombres surgieron en los albores del siglo XX, amparadas al ambiente teatral frívolo capitalino. De estilo festivo, se orientaron a la reseña de la farándula y de las andanzas de las estrellas pícaras de la zarzuela. "El Burro", aparecida en 1900, la tenemos considerada como la primera revista masculina mexicana. "Frivolidades" y "La Risa", lanzadas en 1910, fueron exponentes de una prensa para varones que combinaba la sátira política, el erotismo y un humorismo que hacía gala del doble sentido. Otros impresos del primer cuarto de siglo fueron "Vida Alegre" y "Confeti". En general estos semanarios hicieron mayor uso del grabado y la caricatura erótica que de la fotografía de desnudos.

El segundo periodo más importante abarcó, desde los treinta, hasta mediados de los cincuenta, ya que el auge de las diversiones nocturnas y del teatro de variedad, así como la estabilidad

política reinante, favorecieron la aparición de semanarios masculinos de grandes tirajes, donde se desarrolló la fotografía del desnudo femenino, antes prácticamente restringida a álbums y postales. La publicación más famosa fue "Vea", modelo para los numerosos impresos eróticos de esas épocas, mismos que fueron eliminados del mercado nacional en 1955 debido a una campaña moralista de grandes dimensiones.

Un lento resurgimiento de las revistas masculinas en los años sesenta dió cabida a diversas publicaciones con fotografías de las nuevas estrellas femeninas del cine y la televisión. Sin embargo, el suceso más significativo fue la aparición, a partir de la segunda mitad del decenio, de los impresos varoniles de lujo de corte erótico intelectual, creados con base en el modelo difundido por la exitosa "Playboy" norteamericana. Con innovaciones como la introducción del color y el papel couché, novedosos diseños y periodicidad mensual, presentaban mayor variedad en su contenido, pues además de los elementos eróticos incluían numerosos textos sobre arte, política y humor, firmados frecuentemente por conocidos intelectuales. En el renglón gráfico las modelos locales fueron desplazadas en gran número por las fotografías de agencias extranjeras especializadas. La revista más reconocida del periodo fue "Caballero", creada en 1965 por James R. Fortson y pionera en México del nuevo modelo editorial.

Los setentas se caracterizaron por la proliferación de impresos relacionados con la sexualidad y el erotismo, así como de numerosos títulos de revistas de desnudos donde era visible el avance en el destape de las modelos. Circularon diversas publicaciones erótico intelectuales, entre las que sobresalieron "Eros" y "El". En 1976 "Caballero" se asoció con la empresa estadounidense Playboy.

Tras el debilitamiento del "boom" de los setentas, el sector de las revistas masculinas mexicanas entró en un prolongado periodo de ajuste, provocado, en cierta medida, por las reiteradas crisis económicas del país, así como por la competencia de impresos extranjeros, muchos de ellos clandestinos, y la popularización de los videos eróticos.. A partir de los ochentas las publicaciones erótico intelectuales disminuyeron en número y calidad. En 1987 "Penthouse" entró en el mercado local con su versión "Golden", que junto con la "Playboy" mexicana se constituyen en líderes de los impresos de lujo. El resto de las revistas masculinas, las más de pobre manufactura, se han enfocado casi exclusivamente a la reproducción de audaces desnudos femeninos. Dentro de la línea no erótica, lo más relevante de los últimos años ha sido la aparición de "Top Magazine" y "Varón México", exclusivas publicaciones enfocadas a la moda para hombres.

En total nuestra investigación detectó títulos y sistematizó información de alrededor de 100 publicaciones masculinas editadas

en México en lo que va de este siglo, lo cual da una idea de la diversidad y continuidad de este género revisteril.

Creadas en su mayor parte para la amplia gama de los sectores medios de la población masculina, las revistas para hombres pueden ser consideradas como satisfacción visual de sueños y fantasías, guías sociales, folletines de aprendizaje sexual y manuales de comportamiento varonil. En sus páginas aflora una manera de ver a la mujer y de entender y ejercer la masculinidad.

Lo masculino, al igual que lo femenino, es resultado de un complejo proceso donde, a partir de la asignación social del género a cada persona desde el nacimiento, comienza la construcción de la masculinidad y la feminidad, mismas que evolucionan con algunas variantes de acuerdo al sujeto y a la sociedad donde se desenvuelva. Esta estructura genérica en la que se basan los grupos humanos preorienta a hombres y mujeres en la forma de pensar, actuar, amar y hasta de comprar, limitándolos o impulsándolos en sus posibilidades físicas e intelectuales.

