

**INVESTIGACIONES  
ANTROPOLÓGICAS SOBRE  
GÉNERO:  
DE MIRADAS Y ENFOQUES**

**2008**

**ANASTASIA TÉLLEZ INFANTES  
JAVIER ELOY MARTÍNEZ GUIRAO**

**UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ**

Título: INVESTIGACIONES ANTROPOLÓGICAS SOBRE GÉNERO:  
DE MIRADAS Y ENFOQUES

Coordinadores: © Anastasia Téllez Infantes y Javier Eloy Martínez Guirao

Autores: © Anastasia Téllez Infantes  
Javier Eloy Martínez Guirao  
Rosa María Martínez Moreno  
Óscar Guasch Andreu  
María del Pilar Fernández Angulo  
Encarnación Aguilar Criado  
Carmen Lozano Cabedo  
Sol Tarrés Chamorro

Foto portada: © Juan Rosco Madruga  
Diseño gráfico portada: © Silvia Viana Cháves

ISBN: 978-84-96297-86-9  
Depósito Legal: A-183-2008

2008

Edita: (S.I.E.G.) Seminario Interdisciplinar de Estudios de Género del  
Vicerrectorado de Estudiantes y Extensión Universitaria de la Universidad  
Miguel Hernández

Impreso en España / Printed in Spain  
Imprime:

## ÍNDICE

<b>BATIDOR DE HUEVOS CON UNA REINA DE AJEDREZ ENCERRADA EN ÉL:</b> Juan Rosco Madruga .....	5
<b>INTRODUCCIÓN:</b> Anastasia Téllez Infantes y Javier Eloy Martínez Guirao .....	7
<b>CAPÍTULO 1</b>	
Rosa María Martínez Moreno: Construcción cultural y constricción social: las técnicas modeladoras de la silueta femenina desde el corsé a la cirugía .....	11
<b>CAPÍTULO 2</b>	
Óscar Guasch Andreu: Género, masculinidad, y edad .....	43
<b>CAPÍTULO 3</b>	
María del Pilar Fernández Angulo: Costaleros de Sevilla: construcción social de una masculinidad .....	55
<b>CAPÍTULO 4</b>	
Encarnación Aguilar Criado y Carmen Lozano Cabedo: Femenino y Tradicional: los nuevos valores de género en las estrategias económicas de desarrollo .....	81
<b>CAPÍTULO 5</b>	
Sol Tarrés Chamorro: Religión y género en contextos de inmigración: Las conversiones femeninas al Islam (1995-2006).....	97



**Sobre la foto de la portada:**

**BATIDOR DE HUEVOS CON UNA REINA DE AJEDREZ  
ENCERRADA EN ÉL**

**Juan Rosco Madruga**  
Poeta Visual

Si existe un tópico que lamentablemente encierra una gran verdad es la asignación histórica del espacio público para el hombre y el privado para la mujer. Esto ha constituido una de las fronteras más difíciles de franquear a lo largo de milenios.

Los gineceos, los harenes y más tarde esa reserva del espacio destinado a la cocina, acaban siendo los exiguos reinos de la mujer.

Pero aún hay matices, mientras que el hombre cuando ha permanecido en casa ha proyectado su trabajo al exterior, al mundo, no ha ocurrido, en general, lo mismo con el trabajo femenino, repetitivo, no remunerado, no gratificado, no considerado.

El “síndrome del ama de casa” es un afloramiento del confinamiento social al que ha sido sometida la figura femenina.

El resultado final es un trabajo que encierra, que limita, que hace invisible a quien lo practica.

El trabajo de esta reina, a la que se ha asignado un rol de esposa, madre, cocinera; no la hace persona, la convierte en una parte más del menaje.



## INTRODUCCIÓN

**Anastasia Téllez Infantes y Javier Eloy Martínez Guirao**

Profesores de Antropología Social  
Universidad Miguel Hernández

Este libro que titulamos *INVESTIGACIONES ANTROPOLÓGICAS SOBRE GÉNERO: DE MIRADAS Y ENFOQUES* ofrece en cinco capítulos muy sugerentes una serie de investigaciones antropológicas donde el género es un eje transversal fundamental. Sus autores y autoras provenientes de diversas universidades españolas son antropólogos expertos y antropólogas expertas en las temáticas que presentan. Desde aquí queremos agradecerles sus colaboraciones en este texto que sin duda los lectores y lectoras podrán disfrutar. Igualmente hemos de agradecer a Fernando Borrás Roche, Vicerrector de Estudiantes y Extensión Universitaria de la Universidad Miguel Hernández, su inestimable apoyo a las actividades que desarrollamos desde *Seminario Interdisciplinar de Estudios de Género* (SIEG) y el *Observatorio de la Igualdad* (OI-UMH) de la Universidad Miguel Hernández.

Comenzamos nuestro libro, en el primer capítulo, con la magnífica aportación de **Rosa María Martínez Moreno** “*Construcción cultural y constricción social: las técnicas modeladoras de la silueta femenina desde el corsé a la cirugía*”.

Rosa M<sup>a</sup> Martínez es doctora en Antropología Social y Cultural por la Universidad de Sevilla, y en este texto parte del análisis de la aplicación en las Ciencias Sociales de conceptos como imagen, apariencia, etc., en relación al género femenino y masculino en nuestra sociedad. Como ella misma afirma intenta demostrar que lo que frecuentemente se presenta a los ojos de las mujeres –y también de los hombres- como fórmulas inocentes de acrecentamiento del atractivo sexual, y por ende, del éxito social, encubre en realidad un potente mecanismo de dominación sobre el cuerpo femenino dirigido por intereses económicos que persiguen un incremento de las ventas de todo tipo de artículos de consumo, y esto tiene una estrecha vinculación con un segundo objetivo sutilmente enmascarado por la imagen engañosa de la seducción, que emana de una visión hegemónica masculina y es el mantenimiento del control y sumisión del cuerpo de las mujeres.

La autora nos traza un recorrido histórico de los cambios intencionados en la silueta humana en orden a la consecución de una imagen acorde con las ideologías dominantes, centrándose en las mujeres como sujeto y objeto prioritario de esos cambios. A partir de ahí, se detiene en el momento actual, para reflexionar sobre cómo la economía de mercado actúa como un auténtico elemento de presión social sobre los hombres, y de modo más importante sobre las mujeres, actuando el género de forma esencial en ello. Tal y como ella explica, hoy en día en nuestra sociedad existe una fórmula basada en la asociación entre juventud y éxito social que debe mostrarse mediante la apariencia que afecta de modo especial al género femenino. Para la autora hay cuatro eslabones de una cadena opresiva y “del gran negocio” de la economía occidental y son: Mercado-Imagen-Juventud-Éxito.

