



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

La masculinidad tradicional como episteme  
Carbonetti Ana Victoria y Lucas Hernán Viale  
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 3, N.º 2, diciembre 2017  
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>  
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata  
La Plata | Buenos Aires | Argentina

## La masculinidad tradicional como episteme

**Carbonetti Ana Victoria**

[carbonettiana@gmail.com](mailto:carbonettiana@gmail.com)

**Lucas Hernán Viale**

[lviale@gmail.com](mailto:lviale@gmail.com)

---

Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata  
Argentina

Foucault, un arqueólogo de las ciencias humanas, se enfrentará a la idea de que el hombre es la más antigua preocupación humana desde los griegos. El hombre es un efecto de la red de relaciones que lo constituyen.

Lo que llamaré un "saber clásico" no es, como habitualmente se entiende, un saber mecanicista, tampoco racionalista. Se enmarca, por el contrario, en la "ciencia universal de la medida y del orden". No se trata por ello de matematizar las relaciones en las cosas del mundo sino, más bien, de un ordenamiento de las relaciones entre los seres del mundo; en verdad, sobre los dominios del saber sobre las funciones de los sujetos en el mundo.

La aparición de la noción de hombre en la historia de las ciencias, no es casual, también está determinado por cambios epistémicos. Ese conjunto de configuraciones que dan lugar al modo de ser de las masculinidades – signado por un único destino posible: el HOMBRE (con H mayúscula)- constituye un sistema de interpretación que condiciona los modos de entender el mundo y aprehenderlo en un tiempo determinado.

Pero ¿qué sucede con las masculinidades disidentes de aquel orden macho? ¿Existen? ¿Hay posibilidad de existencia en un sistema que se nos aparece como acabado? ¿Son los estatutos de la masculinidad hegemónica los que establecen los registros de normalidad y todas las demás formas de sexualidad como alternativas "aceptadas"?

En las sociedades occidentales, *la pedagogía que ejercen los medios de comunicación enseña la construcción de un ideal masculino disciplinador de todas las sexualidades consideradas como inferiores, dependientes o subsidiarias; estas sexualidades existen para satisfacer y reivindicar la dominancia del varón patriarcal, heterosexual y proveedor en un mundo en el que la familia tradicional se desdibuja y recrea como institución de modelación social.* (CREMONA & FICOSECO, 2015).

En clave foucaultiana, **el poder** se impone –no mediante la fuerza- sino a través de la producción del saber y la organización de los discursos. Más que prohibir, el poder gobierna. Existe una red productiva, un dispositivo que recorre todo el cuerpo social, que define el modelo de masculinidad occidental. Será esa red la que - a través del lenguaje en tanto representación- garantizará el orden discursivo que da vida a los estereotipos de lo masculino.

### **Diario Olé: las narrativas de la masculinidad tradicional en el ejercicio del periodismo deportivo en la Argentina**

Un sinfín de material periodístico – narrativas, enunciados, notas periodísticas y publicidades – construye mediáticamente la imagen en torno al jugador Lionel Messi. Periodismo que, en la mayoría de los casos, salvo honrosas excepciones – que por supuesto las hay – deja por encima del ejercicio de la profesión sus análisis signados por la "*pasión*". Matriz que ha configurado los modos de hacer periodismo deportivo en la Argentina.

Para ahondar en esta afirmación, tomaremos como corpus de análisis una serie de notas periodísticas publicadas por el diario Olé, medio periodístico que, por sobre numerosas experiencias, inauguró un estilo para ejercer el periodismo deportivo en nuestro país. El cual a partir de sus enunciados que dan vida a sus estrategias de titulación, configuró una retórica propia del ejercicio del periodismo deportivo. Esta tradición llevada adelante por el diario Olé hizo anclaje en el recurso de la ironía, intentando alejarse, proponiendo una distancia, sobre los enunciados que circulan en sus escritos. El lugar de sus enunciadores se ubica en una especie de "*confianza*" con sus lectores. A partir de la lectura de sus titulares, Olé, parece que le escribe a un grupo de amigos, alejándose de toda rigurosidad intelectual periodística.

Con esto no queremos decir que el periodismo deportivo en la Argentina está destinado a una banalización de su ejercicio pero sí, que en la mayoría de los casos, prima las lógicas de la espectacularización del deporte. El discurso del deporte es

profundamente industrial. En ese contexto el periodismo deportivo no aparece como una herramienta central para tensionar sus lógicas de funcionamiento, sino, muy por el contrario, aparece como reproductor de dicho orden.