Desde pequeños, niños y niñas son educados de manera distinta. Las características y pautas de comportamiento esperadas de los varones son agresividad, racionalidad, fortaleza, independencia, actividad motriz, seguridad en sí mismos, capacidad de liderazgo, anhelo de aventuras, deseo de poder y de prestigio social, inclinación y habilidades en cuestiones mecánicas, científicas, deportivas e intelectuales, interés por el sexo y el erotismo.

Mientras lo femenino se asocia con la suavidad y lo receptivo, lo masculino se identifica con la dureza y el avance. La feminidad es acogedora. La masculinidad se entiende como controladora. Además, la existencia de un doble código sexual, riguroso para las mujeres y liberal para los hombres, permite y propicia en los varones la expresión de su impulso sexual, siendo uno de sus cauces el consumo de materiales impresos con diversas cargas eróticas.

Como parte y expresión de una sociedad donde se delimitan funciones y campos de acción para hombres y mujeres, los medios de comunicación masiva proyectan e incluso pueden reforzar estos condicionamientos, en los cuales se apoyan para establecer, dentro de la industria del entretenimiento y la información, productos específicos para cada género. Esta situación se observa con mayor detalle en los medios impresos, en particular en las revistas ilustradas, y así como existe un mercado editorial dirigido exclusivamente a la mujer: novelas románticas, revistas de labores, cocina, cuidado de niños y las tradicionales sobre moda y belleza, un número importante de publicaciones -dentro de una prensa que en general parece orientarse más al lector varón- están

destinadas específicamente a los hombres.

La mayoría de las revistas femeninas capacitan a la mujer para asuntos tan cotidianos como la limpieza y decoración del hogar, la elaboración de alimentos, el cuidado de infantes y la moda y belleza (en función de la aprobación masculina). Tales labores, y la lectura de alguna novela rosa, se considera lo más cercano al entretenimiento para las féminas: se trata más que nada de actividades de servicio a los demás. Por su lado, las revistas masculinas se enfocan fundamentalmente al erotismo, la diversión y el buen vivir: están diseñadas para hombres, cuya existencia es para sí mismos.

Rodeadas de un halo de glamour y mundanidad, las revistas masculinas mexicanas se insertan en un ámbito fuera de lo doméstico y rutinario, donde las actividades y los recursos propuestos se orientan a la satisfacción personal. Finas o corrientes, intelectuales o sórdidas, desde su aparición a principios de siglo han recreado el universo de las vanidades y los privilegios varoniles. Siempre se procura halagar al lector: en las publicaciones más caras, presentándolo como un triunfador, con acceso a ropa de moda, restaurantes sofisticados, licores finos y, en la mayor parte de los títulos, sobre todo a modelos hermosas y complacientes, ya que es precisamente en el campo del erotismo donde la mayoría de los magazines para hombres buscan exaltar el ego varonil al mostrarlo como amante potente e infalible, y al exhibir mujeres concibiéndolas como objetos sexuales, estéticos y de dominio. Alrededor del 90 por ciento de los títulos detectados en nuestra investigación de base presentan elementos eróticos y gráficas de mujeres desnudas o semidesnudas. Así, la sola existencia de este tipo de impresos constituye una reafirmación de la permisividad sexual que la sociedad concede al varón.

Una conducta masculina tolerada, aceptada y hasta fomentada en diversos sectores, se relaciona con la idea de que el hombre debe poseer muchas mujeres. Puede considerarse que el consumo de revistas de desnudos femeninos es una forma de acceder -así sea de manera figurada- a la posesión de numerosas féminas. Y tal vez como un mecanismo compensatorio al hecho de que las modelos no sean de carne y hueso, uno de los atractivos de los impresos para varones es el que se deriva de la observación del material desde el cómodo puesto del voyeurista. De esta manera el lector -o mirón en este caso- ejercita el muy masculino privilegio de examinar el cuerpo femenino que se encuentra en posición de disponibilidad e indefensión, obteniéndose un dominio, aunque sea en la fantasía, del cuerpo-objeto. Todo ello es reflejo de una situación en la que históricamente el disfrute visual y físico, el examen estético, y hasta el manejo en términos médicos del cuerpo del género opuesto, siempre ha sido en el sentido del hombre hacia la mujer. Después de todo, se considera que el cuerpo femenino es propiedad del varón, en tanto

que éste sí asume el control de su propia anatomía.