El segundo capítulo titulado “*Género, masculinidad y edad*” pertenece a **Óscar Guasch Andreu**, doctor en antropología social y profesor de sociología de la Universidad de Barcelona. Para él, el género es un sistema relacional, pero su formulación judeocristiana y musulmana no es universal. El autor defiende que el modelo de género binario propio de nuestras sociedades no puede exportarse a otros contextos culturales, además la masculinidad es un producto social que cambia a lo largo de la historia; así pues, como él mismo asegura “el concepto de masculinidad es un producto occidental que está en proceso de elaboración teórica, política y social, y no puede extrapolarse sin más a todas partes”.

Óscar Guasch nos recuerda que el problema de la masculinidad es un asunto minoritario que aún no ha sido plenamente formulado y que no genera preocupación en todas partes.

En este texto, el autor afirma que la masculinidad está mediada por otros elementos de la estructura social, tales como la etnia, la clase social y la edad. En estas páginas se detiene en la relación entre género y edad, para aseverar que “la identidad masculina es diversa y está mediada por la edad”.

**María del Pilar Fernández Angulo**, doctoranda en Antropología en la Universidad de Sevilla nos ofrece en el tercer capítulo su texto denominado “*Costaleros de Sevilla: construcción social de una masculinidad*”, fruto de su actual investigación de tesis doctoral. Como ella nos explica, asalariados y a la sombra durante siglos, los costaleros de



la Semana Santa de Sevilla han vivido una gran transformación en menos de treinta años, lo que ha supuesto la salida al exterior y el reconocimiento de todos los sevillanos que hoy les ven como abanderados de sus tradiciones. Si antes permanecían ajenos al mundo oficial de las Hermandades, hoy permanecen inmersos en el mar de relaciones de poder que conlleva esta fiesta religiosa. Así, los costaleros, principalmente hombres, constituyen una nueva forma de sociabilidad en auge y son grupos sumamente heterogéneos que se identifican como un nosotros frente a un los otros. Cuadrillas de hombres que redefinen una forma peculiar de masculinidad, que sólo a veces se corresponde con el estereotipo hegemónico, a pesar de lo que se pudiera pensar.

En el siguiente capítulo, la doctora y profesora de Antropología Social **Encarnación Aguilar Criado** y la doctoranda en Antropología **Carmen Lozano Cabedo**, ambas de la Universidad de Sevilla, nos presentan su capítulo titulado *“Femenino y Tradicional: los nuevos valores de género en las estrategias económicas de desarrollo”*. En él nos ofrecen un análisis del papel que han jugado los Programas de Desarrollo Rural en las transformaciones del mundo rural andaluz, y, de forma más concreta, en el ámbito laboral femenino. Las autoras defienden y demuestran que estos proyectos han promovido la elaboración de un nuevo modelo de ruralidad sustentado sobre el valor de lo endógeno, el territorio, la tradición y la naturaleza que ha permitido revalorizar todo un patrimonio (durante muchos años ignorado e invisibilizado) asociado al ámbito doméstico y por lo tanto infravalorado.

Analizan de forma concreta como ejemplos destacables de estas dinámicas la experiencia desarrollada por un grupo de mujeres en torno a la elaboración de productos cosméticos naturales y artesanales, pues constituye, en sus propias palabras, “una iniciativa que ha supuesto la movilización de un conjunto de saberes, destrezas y prácticas tradicionales muy relacionados con las nuevas dinámicas las sociedades postindustriales y acorde con prácticas del consumo, marketing empresarial y producción de calidad”.

Por último, la doctora y profesora de Antropología Social en la Universidad de Huelva, **Sol Tarrés Chamorro**, en su capítulo titulado *“Religión y género en contextos de inmigración: Las conversiones femeninas al Islam (1995-2006)”* nos invita a reflexionar sobre un tema muy sugerente e innovador en la antropología española. La autora defiende que el acelerado incremento de la población inmigrante extra-comunitaria

da paso a una multiculturalidad que presenta múltiples factores y circunstancias, entre los que cabe destacar la coincidencia de diferentes concepciones religiosas que mantienen, a veces, un respeto mutuo mientras que, en otras ocasiones, entran en conflicto. Este es uno de los grandes retos a los que nos enfrentamos en la Europa-España de hoy, donde estados confesionales, aconfesionales y laicos pretenden seguir similares líneas de actuación. A ello, debemos sumar las diferentes representaciones ideológicas que los diversos grupos culturales tienen sobre las relaciones de género.

Como Sol Tarrés argumenta, es muy significativo que la presencia de determinadas confesiones religiosas, y más concretamente el Islam, se asocien directamente a los flujos migratorios (independientemente de la historia de dicha presencia), y que esta presencia se ponga en relación directa con los distintos procesos de integración social, o falta de integración, de colectivos inmigrantes. Y aún más revelador resulta la relación inmediata, y estereotipada, que se establece entre inmigración, religión y género.

Para la autora, la población musulmana en España, tanto la autóctona como la extranjera, cuentan con una infraestructura religiosa, jurídica y social que posibilita el surgimiento de una nueva identidad: la de español musulmán. Si a ello se añade una identidad de género, en tanto que se observa una progresiva feminización de las conversiones al islam en España, se obtiene un complejo entramado de estudio. Y esto es algo que hay que tener en cuenta en los futuros estudios sociales que se vayan a emprender.

En este libro que coordinamos y publicamos desde el *Seminario Interdisciplinar de Estudios de Género* (SIEG) y el *Observatorio de la Igualdad* (OI-UMH) de la Universidad Miguel Hernández, presentamos diversas investigaciones antropológicas sobre la construcción de la masculinidad y la feminidad desde la perspectiva de género. Sus autores/as son profesores/as e investigadores/as de diversas universidades españolas, los/as cuales abordan estudios sobre religión, religiosidad, patrimonio etnológico, género, desarrollo rural, homosexualidad, construcción cultural de la edad, sexualidad, inmigración, trabajo, relaciones de poder, culto al cuerpo, modelación de la silueta, moda, etc. desde una enfoque empírico y novedoso, fruto del trabajo de campo etnográfico.

**CONSTRUCCIÓN CULTURAL Y CONSTRICCIÓN SOCIAL:  
LAS TÉCNICAS MODELADORAS DE LA SILUETA  
FEMENINA DESDE EL CORSÉ A LA CIRUGÍA**

**Rosa María Martínez Moreno<sup>1</sup>**

La presente reflexión no va a limitarse exclusivamente a observar y tratar de explicar los cambios que ha experimentado la silueta femenina a lo largo de los tiempos, o concretamente del tiempo que dura este fenómeno social de corta duración, intermitente y aparentemente arbitrario que llamamos moda. Esta información puede encontrarse en cualquier buen manual sobre la historia del traje y no vamos a abundar sobre ella, sino que más bien nos vamos a servir de ella para ilustrar la tesis que venimos manteniendo desde hace tiempo y es que estas modificaciones impuestas sobre el cuerpo de la mujer hasta el punto de variar ostensiblemente su apariencia externa, si bien han sido presentadas frecuentemente como consecuencias de las variaciones del gusto del momento, y por tanto como fruto de la arbitrariedad, responden sin embargo a motivaciones fuertemente codificadas y no son en absoluto casuales, sino causales. Es decir, estas modificaciones son impuestas y no arbitrarias, y responden a causas concretas más que a motivaciones abstractas.