En este sentido, el recurso de la ironía en los titulares de Olé intenta despegarse de los lugares enunciativos de los discursos a los que hace referencia. Esa otra voz evita que el que está realmente hablando muestre sentimientos – como la ira, envidia o burla – que socialmente no conviene manifestar. El uso excesivo de signos de admiración, comillas, puntos suspensivos en sus titulares aparecen como las marcas gráficas que determinan su distanciamiento de sus posiciones discursivas para hablar sobre el deporte, principalmente sobre el fútbol.

El lenguaje utilizado por el diario Olé está signado por un alto grado de cargas valorativas en sus enunciados periodísticos. Los modos de nombrar el deporte manifiestan las valoraciones propias de la industria cultural.

Esta posición adoptada por sus enunciadores está relacionada con el tipo de textualidad que remite al periodismo deportivo, el cual, a partir de la matriz que lo constituye acepta una mayor carga de subjetividad.

En este contexto es que se construye y se refuerza la imagen sobre Lionel Messi, que según sus capacidades como jugador, las apreciaciones de personalidades reconocidas del deporte, su desempeño en competencias deportivas, lo ubican como el número uno del mundo. A partir de esas condiciones es que Olé elabora una serie de sentencias que configuran los mandatos sociales y culturales sobre el desempeño del hombre que es Messi.

Las condiciones de producción de esos enunciados y discursos están profundamente atravesados por las lógicas de la masculinidad hegemónica. El fútbol aparece como la práctica social por excelencia donde se condensan los mandatos culturales de ser hombre. Aparece la puesta en valor de la fuerza física, decorada con una serie de atributos, como estructuradora de la masculinidad tradicional.

¿Cómo aparece la figura de Lionel Messi en los enunciados del diario Olé? ¿Cuáles son las condiciones de producción que habilitan la producción de esos discursos? ¿Cómo aparecen los mandatos de ser hombre a partir de los valores de la masculinidad tradicional? ¿Existe un grado de ruptura en el hombre que se construye sobre Messi con los modos de ser HOMBRE hegemónico?

## Lionel Messi: rupturas y continuidades con los mandatos de lo "macho"

Utilizaremos la figura de Lionel Messi para nuestro análisis por la importancia que se le brinda a nivel nacional e internacional a su desempeño deportivo. En la portada principal de Olé en su versión digital aparece una pestaña denominada "MESSI", donde residen todas las noticias vinculadas al jugador. Por otro lado, a partir de los resultados de la Copa América 2016 se generaron numerosas producciones periodísticas que contienen fuertes cargas valorativas sobre los mandatos culturales de lo masculino en el fútbol.

La derrota de la selección nacional en la final de la Copa América puso en evidencia los mandatos sociales que habitan la industria cultural del fútbol. Uno de los que aparece con mayor resonancia es el de la victoria a partir de los resultados. El que gana es el más fuerte, el más hombre, por ende el más "macho", para el mundo del deporte. En este plano, podemos ubicar con claridad los análisis que ponen en relación la figura de Diego Maradona en contraposición a la de Lionel Messi. En este sentido, la masculinidad de Maradona aparece como condición que refuerza su éxito en el fútbol. El éxito es medido, no por sus trayectorias como jugadores, sino por las victorias que ha obtenido para su país. Pero más aún, por como el modelo maradoniano: el que corre más que el resto, de piernas poderosas que dan la zancada más grande, que aún lesionado juega y gana. Es por esto, que en algún aspecto, la masculinidad de Messi aparece en tensión en relación a la de Maradona.

En la aparición de esta tensión, Ernesto Semán escribe: *"El Messi inventado por sus idólatras tardíos y resistido por la fantástica masa maradoniana es un tipo a contramano de la argentinidad. De ahí sus moretones. Un renegado. Es verdad que a Messi lo precede Maradona, su tono delictual, su machismo acosador, la prepotencia de su picardía, el nacionalismo alto, la imperfección moral aceptada entre los que suben y desafían a la autoridad, el despilfarro. Pero lo que nos trae Messi para reemplazarlo de una vez, no es, por opuesto a todo esto, menos telúrico. Messi no es trans, ni judío. No deja de entrenar para encerrarse a leer a Anne Carson. No se*

The screenshot shows the digital cover of the magazine 'Olé'. At the top left is the 'Olé' logo with the signature 'Borja'. Next to it is the Argentine Football Association (AFA) logo. The main title is 'ARGENTINA "Messi es líder"'. On the right, it says '12 Compartidas' and shows social media icons for Facebook (12) and Twitter. Below the title are four article thumbnails: 'Messico '86', 'Renuncias históricas', 'El día después', and 'Messi para siempre'. Below these is a navigation bar with 'INICIO > SELECCIÓN' and 'SELECCION'. The main headline is **"Messi es líder"**. Below it is a short text snippet: 'Jorge Burruchaga, ex campeón del mundo con la Selección en 1986, bancó a Leo después de que Maradona asegurara que carece de personalidad. Eso sí: lo hizo marcando algunas diferencias. "Ya no existen los liderazgos de antes. El es líder de otra manera", tiró.'