Por otra parte, es conocido que desde tiempos antiguos la mujer ha sido contemplada como una mercancía. En épocas modernas uno de los redituables sistemas de comercialización de la figura femenina se instrumenta precisamente a través de las revistas masculinas, que en su mayoría ofrecen como "gancho" principal la exhibición de la mujer, y donde se conjunta una visión de mistificación, cosificación y dominio, lo cual es evidente en el trato ambivalente que se da a las modelos, pues mientras en algunos títulos se las eleva al rango de "diosas", en otros no las bajan de "apetecibles cueros". En unas publicaciones les dedican poemas con frecuencia bastante cursis-, y en otras las someten a tomas fotográficas degradantes. Según Horowitz y Kaufman, la fascinación masculina hacia el cuerpo de la mujer puede explicarse así:

"Los hombres anhelamos volver a experimentar nuestro primer objeto de amor y contacto físico. De hecho, nuestro modelo original de amor hacia un objeto fue con una madre de la cual éramos inseparables. La fascinación es insaciable. Es como si no nos pudiéramos saciar del objeto de deseo. En el lenguaje del inconsciente, este deseo de incorporarse, de saciarse, finalmente está basado en la experiencia en el pecho materno ... La fascinación con el cuerpo de la mujer también se relaciona a la ansiedad de castración. La visión de una mujer confirma que uno es hombre." (2) Bajo esta perspectiva, el consumo de desnudos femeninos proporcionaría al varón -aparte de gratificaciones eróticas o estéticas- una seguridad y una reafirmación de su virilidad, y lo tranquilizaría de sus temores inconscientes.

Cabe señalar que en cuentos eróticos, poemas y gráficas de las revistas masculinas sobresale el ideal de la mujer "ardiente", donde únicamente se magnifica el aspecto erótico femenino. En otro aspecto, los magazines para hombres también se han dedicado por decenios al llamado "estudio de la mujer", en sus aspectos físicos y psicológicos, en función de una mayor y mejor control por parte del género masculino. En el transcurso de su existencia han divulgado conceptos y opiniones acerca de la población femenina, y han dedicado planas enteras a las infaltables técnicas de seducción.

En general buena parte de los títulos han realizado clasificaciones de mujeres (la empleada, la divorciada, "la santurróna", la viuda, "la solterona", "la abandonada") con objeto de detectar las debilidades femeninas, y muchos impresos han señalado la necesidad del control varonil sobre las féminas. "Don Juan", revista de los setentas, señalaba: "TODAS son demasiado curiosas...a TODAS les gustan los detalles... a TODAS les gusta dejarse impresionar, saber que su hombre es importante... TODAS son vanidosas...TODAS son materialistas, metalizadas, crematísticas,

utilitarias..." (3) Y en el primer decenio de este siglo, en "La Risa" se decía que las mujeres eran seres que "tienden a insubordinarse con la mayor facilidad". (4) Para tratarlas se proponen actitudes condescendientes, benevolentes, un "darles por su lado", no tomarlas demasiado en serio y, si es necesario, recurrir al engaño para obtener lo que el varón desea.

En general en el esquema de las revistas masculinas mexicanas estudiadas se observa el manejo de un conjunto de características vinculadas con la relación con las mujeres, preferencia erótica, edad, aspectos de salud, estilo de vida y nivel socioeconómico que dibujan un arquetipo varonil en nuestra sociedad. En relación con la inclinación erótica que se ha comentado, estas publicaciones apoyan el mandato social que establece la heterosexualidad como requisito para ser considerado hombre. En los años cincuenta, un artículo aparecido en el semanario "Todo", de la misma empresa editora del popular impreso de semidesnudos femeninos "Vea", defendía a éstas última de una inminente clausura -consecuencia de una campaña moralizadora- con el argumento de que se trataba de un magazine que "gusta divertir al hombre sin ofender jamás su hogar, y publica sólo material exclusivo para hombres, ya que su función periodística, en un mundo sembrado de conflictos y de desvíos, es fomentar en el gusto masculino su inclinación natural por la forma y la belleza". (5)

Para las revistas masculinas la posesión de mujeres y la preferencia heterosexual son condiciones del triunfador. De hecho, el éxito representa uno de los principales valores alrededor del cual gira la mayoría de las publicaciones para hombres, pues de acuerdo a las expectativas socioculturales vigentes, el varón debe ser un ganador, o estar en vías de serlo, lo que requiere mantener una actitud basada en aspiraciones de triunfo, de logro de metas y de posesión de bienes materiales.