Aunque el tipo de fenómeno que estudiamos no es privativo de unas culturas determinadas, hemos de aclarar que en este trabajo nos estamos refiriendo a una serie de transformaciones formales de la silueta humana y más concretamente en la femenina dentro del ámbito de acción de la cultura occidental.

Hemos realizado con anterioridad otros análisis sobre la interacción entre vestimenta e identidad, aplicando algunos parámetros proporcionados por los estructuralistas franceses, de los cuales hemos tomado conceptos

---

<sup>1</sup> Grupo de Investigación “Patrimonio Etnológico, Recursos Económicos y Simbolismo”, adscrito al Plan Andaluz de Investigación (PAI: HUM-0398). Este trabajo se inscribe en el grupo de investigación «Patrimonio Etnológico, Recursos Socioeconómicos y Simbolismo», Plan Andaluz de Investigación. Junta de Andalucía (HUM-0398), subvencionado por los proyectos de investigación: “El estudio del Patrimonio Cultural como factor de desarrollo: Una propuesta de actuación”. D.G.E.S. Ministerio de Educación y Cultura (P.B. 97-0708) y “El Patrimonio como recurso en la era de la globalización. Nuevas perspectivas para su gestión”. I+D (BSO2001-2394). 2001-2003. Ministerio de Ciencias y Tecnología.

como presentación de soy, así como la inclusión, en un análisis denso de la apariencia, de aspectos como la comunicación entre actores sociales que es apropiada a través del uso de determinadas indumentarias y formas de llevarlas, en otras palabras, el porte y el gesto. No desdeñamos las aportaciones de los modernos fenomenólogos sobre estos aspectos interactivos de la indumentaria ni el análisis psicosocial de los contextos en los cuales se producen estos movimientos.

Los trabajos sobre indumentaria, presencia física y relaciones sociales son muchos y variados, pero éstos suelen referirse con frecuencia a aspectos monotemáticos (etnicidad, moda, mercado, identidad colectiva, motivaciones psicológicas, variaciones impuestas sobre el cuerpo físico). La investigación que comenzamos hace años y que culminó en nuestra tesis doctoral nos ha dado ocasión de familiarizarnos con las diversas perspectivas desde las cuales se puede abordar el estudio de la presencia física. En la actualidad creemos que la antropología, por su capacidad interdisciplinar, es el punto de partida ideal para abordar este tipo de análisis. No se trata de criticar las variaciones de la moda y sus consecuencias, a veces nefastas, sobre los cuerpos femeninos, sino de someter la cuestión a un análisis denso (Geertz, 1991), en el cual queden al descubierto las motivaciones profundas (sociales, económicas, identitarias, de género) que actúan como motores de estos cambios, y sobre todo que consiguen que las mujeres los acepten convirtiéndose, en ocasiones, en verdugos y víctimas al mismo tiempo de su propio cuerpo.

Trataremos en este trabajo de demostrar que lo que frecuentemente se presenta a los ojos de las mujeres –y también de los hombres- como fórmulas inocentes de acrecentamiento del atractivo sexual y por ende, del éxito social, encubre en realidad un potente mecanismo de dominación sobre el cuerpo femenino, y que este mecanismo está férreamente dirigido por intereses económicos que persiguen un incremento de las ventas de todo tipo de artículos de consumo (cosmética, ropa y cirugía plástica) y técnicas destinadas a la transformación del cuerpo. Al mismo tiempo, afirmamos que estos intereses, por otra parte, mantienen una estrecha vinculación con un segundo objetivo sutilmente enmascarado por la imagen engañosa de la seducción, que emana de una visión hegemónica masculina y es el mantenimiento del control y sumisión del cuerpo de las mujeres que desde tiempos inmemoriales parece haber resultado una fórmula inmejorable para la inmovilización y paradójica invisibilidad social de las mismas.

### **A.- El concepto de imagen y su aplicación a las ciencias sociales.**

Puesto que vamos a hablar de apariencias femeninas, no está de más repasar, primero, el concepto de imagen, porque si no se parte de un previo análisis es difícil comprender la importancia que la imagen –en principio simple representación de la realidad- llega a adquirir en el desarrollo de las relaciones sociales y su papel como vehículo de comunicación entre los actores sociales. En este trabajo nos referiremos a las representaciones sociales del cuerpo partiendo de la contemplación de imágenes del mismo que consideramos construidas culturalmente. Es posible hablar de una historia de la apariencia, como es posible trazar el recorrido histórico de las representaciones icónicas del cuerpo, y es concerniente para nuestro trabajo porque sólo considerando su relación con los aspectos culturales, ideológicos y económicos de esta construcción social nos daremos cuenta de que las modificaciones que de manera aparentemente casual la Moda ha impuesto a la silueta de las mujeres carece de ese sentido de respuesta “espontánea” a los cambios sociales que se atribuye con frecuencia a los movimientos de la moda, y, por el contrario, tiene mucho que ver con la construcción cultural del género y con el ejercicio de una presión represiva sobre el cuerpo de las mujeres mediante auténticos actos de violencia simbólica.

Algunos autores, como Jean Molino (1994:177-185) consideran que el concepto de imagen es un conjunto de realidades unidas por lo que Wittgenstein llama “semejanzas familiares”, y es asimismo un concepto variable según las culturas. Desde el punto de vista semiológico (del significado), este trazo de la semejanza es común a todas las semiologías de la imagen que cargan el acento en lo icónico (representación por medio de figuras):

Una imagen es, primero, una realidad material: un objeto entre otros, ya se trate de dibujo, escultura, fotografía o imagen digital. Existe una relación entre esta imagen material y la imagen mental.

En segundo lugar, la imagen material y la mental son analógicas en lo que tienen de homogéneo con aquello a lo cual sustituyen, aproximándose así a la percepción visual y en menor grado, táctil.

En tercer lugar, la imagen remite a una tercera realidad en tanto que sustituto representativo de ésta.

Finalmente, la imagen es imagen de algo para alguien, ya sea un individuo aislado o una comunidad, y no es nada en sí. Es preciso que exista una situación dada para que una entidad A sea imagen de una entidad B. Es decir, la imagen es más una relación que un objeto, que relaciona un sujeto X, imaginante, con una imagen Y (todo ello nos remite al contexto).

La imagen aparece como uno de los dos grandes sistemas de relación del hombre con el mundo, siendo el otro el sistema de representación verbal.

Siguiendo el análisis de Molino, la imagen constituye también un hecho humano y social total: como en toda realidad de orden cultural, viene definida y construida por cada cultura.

Encontramos un primer eje de análisis acudiendo a la mentalidad primitiva, en la cual la imagen no manifiesta la cosa, ella es la cosa, no se contenta con representarla, actúa por sí misma, de modo que llega a reemplazarla en su presencia inmediata. Se obtiene así un continuum cuyos polos oscilan entre el pensamiento mítico (confusión entre imagen y modelo) y racional (separación absoluta entre ambos).