*desinteresa franciscanamente del mundo material. No es tan raro. Es, a su modo muy propio, una bola de estereotipos no menos central para forjar a la Patria que los que arrastra su némesis imaginaria: el que triunfa afuera del país, el que demuestra que con esfuerzo todo se puede, el que se caga un poco en la Argentina, competitivo, el hombre casado, la novia de la infancia, los dos hijos con los que despliega la paternidad propia de una masculinidad de baja intensidad, apetecible y actual<sup>1</sup>.*

Entonces, el cuestionamiento de su desempeño futbolístico es puesto en tensión a partir de la idea de la derrota y del hombre como exitoso. Sin embargo, las posiciones que defienden la figura de Lionel Messi hacen referencia a una serie de atributos, de refuerzos sobre la masculinidad, para contrarrestar las posiciones que intentan cuestionarlo su éxito.

En la nota titulada *"Messi es líder"* publicado por Olé el día 6 de junio de 2016 podemos observar la utilización de la idea de liderazgo como recurso para reforzar los atributos del jugador. ¿A qué hace alusión Maradona cuando se refiere a la falta de personalidad del jugador? Claramente a las actitudes esperadas de un *"macho"* argentino. El lugar del jugador es tensionado a partir de una especie de retórica maradoniada que revitalizan el éxito en términos de resultado como matriz de la masculinidad tradicional. Lo que le falta a Messi, desde esta óptica, es ganar. Es por esto que podemos identificar la apreciación de que lo es a *"su modo"*.

*"En la Argentina no hay triunfalismo messista no porque falte messismo, sino porque falta triunfo<sup>2</sup>".*

The image shows a screenshot of a news article from the website 'Olé INTERNACIONAL'. The article title is '"Lo vimos llorar como un nene"'. The author is Pablo Zabaleta. The article text discusses the reaction of Messi after losing the World Cup final and mentions the coaching staff. The article has 3322 shares and was published on 09-06-2016. The screenshot includes social media sharing icons for Facebook, Twitter, and Email, as well as a plus sign for more options.

Otra de las nociones que pone en jaque la masculinidad que porta – o no, ya veremos- Messi, es la existencia de una pena tal – ya sea por alegría o desilusión- devenida en llanto. La posibilidad de llorar para un hombre, a los ojos de la masculinidad

tradicional, solo existe si está fundada: Messi llora tras perder la copa, porque erró el penal, porque es el mejor del mundo y no logró triunfar en la final; Di María llora porque murió su abuela; Tevez llora por el inmenso sacrificio que significó en su vida entrenar desde el Fuerte Apache hasta llegar a las grandes ligas. La lista puede seguir, pero no hace falta. El llanto en la cultura masculina solo tiene lugar si está sobre argumentado, desbordado en fundamentos que lo justifiquen. De otro modo, es inaceptable. Y en la industria del periodismo deportivo – lugar de los machitos prepotentes por excelencia- el ejercicio del llanto está sobrevalorado: “lo vimos llorar como un nene”. No podía llorar como un hombre, porque los hombres no lloran. Debía llorar como un nene, categoría subalterna y sólo transitoria, esto es: uno no es nene toda la vida, la condición de niñez es pasajera, dura un tiempo determinado y luego muere para que el sujeto se convierta en adulto. “Hacete hombre”, suelen decirle a los niños que mariconean en exceso a los ojos de los pater familia.

Ya en la bajada del titular de Olé puede observarse la sobrevaloración del llanto en el fútbol: “(...) recordando la reacción de Messi tras perder la final del mundial (...)”. Vale preguntarse quizá ¿qué tiene de impredecible la reacción de Messi tras perder? ¿acaso era esperable que saltara de felicidad?, ¿Qué diera la vuelta olímpica tras la derrota deportiva? ¿Qué es lo novedoso, aquello que le da relevancia deportiva a la construcción de ese titular que luego será noticia?

Nada. No hay absolutamente nada impredecible en la reacción de Messi – o de cualquier otro ser vivo que comprenda las subjetividades que se juegan en una final de Copa- al llorar luego del resultado que dejó a Argentina en el segundo lugar. Pero para el orden de lo macho la sobrevaloración del llanto – rasgo que, a los ojos de la lógica macho, son portadores los cuerpos femeneizados- es reflejo automático de la negación de ese orden hegemónico que se resiste a perder su aparente control absoluto sobre los modos en los que se es – o no se es- hombre.