El éxito en nuestra sociedad, y para estos impresos, es un concepto masculino. Las mismas revistas, a través de su esquema publicitario y promocional, de su temática, su diseño y orientación al entretenimiento, buscan convertirse en símbolos del éxito. Sus reclamos promocionales aluden con frecuencia a la exclusividad de su contenido y a lo selecto de su colección de modelos. Los editores, en especial de las publicaciones caras, siempre han manejado con habilidad la imagen de sus productos, con base precisamente en la idea de privacía, selectividad y lujo, remitiendo artificialmente al lector al concepto del derecho de admisión y de los espacios reservados que existen en lugares finos. Incluso puede señalarse que estos impresos se presentan, en general, como la recompensa, la compensación a los esfuerzos cotidianos del varón. Mientras la prensa de negocios y economía le indican la manera de obtener dinero, los magazines para hombres le muestran los beneficios recreativos que conlleva el éxito: diversión, autos, buena comida y bebida, ropa de moda y mujeres.

Una condición que se plantea al varón para llegar al éxito es la de ser jefe, dirigente, planear su propia vida y tener el mando sobre la existencia de los que le rodean. Existen diferentes niveles de jefatura, pero un hombre se acercará más al ideal de la virilidad en tanto sus espacios de control sean más amplios y con mayor reconocimiento social. Es el caso de quienes detentan un poder político, económico o militar, o poseen habilidades físicas, científicas o intelectuales. Y precisamente para proporcionar a los lectores ejemplos de triunfadores, en las revistas masculinas suelen incluirse artículos, entrevistas, relatos literarios y semblanzas de millonarios internacionales, aristócratas, líderes políticos, empresarios, grandes viajeros, amantes famosos, líderes de opinión, artistas, profesionistas distinguidos, intelectuales y deportistas reconocidos. Complemento de esta tipología, los modelos de ropa y accesorios que desfilan por las páginas de las publicaciones más sofisticadas, al igual que los protagonistas de anuncios publicitarios, representan la figura varonil idealizada: jóvenes y jóvenes maduros, atractivos, bien vestidos, con educación universitaria y rasgos predominantemente anglosajones. Figuras que simbolizan, por otra parte, el predominio de los arquetipos transnacionales, lo cual también es aplicable a la mayoría de las modelos femeninas, entre las cuales sobresalen las mujeres rubias o de piel morena.

Ahora bien, como parte del estilo de vida y la personalidad triunfadora masculina propuesta por las revistas para hombres, algunos de los temas recurrentes, sobre todo en las publicaciones de lujo, son la gastronomía, el turismo y la literatura. En las secciones culinarias se manejan dos aspectos, uno, que todo varón debe tener buen apetito, y el segundo, que la cocina no es asunto de señores... a menos que se trate de bebidas y manjares para sibaritas, pues se sugiere que la relación varonil con la preparación de alimentos debe ser ocasional y siempre reservada al círculo de la alta cocina. Con este criterio, las publicaciones masculinas refuerzan la creencia de que únicamente la comida elaborada por hombres posee un valor social elevado y reconocible: un magazine para caballeros difícilmente ofrecerá recetas de mollejas en guajillo, nopales navegantes o sopa de fideo. En cambio, sugerirá platillos como langosta, ensalada de pétalos de flores o algún soufflé.

Además, siendo el papel de bebedor social uno de los roles que con más insistencia se ha identificado con el varón, las revistas masculinas de mayor prestigio por lo regular incluyen de fijo una sección de bebidas, con una gran variedad de recetas de cocteles, a las cuales en ocasiones se les da el toque sensual con fotos de modelos semidesnudas y textos sugerentes.

Otro punto que hemos señalado se refiere al turismo que fomentan muchas revistas masculinas, donde se considera que un hombre de éxito debe ser un gran viajero, con recursos, disponibilidad e intelecto suficiente para disfrutar los mejores destinos turísticos del mundo. Versión moderna de antiguas correrías varoniles relacionadas con las cacerías y las grandes exploraciones, el turismo que promueven diversas publicaciones se concibe como una actividad llena de interés, conocimiento y descanso, donde los compañeros de viaje pueden ser amigos interesantes o damas atractivas, de ninguna manera una esposa o niños.

Dentro del esquema que manejan sobre todo las revistas caras, tenemos el desarrollo intelectual que, se considera, debe ofrecerse al varón, y cada cual en la medida de sus posibilidades se ha esforzado en instruir a sus lectores a través de la divulgación del arte y la cultura, afán que no es común en el grueso de los impresos femeninos. Si se compara el contenido editorial de la mejor revista para mujeres con su equivalente masculina, ésta última sale ganando: Mientras en algún magazine para caballeros puede leerse un cuento de Isacc Asimov o de Alejo Carpentier, en una publicación para damas lo que predomina son los relatos a la Corín Tellado.