Pasamos así a un segundo plano del análisis, es decir, la imagen considerada como praxis. Guy Barbichon (1994) contempla los tres usos o funciones de la imagen en el terreno de la praxis social:

En primer lugar, la imagen puede actuar como objeto en acción, bien sea influyendo sobre el espectador como modeladora de actitudes sociales o como medio de inducción a la acción.

La imagen como elemento del proceso de acción está ligada a múltiples operaciones y agentes aislados o asociados: inspiración, creación, codificación, control, fabricación, difusión, consumo, son tanto elementos como momentos de complicados procesos que intervienen en el devenir de una imagen, de manera que solamente a través de las acciones que se construyen y se encadenan alrededor de una imagen, ésta puede perpetuar su existencia. (Pero, por una cuestión de polisemia, la misma fuerza ilocucionaria de una imagen puede engendrar una reacción contraria de

destrucción o de negación, pues la misma destrucción representa una forma elemental y extrema de la interacción).

En segundo lugar, como objeto de movimiento semiótico, la imagen se inserta propiamente en la praxis social. En relación a los contenidos icónicos, se produce un movimiento de intercambio de bienes simbólicos. Este movimiento sólo puede entenderse si consideramos que la imagen es un soporte material de significados virtuales, a la cual no podemos atribuir una unidad constante e invariable de significados.

La circulación de bienes icónicos se opera mucho más sobre el modo de interinducción que sobre el modo de una inducción unilateral. La modificación de la silueta femenina en orden a un modelo establecido y variable a lo largo del tiempo corresponde a un fenómeno de este tipo. A través de la toma de prestigio de una imagen se produce una actividad de ósmosis entre los actores sociales. No existe ningún tipo de prescripción o recomendación explícita de adoptar esa imagen, de componer esa figura. Sin embargo, lo que en un momento determinado puede ser un hecho individual y aislado se transforma en un hecho social colectivo a través de una especie de contagio de las ideas (Sperber, 1996) que se activa en determinadas coyunturas, lo cual contribuye a la conservación y vivificación del imaginario colectivo. El devenir de una imagen puede presentarse, pues, como un circuito que es preciso aprehender en sus idas y venidas, su circularidad más o menos complicada.

Por último, en su unidad material, la imagen es asimismo objeto de múltiples posibilidades de percepción. La interpretación antropológica nos permite realizar una “lectura de la imagen” que tiene en cuenta la multiplicidad de miradas: por una parte, de los múltiples actores integrados en la historia de esa imagen, y la de un único actor sobre esa imagen. En efecto, el funcionamiento subjetivo de una imagen engloba una gran diversidad de modos y niveles de percibirse: desde el discurso ilustrado hasta la puesta en escena de un grupo de individuos que se convierten ellos mismos en imagen.

Sirva este preámbulo para aclarar, al menos, que la imagen no es en ningún modo una nonada, una entidad vacía de significado, sino que es en sí misma una fuerza comunicadora que le viene dada, no solo del objeto al cual representa o en lugar del cual se presenta, sino de la gran carga de significados arbitrarios atribuidos que comporta. Por todo ello debemos concluir que la imagen no es, por así decirlo, inocente o inocua, sino que

puede ser sometida a manipulación con mucha mayor facilidad que el objeto al cual representa y que esta cualidad dúctil y manejable de la imagen es lo que justifica el interés de su análisis bajo el prisma de las ciencias sociales.

### **B.- La apariencia y la presentación de soy**

La historia de la presencia corporal de los seres humanos está sometida a los fenómenos de penetración cultural, que marcan no sólo la evolución de las formas de la vestimenta a través del tiempo y en los diferentes lugares, sino la manera en que las personas se interrelacionan entre sí y se presentan a sí mismas.

Entendemos por fenómenos de penetración cultural la transformación de las demandas sociales, la evolución de las modas, el papel de los intermediarios culturales, la importancia de las variables identitarias y los mecanismos del deseo, es decir, tener en cuenta no sólo los aspectos de mercado y consumo, sino las muy poderosas motivaciones que proceden de la psicología de los afectos, entendidos como voluntad de comunicación entre los seres humanos (Rauch, 1989: 145-155).

Cuando hablamos del traje no nos referimos exclusivamente a la superposición de prendas sobre el cuerpo, sino que utilizamos este término como un concepto abierto, que incluye el cuerpo y sus transformaciones artificiales: ya se trate de tatuajes, escarificaciones o simples adornos, cualquier elemento modificador de la apariencia ya lo viste simbólicamente puesto que nos vestimos para los ojos de los demás. Toda persona vestida es una *gestalt* que incluye el cuerpo, toda modificación directa del mismo, y todos los suplementos tridimensionales alrededor del mismo. Lo cierto es que sólo a través de una manipulación racional podemos separar el cuerpo de sus suplementos y modificaciones y que tanto unos como otras pueden ser considerados como tipos de trajes porque hacen igualmente efectivo el significado de la comunicación humana.

Por otra parte, el término “apariencia” es aún más amplio puesto que comprende conceptos que no están englobados en el traje. Describir la apariencia de una persona vestida es algo más que describir un cuerpo y sus modificaciones y suplementos, léase su traje: significa describir la percepción que uno tiene de su forma de moverse dentro de esa envoltura, la elección de piezas, colores y materiales que componen su traje, la adaptación realizada por esa persona consciente o inconscientemente de esa



indumentaria sobre su figura. El impacto producido por la percepción unificada de estas cualidades es lo que constituye la apariencia, e incluye al menos la acción de dos actores: el portador que transmite y el espectador que percibe esa imagen. Por eso, ninguna apariencia es casual, puesto que incluye un grado variable de intencionalidad tanto en la forma de comunicar como en la manera en que esta información es recibida.

Los abundantes estudios sobre la presencia corporal inciden en tres aspectos que deben tenerse en cuenta con respecto a la apariencia física, a la forma de presentarse uno mismo a los demás, que Goffman (1997) define con la precisa expresión de *presentation de soi*.

En primer lugar, a través de la apariencia se escenifica una confrontación física con el otro. Más allá de mostrar una visión más o menos aproximada a la imagen que cada uno tiene de sí, buscamos mediante el choque producido en el otro, un efecto de confrontación afectiva, de marcar de alguna manera el territorio propio y de acabar con su indiferencia, es decir obligarle a tomar una posición con respecto a uno mismo. Estos usos abren la vía a expresiones inéditas de seducción.

En segundo lugar, el parecer puede no sólo mostrar determinadas características que se desean destacar, sino ocultarlas o enmascararlas. La apropiación del modelo propuesto supone la valoración de la imagen de sí, idea que es captada rápidamente por la publicidad. Seguir la moda lleva a la manifestación del gusto propio -a afirmar una elección personalizada-, al dominio de los códigos sociales que rigen las diferentes circunstancias de la vida pública y a la actuación sobre los otros mediante el efecto provocado por la exteriorización de la propia imagen (Rauch, op.cit. 1989). Las escuelas de interpretación psicoanalítica de la vestimenta destacan la importancia que adquiere el corte significativo respecto a la presentación de uno mismo ante los demás, puesto que dibuja el cuerpo para ser visto por los demás. Este dibujo es la figura, la silueta.