## Que quede en familia...

Antonella Rocuzzo y Thiago Messi, esposa e hijo de Leo, llegaron al estadio MetLife para presenciar la final de la Copa América ante Chile. Sí: el capitán de la Selección cuenta con el incansable e incondicional apoyo de su familia. Mirá el video.

2239  
Compartidas

f 2K

+

Publicado el 26-06-2016

La idea de la paternidad es parte esencial de la estructura de lo masculino. Pero si nos salimos de la comparación cliché del Diego vs Messi y hacemos foco, por ejemplo, en cómo se construyen las publicidades en torno a estos jugadores, *cambia la bocha*. Casi la totalidad del marketing que se construye alrededor de estos cuerpos del seleccionado argentino está referido a las ideas del máximo rendimiento (Gatorade), el éxito y la victoria, el sabor en el cuerpo (Pepsi), entre otras.

Sin embargo, quienes no dan con esos tres parámetros pueden ser beneficiarios del salvataje macho: las publicidades de yogurísimo. Y no es que nos desvelen las estrategias comerciales de yogurísimo, sino cómo este tipo de productos – que suelen orientarse a “la familia”- operan como sostén de un intento desesperado de refuerzo de lo masculino, cuando lo masculino no está hecho a imagen y semejanza de lo que la industria cultural del deporte espera.

Entonces, casos como el de Di María y Carlos Tevez – que no gozan del sexapil que porta Ezequiel “el pocho” Lavezzi- son salvados por el embase pequeño que contiene el cereal arriba y el vasito alto, sólo con yogurt hasta la mitad, que se ubica por debajo. Y bien podrían esas publicidades, orientarse también hacia el máximo rendimiento que proporcionan las vitaminas y minerales de una ingesta sana. Sin embargo, históricamente esas publicidades se han enfocado en que las madres compren los yogures para sus hijos. Di María, Tevez y hasta el mismísimo Messi solo pueden ingresar a ese juego desde su lugar de padres, aunque “el pocho” también lo sea y de esa paternidad no se hable mucho.

A estas alturas queda claro cuáles son los parámetros que van imprimiendo, sobre los cuerpos masculinizados, los modos de ser hombre. Incluso, sobre los cuerpos que quizá no responden a los lineamientos generales de la masculinidad futbolera argentina

(piernas exuberantes, músculos a la vista, rusticidad en los rostros, entre otras). Lo que se ensaya en este último caso, es el refuerzo de aquel estereotipo de lo masculino bajo otras nociones que representan la cara menos visible – cuando la estética los deja a pata- de lo macho. El éxito de las carreras futbolísticas, la trayectoria, el esfuerzo, la paternidad.

Ya mencionamos, anteriormente, cómo es que el poder se impone mediante los discursos que a su vez son los que producen sentido sobre el mundo y todo lo que habita en él.

*"Le damos sentido a la experiencia con el lenguaje existente. Pecho frío, cagón, apátrida, calculador. El lenguaje es de la Argentina maradoniana que emerge de México '86. (...) Cada palabra tiene su peso. (...) La selección pierde y Messi queda sepultado bajo el clamor "Messi Puto". Pero si un día Messi anuncia que tiene novio y al día siguiente gambetea a seis y lleva una copa del mundo a Buenos Aires, va a ver millones en Ezeiza esperándolo con la bandera del arco iris."*<sup>3</sup>

Lo sorprendente de Messi es que, sin saberlo, improvisa una gambeta – ubicándose en el más alto podio de los machitos prepotentes- a los gerentes del patriarcado en la industria del fútbol.

*"La maravilla de Messi, en su especificidad, en su belleza democrática, no encaja en nada de lo que expresa esa lengua vieja. Y la principal razón por la que no emerge un idioma distinto para festejarlo es que, por ahora, no hay nada para festejar."*

Pero esa lengua vieja no es más que una estructura machista resentida en sus cimientos, que queda en *off-side* cuando los proyectos de macho argento, como Messi, se habilitan la decepción y pierden una copa, y no se desfilan soberbios por la televisión, y no exhiben cuerpos ardientes. Y casi sin notarlo, le da un cross a la mandíbula a ese *ritual clasificatorio y violento que se resiste a perder su cuota de poder total.*

## Notas

---

<sup>1</sup> Revista Anfibia: See more at: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/confusiones-inventos-disparates/#sthash.xzzhjee3.dpuf>

<sup>2</sup> Confusiones, inventos y disparates. Ernesto Semán, Revista Anfibia <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/confusiones-inventos-disparates/#sthash.xzzhjee3.dpuf>

<sup>3</sup> Te quiero así, sin mundiales ni copas. Alejandro Wall, Revista Anfibia <http://www.revistaanfibia.com/cronica/te-quiero-asi-sin-mundiales-ni-copas/>