También puede aomentarse que, asociados al éxito, en las publicaciones masculinas se expresan permanentemente el optimismo y la juventud. Se trata, en efecto, de "revistas felices", compendio de anhelos y sueños varoniles, cuyo mensaje se inscribe dentro de la filosofía de Hugh Hefner, fundador del célebre "Playboy": "Disfrutar de la vida". En su línea editorial predomina una visión positiva de la existencia y una propensión a destacar los ángulos más favorables, amenos y entretenidos de la información que publican, y en la notoria abundancia del elemento humor, ya sea en forma de chistes, de textos divertidos, de cartones y caricaturas donde frecuentemente campea el aspecto erótico. El humor pícaro de estos impresos por lo regular tiende a festinar la "casa chica", la amante, el cornudo viejo, la virgen inocente.

Uno más de los aspectos de la imagen masculina que proyectan estas publicaciones es la juventud, que se presenta como el estado ideal en el paso por la vida, y son muchos los artículos que exaltan la vitalidad y la fuerza propias de los varones que disfrutaban esa cima de su existencia. En el mundo de los impresos

varoniles no parece existir el hombre muy maduro, aunque en ocasiones sí se toquen, como mera curiosidad, asuntos como la sexualidad en edades avanzadas. Sin embargo, la tónica -excepto tal vez por el tema del sida- es hablar de salud, más no de enfermedad.

En torno al aspecto sexual, es de señalarse que en las distintas etapas de la evolución de las revistas masculinas en México, buena parte de los artículos, además de la páginas de humor, pululan en torno a tales asuntos, difundiéndose tanto textos eróticos antiguos como escritos científicos modernos sobre técnicas sexuales. Representan una fuente de información sexual para muchos lectores jóvenes, pero, dependiendo de la revista, estos temas pueden ser tratados en forma profesional, o bien, de manera distorsionada. Por ejemplo, varios impresos -de los que prácticamente sólo publican desnudos femeninos-, ofrecen elementos de anatomía centrados en tomas fotográficas genitales, fuera de contexto y con cargas de valoración en los textos adjuntos que resultan negativas. Por lo demás, se suelen recomendar líneas de acción en materia sexual que igualmente procuren satisfacer físicamente a la mujer, aunque esto último en realidad vaya en función del ego masculino.

El estudio de las revistas masculinas mexicanas - de lo cual sólo hemos proporcionado algunos aspectos de nuestra aproximación analítica-, es un campo aún poco explorado por comunicólogos, sociólogos, sicólogos y estudiosos en el área de género, pero consideramos que ofrece muchas posibilidades de trabajo para quienes se interesen en un conocimiento más amplio de los productos culturales de una sociedad fincada en las relaciones de género.

En unas publicaciones les dedican poemas -con frecuencia bastante cursis-, y en otras las someten a tomas fotográficas degradantes. Según Horowitz y Kaufman, la fascinación masculina hacia el cuerpo de la mujer puede explicarse así:

"Los hombres anhelamos volver a experimentar nuestro primer objeto de amor finos, en la mayor parte de los títulos, sobre todo a modelos hermosas grupos humanos preorienta a hombres y mujeres en la forma de pensar, actuar, amar y hasta comprarivilidades" y "La Risa", lanzadas en 1910, fueron exponentes de una prensa para varones que combinaba la sátira política, el erotismo y un humorismo que hacía gala del doble sentido

interés para los hombres, y que puede incluir algunos o la totalidad de asuntos como moda y arreglo masculinos, política y sociedad internacional, y en menor medida nacional, turismo, espectáculos, gastronomía, humor, artes, literatura, algo de deportes y finanzas. Se excluyeron del estudio las publicaciones para varones homosexuales, que también forman parte de las revistas masculinas.

Tampoco se consideraron las fotonovelas eróticas, que no se inscriben dentro del marco de las revistas ilustradas.

REFERENCIAS

- (1) María de la Consolación Salas Castro, Vanidades masculinas (Las revistas masculinas mexicanas 1900-1989) México FCPyS - UNAM, 1992, tesis licenciatura.
- (2) Gad Horowitz y Michael Kaufman "sexualidad Masculina: hacia una teoría de la Liberación" p.88 en: Michael Kaufman, Hombres: placer, poder y cambio, Sto. Domingo, Centro de investigación para la Acción Femenina, 1989.
- (3) "¿Quiere Usted Ser un Don Juan?", Don Juan, México, Editorial Sobordo Mercantil, Año I, num. 3, agosto de 1977, p.21.
- (4) Fray Locuras, "Como se doma a una Mujer", La Risa, México, Compañía Editora Nacional, Tomo II, num. 28, 7 de enero de 1911, p. 7.
- (5) "contra la Inmoralidad sin Mojigaterías", Todo, México, Editorial Salcedo, Año XXII, núm. 1124, 24 de marzo de 1955, p. 4.