En tercer y último lugar, la autorrepresentación de la identidad a través del traje busca no sólo la confrontación visual, busca apoderarse de la atención del otro, provocar su deseo. El cambio en los parámetros del comportamiento corporal ha derivado en que la presentación del yo ante los demás incluya, además del parecer (el porte) el estar en (el gesto), físicamente presente a las miradas de los otros. Estos efectos reposan psicológicamente sobre una ilusión, conocida por los especialistas bajo el

nombre de confluencia, es decir, la atribución de la cualidad de la cosa al portador de la cosa, de forma que ésta es percibida como un todo.

He aquí algunos de los efectos que la apariencia (el parecer y el estar en) ejerce sobre las personas en un nivel individual. Pero también hemos de considerar esos efectos a un nivel más amplio, en la esfera de lo social. El traje, así entendido, es lo que hace visible al hombre a los ojos de los demás, proporcionándole una apariencia cuya contemplación aporta una serie de datos no sólo sobre la personalidad y gustos del portador, sino sobre su adscripción social, sexual y laboral<sup>2</sup>. El traje es señal y puede llegar a convertirse en símbolo de identidad individual y colectiva. Por eso decimos que es marcador de la integración y de la diferencia.

La relación entre el cuerpo individual y el cuerpo social se muestra a través de la representación de valores que se produce en el hecho social de la indumentaria. Por la misma razón que el individuo se viste para aparentar aquello que imagina ser, las sociedades visten a sus miembros para representarse a sí mismas, elaborando sus propios modelos y orientando las conductas de los individuos en orden hacia una serie de valores de hegemonía y subalternidad, que son aprehendidos a su vez a través de unos códigos transmitidos generacionalmente. La imagen así mostrada es una cristalización, una configuración cultural de aquello que se pretende dar a entender. Es así como la apariencia deviene en el resultado de una construcción cultural sobre el cuerpo.

---

<sup>2</sup> La relación entre el traje y el “espíritu de una época” es un hecho que aparentemente está fuera de toda intención o conducta dirigida. En la actualidad se aborda bajo dos líneas de investigación: la Psicológica más propia de los investigadores anglosajones que estudian la jerarquía de motivos de elección vestimentaria. No intenta relacionarlo con la totalidad psíquica o social, considerándolo sólo como un hecho indicador. La segunda línea es la Psicoanalítica: describen más bien las expresiones de personalidad. Flugel (1930), Pastoreau (1992), Jodelet (1976) y otros, consideran que no se trata de un hecho indicador porque es susceptible de ser interpretado como elección individual o del super-ego. Se trata más de *hechos de expresión* que de *indicadores*. Al analizarlos como elección del super-ego son considerados como representación social del cuerpo, entrando en el campo de la Psicociología. Existen estudios muy destacables en esta línea como son los de Stoezel (1978), Köning (1969), Kroeber (1919), Moscovici (1976), etc.

### **C.- Los cambios de la apariencia a través de los tiempos.**

Es a partir de este preámbulo teórico cuando surge una cuestión sobre la cual reflexionamos en la presente exposición: quizás alguien comience a preguntarse si es posible representar valores a través de la apariencia, también es posible manipular ideológicamente la apariencia para que estos valores aparezcan como realmente representados cuando de lo que puede tratarse es de simulaciones. Así, planteada esta posibilidad, cabe preguntarse a quién benefician estas actuaciones, puesto que resulta obvio observar que toda manipulación persigue el beneficio de unos individuos en detrimento de otros. Y resulta obvio, asimismo, que para conseguir tales efectos beneficiosos es necesario, por una parte, alguien que posea el poder y el prestigio necesarios para alentar estas transformaciones de la apariencia adaptándola a unos modelos determinados, y alguien que esté dispuesto a seguir esos modelos, cuya imposición parte de unas orientaciones de valor que se muestran, bien como coacción social ineludible (las antiguas leyes suntuarias) o bien como elección personal del individuo. Un ejemplo del segundo tipo de coacción lo constituye el fenómeno que conocemos como “dictadura de la moda” que analizaremos más adelante.

En el recorrido histórico que trazamos a continuación, veremos cómo, en efecto, los cambios –que no evolución, pues se supone que este concepto contiene un elemento de progresión ausente en este continuo rulo por donde discurre la imagen femenina- en la apariencia de hombres y mujeres están estrechamente ligados a factores no sólo sociales y económicos, sino lo que es más importante, ideológicos.

Podemos señalar que los cambios en la apariencia de hombres y mujeres a través de los tiempos se mueven en dos direcciones primordiales: en un principio, estos cambios parecen ir encaminados a mostrar la diferenciación social entre los individuos, pero casi inmediatamente, los cambios se orientan hacia la diferenciación sexual. Ambas diferenciaciones, que en un principio parecen fruto de una lógica bien incardinada con la praxis social, (por cuestiones de poder y de prestigio, los dominantes no consentirán ser confundidos con los dominados, por cuestiones relativas a las relaciones entre los sexos, los hombres y mujeres buscarán no ser confundidos entre sí) se entrecruzarán con múltiples factores ideológicos que tienen el común un doble objetivo: no se trata sólo de evitar la confusión entre clases o géneros, sino también de asentar la diferenciación de tareas en el contexto social.

Una observación atenta de las variaciones de la silueta humana a través de los tiempos nos permite identificar los momentos significativos de estos cambios que exponemos a continuación.

1.- Identificamos un primer momento de diferenciación social a través de la vestimenta en las Grandes Civilizaciones de la antigüedad, donde los trajes se componen de una serie de piezas básicas que servían prácticamente para ambos géneros y grupos de edad, con ligeras variaciones en cuanto a longitud y tamaño de las mismas. Los testimonios de la civilización egipcia o cretense nos muestran vestidos diferenciados para ambos géneros manteniendo una parecida apariencia formal, primando la desnudez o semidesnudez para ambos géneros. En Grecia y Roma encontramos también similitud en los aspectos materiales formales, aunque la diferenciación de edad y género se expresaba por la cantidad de tela, la forma de ceñirse, la colocación de los pliegues, etc., No obstante, la diferenciación social comenzó bien pronto a expresarse de manera explícita a través del tipo de tejido y adorno. En un principio, pues, la indumentaria refleja la imagen de un cuerpo idealizado en vistas a la posición social de su portador.

Aunque el advenimiento del Cristianismo con su mensaje renovador y su búsqueda de la primitiva pureza modificó un poco los trajes de las clases nobles, introduciendo un elemento de sencillez y decoro, los ostentosos trajes de Corte bizantina que nos muestran los mosaicos de Rávena dan fe de la escasa diferenciación sexual y la enorme diferenciación social en la vestimenta usada por los emperadores y cortesanos. Esta tendencia permaneció durante toda la Baja Edad Media, en la que hombres y mujeres usan una o varias túnicas cosidas superpuestas según la estación: un poco más ajustada para el género femenino, introduciéndose el uso de calzas para los varones.

2.- La naturalización intencional de la figura humana y comienzo de la diferenciación sexual acentuada a través de la indumentaria.

Hasta mediados del S.XIV, la ropa ha sido, ante todo, un indicador de la posición social de sus portadores. La expresión del gusto personal y la clara diferenciación del género a través de la vestimenta vendrán marcadas, en Europa y en los países de influencia occidental, a partir del Renacimiento. Como consecuencia del advenimiento del Humanismo, se produce una exaltación del cuerpo que tiene su expresión más genuina a

través del arte. Mientras que literatos y filósofos convierten al hombre en el centro del mundo, los artistas plásticos vuelven su mirada al desnudo al igual que en la Antigüedad clásica como gloriosa imagen de la perfección humana.

Esta tendencia se refleja en el traje que comienza a resaltar la figura humana, acortándose la antigua túnica hasta las caderas con el consiguiente protagonismo de las calzas que resaltan la genitalidad de los hombres y conservándose el largo ceñido a la cintura y escotado para las mujeres, realzando a su vez vientre y senos como rasgos de maternalidad. El gusto por los adornos y los colores vivos es común a ambos géneros. Ello no hubiera sido posible en el Medioevo, en que la nobleza -única clase con potencial adquisitivo, y aún así, limitado por el escaso desarrollo del comercio- constituía una mínima parte de la población, sino que va unido al desarrollo de una clase social capaz de asumir la carga económica de esta transformación: la burguesía (Deslandres, 1987: 99-164).

Hasta mediados del S.XVI la representación social del cuerpo a través de la indumentaria tal y como podemos observar en los modelos que nos proporcionan las artes figurativas sigue en general una línea naturalista, adaptándose las vestimentas a la figura natural del hombre y de la mujer.

### 3.- Ideologización del traje y primeras constricciones sobre el cuerpo

Hacia la segunda mitad del S.XVI la vestimenta evolucionará hacia una mayor personalización en la que intervienen dos factores primordiales: a) la posición social y la posibilidad de acceso a tejidos y adornos a través del desarrollo del mercado, y b) la influencia cambiante de las cortes europeas, que impondrán su estilo en consonancia con su posición dominante en el cuadro político occidental. Así comenzará la ideologización del traje, que pretenderá transformar la apariencia en concordancia con la rigidez del pensamiento religioso de la época, produciéndose un enmascaramiento intencionado de la constitución natural tanto en hombres como en mujeres, tendente a la deformación mediante el añadido de rellenos, corpiños fuertemente constrictivos y volúmenes artificiales, en suma, un sinfín de incómodos artilugios que modifican profundamente la percepción del cuerpo natural. Se pretende resaltar la fuerza y masculinidad del varón, que es mostrado luciendo unos enormes hombros, un busto que imita la rigidez de la armadura, y el resalte y abultamiento del escroto lo cual se consigue mediante una pieza específica que a veces hace funciones de bolsa o bolsillo. Sin embargo, puesto que las

curvas femeninas son consideradas pecaminosas por la iglesia, el busto sufre una tremenda constricción mediante el uso de un corpiño de cuero y alambre que modela el talle convirtiéndolo en un perfecto cono invertido. Sobre esa armazón se cosen entre sí las piezas que componen la parte superior del traje, de modo que vestirse es una difícil actividad que requiere el concurso de varias personas. A ello se añaden los abultamientos laterales que impiden realmente cualquier tipo de movimiento libre. En definitiva, se trata de auténticos trajes-armaduras.

Con algunas excepciones, la evolución de la vestimenta se produce en el sentido de una cada vez mayor artificiosidad propia del movimiento barroco que afecta por igual a hombres y mujeres, imponiendo parecidos sacrificios a ambos géneros, aunque orientada cada vez más a resaltar el dimorfismo sexual. Durante los siglos XVII y XVIII ésta será la característica más destacada de la indumentaria de las clases aristocráticas

#### 4.- Un breve lapsus de “naturalización femenina”

La Revolución Francesa trajo consigo importantes cambios en el seno de las sociedades occidentales: se produjo la abolición de los privilegios de la nobleza, al mismo tiempo que la difusión de las nuevas ideas de Progreso y Libertad propiciaban una nueva imagen del hombre acorde con la nueva ideología de igualdad y fraternidad, provocando una reacción en contra de la ostentación anterior: Las Cortes reales dejaron de ser foco de atracción y surgió una valoración del trabajo en contraste con la ociosidad de las clases privilegiadas del Antiguo Régimen. La Ilustración considera al hombre como parte integrante de la Naturaleza, que puede llegar a ser dominada por medio del estudio científico y la razón. La naciente sociedad industrial y el triunfo de la burguesía y de la ética protestante potenciarán un estilo mucho más austero y acorde con los roles cada vez más definidos de ambos géneros.

Inmediatamente posterior al triunfo de la Revolución Francesa, el estilo Imperio que se impuso tras los rígidos trajes de Corte de la época de Luís XVI, dejaba entrever el cuerpo femenino en todo su esplendor. Los drásticos cambios post-revolucionarios se concretaron para las mujeres en la abolición de corsés y miriñaques y durante casi dos décadas, la primera del S.XIX, el cuerpo femenino se muestra libre y semidesnudo, sólo cubierto con ligeras gasas y muselinas. El estilo es “campestre”, “popular”, la cintura alta resalta la maternalidad y supone al mismo tiempo una

delicada recreación de las curvas naturales, en un retorno al naturalismo de las civilizaciones clásicas.

No ocurrió lo mismo con la ropa de los hombres cuya simplificación sufre un proceso paralelo, aunque sólo en el sentido de una mayor funcionalidad: el traje masculino prescinde de elementos superfluos y adopta el estilo campestre inglés, caracterizado por una mayor sobriedad tanto en las formas como en el colorido y materiales que ya no abandonaría –e incluso entonces, parcialmente- hasta la segunda mitad del s. XX.

#### 5.- Gran Renunciación masculina y la Dictadura de la Moda

Es a principios del XIX cuando se comienza a asociar exclusivamente a la mujer con el adorno al mismo tiempo que éste es fustigado por la Iglesia: todo lo que pueda resaltar los encantos femeninos es visto como pecaminoso, lo cual alienta en realidad una doble moral: en el plano ideológico, tanto el Romanticismo como el Puritanismo refuerzan el ideal de mujer distante, objeto adorado y venerado, a veces maldito, a veces vía de salvación, pero objeto lejano siempre<sup>3</sup>.

He aquí el momento en que se produce un fenómeno sorprendente, que los autores especializados han dado en llamar La Gran Renunciación Masculina. Mientras los trajes masculinos abandonan definitivamente todo exceso ornamental y evolucionan hacia una severa uniformidad -el negro, gris y marrón serán, a partir de este momento, los colores masculinos- los vestidos femeninos comienzan a complicarse en el sentido de una cada vez mayor incomodidad para sus usuarias: varias enaguas superpuestas que dificultan los movimientos, tejidos muy delicados que requieren cuidados especiales, estrechos botines abotonados y vuelta del tacón. Por otra parte, la estrepitosa crinolina que aparece a mediados del siglo se complementa con el insano corsé y más adelante, con el añadido del polisón y la profusión de adornos como cintas, pliegues, lazos y monumentales sombreros, lo cual no sólo dificulta, sino que prácticamente impide a la mujer cualquier tipo de actividad en la que pueda competir con los hombres. Es decir, su incorporación al mundo cada vez más prestigioso del trabajo, a la sociedad que se desarrolla más allá de los muros del hogar, a la que la mujer decente no puede acceder si no es acompañada de un hombre.

---

<sup>3</sup> La sublimación de estas tendencias da lugar a un nuevo arquetipo de heroína literaria: la prostituta, la proscrita, la mujer infiel: la Traviatta, Carmen, Madame Bovary.

Es el momento más cruelmente restrictivo del cuerpo femenino, que comienza a sufrir en exclusiva la Dictadura de la Moda.

La dicotomía sexual en la vestimenta va unida a la separación de las funciones de cada Género consagrada por la época victoriana: el mantenimiento del hogar es tarea que compete por entero a las mujeres, mientras que la provisión del sustento económico en la calle es un asunto exclusivamente masculino. Todo ello va acompañado de una fuerte construcción ideológica que apoya la diferenciación sexual y social: este tipo de vestimenta tampoco es aplicable a las mujeres de clases trabajadoras, campesinas y proletarias. Se trata, pues, de un tipo de ropa sólo accesible a las mujeres de la clase ociosa. Las revistas de moda, creación de principios del S.XIX, omiten totalmente a este sector de la población. Es prácticamente imposible que una mujer que trabaje en el campo o en una fábrica lleve un ajustado corsé que dificultaría su respiración, o un polisón que se engancharía con facilidad. Una mujer que trabaje fuera de su casa, lo hace por un sólo motivo: la pobreza. La pintura social de la época nos proporciona numerosos testimonios gráficos de la vestimenta de las clases proletarias, en los que se muestra esta evidente diferenciación social.

#### 6.- La liberalización de la silueta femenina

Tardaremos más de un siglo en ver aparecer de nuevo una silueta femenina natural, si bien antes de la guerra de 1914 ya modistos como Poiret habían abogado por la desaparición del corsé imponiendo una silueta trapezoidal más amplia que se caracteriza por una cintura más ancha y el pecho opulento. Tras la Primera Guerra Mundial se impone una estilización de la figura, que evoluciona hacia una androginia que va a constituir el nuevo estereotipo de seducción. En este momento la libertad de movimientos será casi plena para la mujer al acortarse la falda.

Así pues, la primera mitad del S.XX con sus dos guerras mundiales aportará nuevos cambios ideológicos con respecto a las diferencias sexuales que se reflejarán igualmente en el fenómeno vestimentario: la incorporación progresiva de la mujer al mundo del trabajo, del deporte y académico, traerá consigo una mayor liberalización que se reflejará en la abolición del corsé, que viene a ser sustituido por una faja acolchada aplanadora, el acortamiento de los vestidos y la apropiación del pantalón, obra de la revolucionaria de la moda Coco Chanel. Por otra parte, la difusión de las teorías psicoanalíticas pondrá en evidencia la importancia



de la libido en el comportamiento humano y aclarará, si bien de manera harto discutible, las diferencias sexuales con respecto al fenómeno exhibicionista<sup>4</sup>. Sin embargo, no era precisamente el monopolio de la belleza el objetivo de la conciencia de lucha femenina, sino la reivindicación de igualdad de derechos sociales y cívicos defendidos por los movimientos feministas del siglo anterior.

En el período de entreguerras se reveló un nuevo ideal de belleza que respetaba e incluso alentaba una saludable constitución fruto de la práctica del deporte, rechazando el uso del corsé y cualquier prenda que comprimiera el cuerpo femenino.

Durante y tras la Segunda Gran Guerra, los regímenes fascistas (Petan, Mussolini, Franco, Espínola) se habían esforzado en acuñar la imagen de la mujer-madre, reducto de los valores morales del régimen, en la cual jugó un importante papel el apoyo decidido de la Iglesia Católica y la exaltación de la figura de María a través del reconocimiento de dogmas y la oleada de apariciones marianas que pretendían combatir las tendencias democráticas e izquierdistas. Por su parte, los Estados Unidos se embarcan, superada la Gran Depresión y en plena euforia victoriosa, en la reconstrucción del Sueño Americano, potenciando la imagen del *self-made-man* y un patriotismo pueril y anticomunista que pasa a través de la sobrevaloración de la institución familiar, ideal forzoso de la *american middle class*. Inmediatamente después comienza el protagonismo absoluto de la juventud como valor ético, económico y social.

A pesar del intento de los grandes Modistos por recuperar una moda elitista en la década de los cincuenta –el *new look*–, basada en las cinturas estrechas, busto prominente realizado por el nuevo artilugio interior llamado sostén y un sustituto sintético del polisón que a su vez da en llamarse *can-can*, la democratización de la moda se impuso como consecuencia de la entrada de la clase media en un sistema de consumo masivo, caracterizado por la accesibilidad a la ropa confeccionada en serie, el *pret-a-porter*. Para

---

<sup>4</sup> Autores como Crawley (1912) llegan a afirmar: "En el último estadio (de la historia de la vestimenta) el sexo débil no sólo ha conquistado la libertad y el derecho de fascinar que eran los privilegios del cortesano, sino que igualmente ha restablecido la balanza en favor de un equilibrio más realista y duradero. La historia de la lucha inconsciente de la mujer por el monopolio de la belleza vestimentaria es el reflejo de un importante movimiento social". Crawley, "The mystic rose" y el art. "Dress", en *Encyclopaedia of Religion and Ethics*.op cit en Flügel, 1982.

diferenciarse de la moda de la calle, la elegancia sin embargo, se muestra a través de una sutil diferenciación, un modelo ideal conseguido a base de los mejores productos, que la gran masa es incapaz de diferenciar puesto que no se exhibe, sino que forma parte del lenguaje secreto de las élites. Así funciona el sistema del consumo, ejerciendo sobre la población una presión que le obliga a adquirir el producto accesible, la serie, persiguiendo el modelo inalcanzable, único (J. Baudrillard, 1977).

7.- La irrupción de la juventud como valor y la búsqueda de la eterna juventud.

Al final de la década de los sesenta se producirá un gran revulsivo a nivel de masas en el llamado primer Mundo, porque ya se produce como fenómeno mediático y es la rebeldía juvenil que estalla bajo dos detonantes: en EEUU por la oposición hacia la guerra del Vietnam y las revueltas juveniles del mayo francés del 68, siendo dos caras de la misma moneda que es un movimiento de rebeldía contra el sistema imperialista occidental. Las mujeres se incorporan en plano de igualdad a este movimiento juvenil y, lo mismo que tras la Revolución Francesa o tras la I Guerra Mundial, esa posición igualitaria en el plano social traerá consigo una liberalización de la apariencia nunca hasta entonces conocida. Muchos autores consideran que el acto simbólico más glorioso del feminismo de aquellos años fue el destierro del sostén y el rechazo a cualquier tipo de imposición restrictiva de la libre manifestación de la naturaleza.

Los años posteriores traerán la aparición de la moda casual y el comienzo del gimnasio como actividad cotidiana (cuerpos *danone*), la alimentación natural como sinónimo de sana, el triunfo de la naturalidad y la exhibición del cuerpo desnudo, sin artificio.

A partir de los ochenta se produce un cambio sobre el cual queremos llamar la atención porque consideramos que es el antecedente de la presión que la moda actual ejerce sobre el cuerpo de las mujeres: el estilo deportivo se abrió paso en la indumentaria de la calle. Ello no obedece a una casualidad: la necesidad de mostrar una apariencia eternamente sana y juvenil de acuerdo con el ideal consagrado en la década anterior impulsó la práctica de deportes de mantenimiento como el aeróbic, el *footing* o la musculación que pasaron a convertirse en deportes de masa.

Sano comienza a ser sinónimo de delgado y éste de Moda y de juventud, muy al contrario que la delgadez exhibida en el s. XIX, en que Moda era sinónimo de enfermedad.

En los años noventa, hablar del fin de la dictadura de la Moda se puso “de moda”, al igual que había ocurrido en los años veinte. Sin embargo, este momento, que Rauch identifica con el de intensificación del consumo de productos modificadores de la apariencia (cosméticos, ropa, cirugía estética) coincide también con el momento en que la representación social del cuerpo a través de imágenes de moda comienza a vaciarse de contenido por mixtificación y alteración, en cuyo caso el objeto representado que sirve de base al símbolo adquiere una identidad difusa.

No vamos a detenernos en los fenómenos de moda más recientes porque para el tema que abordamos a continuación baste decir que a partir de los cincuenta y como consecuencia de los factores citados, la apariencia corporal evoluciona rápidamente en dos sentidos: la persecución de una eterna juventud y la desaparición del traje como emblema de clase y su sustitución por el traje como emblema de estilo de vida.

Haciendo una breve recapitulación sobre todo lo dicho anteriormente, podemos decir que:

a) El fenómeno de la moda y sus efectos modificadores sobre la propia apariencia, afectaba hasta tiempos muy recientes exclusivamente a las clases ociosas. La práctica por parte de la mayoría de la población de una economía de supervivencia impedía la acumulación de excedente que da lugar a las industrias del lujo. Por tanto la moda sólo era motivo de preocupación para unas clases cuyas principales ocupaciones eran la “vida de Sociedad” y el cuidado de la apariencia, en orden a la cual imponía sus sacrificios. La indumentaria de las clases populares se limitaba a reflejar la ocupación social del portador y el tipo de productos locales de los que se disponía. El éxito de la apariencia respondía a una ecuación relativamente sencilla:

Una constitución física privilegiada -naturalmente proporcionada y de acuerdo a los cánones estéticos del momento-. Una posición social privilegiada -capacidad adquisitiva que permitiera una serie de modificaciones de la apariencia tendentes a resaltar los rasgos propios más hermosos disimulando aquellos que entran en contradicción con el modelo de belleza vigente en el momento.

b) Esta ecuación proporcional cambió de manera drástica a partir de los dos grandes acontecimientos sociales de finales del XVIII: la Ilustración y el comienzo de la Industrialización, que posibilitarían el acceso al consumo de las clases trabajadoras y la diversificación social por el incremento del sector de población constitutivo de la clase media.

c) Si los cambios sociales han impulsado la evolución de la apariencia masculina y femenina de manera parecida hasta el S.XIX, es a partir de aquí cuando se produce una acentuación de la dicotomía sexual. La “Gran Renunciación Masculina” viene a coincidir con la definitiva sacralización de la dependencia femenina. Se trata al mismo tiempo del momento en que la mujer pierde en verdadero poder lo que gana en apariencia (I. Deslandres, op. cit.1987). La ornamentación llegó a ser considerada como característica exclusiva de las mujeres, creciendo de manera proporcional a su confinamiento físico y social. La modificación de la apariencia experimentó un ritmo de cambio acelerado que persiste en la actualidad acuciado por el Sistema de la Moda que se ha convertido hoy en un verdadero sistema de consumo de masas.

d) Por último, resaltar que tanto la hermetización como la relajación de la apariencia femenina están relacionadas con momentos de fuerte ideologización y que ambas tendencias divergen en sentidos opuestos: los momentos de mayor represión sobre la figura femenina coinciden con etapas de dominancia de ideologías fuertemente hegemónicas (masculinas) que consagran las desigualdades entre los sexos mediante la asignación a de roles específicos para ambos y tienen su correlación en la imposición de técnicas modeladoras insanas sobre el cuerpo de la mujer en orden a conseguir un auténtico control del cuerpo femenino al cual se le impide físicamente la libertad de movimientos y un desarrollo sano, dificultando de este modo los posibles conatos de rebelión contra la dominancia masculina.

Por su parte, los momentos de naturalización de la imagen femenina coinciden con los momentos inmediatamente posteriores a revoluciones sociales significativas. En efecto una observación de la relajación e incluso ausencia de técnicas modeladoras sobre el cuerpo de la mujer nos lleva a inferir que en estos momentos, es mucho más difícil para el poder o el orden masculino ejercer una censura sobre el cuerpo femenino porque las mujeres son percibidas, aunque sea sólo durante breves lapsos de tiempo, como sujetos semejantes, no como inferiores o contrarios a los que hay que

halagar y mantener a raya (ocultación de las claves del poder, incultura, ignorancia), ni como objetos fetiche. En momentos de crisis es donde se hace necesaria la acción social conjunta y solidaria de todos los individuos que forman parte de una colectividad, y se atenúan las discriminaciones, al ser necesaria la energía aportada por las mujeres como seres humanos, el control se ejerce de manera mucho más laxa. La relajación del control sobre el cuerpo femenino corresponde a etapas históricas que: a) suele ir precedido de un gran cambio o revulsión social acompañado de cambios ideológicos en el cual las mujeres han tenido algún tipo de protagonismo; b) suele difundirse con enorme celeridad pues forma parte del paquete ideológico que acompaña a los cambios resultantes de la convulsión anterior; c) con la misma rapidez que se impone, desaparece, no alcanzando ni siquiera dos décadas, y acaba siendo percibido como moda o variación de cambio de corta duración; d) la progresiva artificiosidad en la indumentaria femenina que comienza inmediatamente después se produce en el sentido de superposición (de prendas o rellenos) y constricción física (estrechamiento artificial de la silueta).

#### **D.- El camino hacia el cuerpo perfecto: el ejercicio de la violencia simbólica sobre el cuerpo de las mujeres en la era de la globalización.**

Hemos comentado cómo los modelos que nos muestran las imágenes del pasado tienden a reflejar, de forma más o menos estereotipada según la época, una tipología social a través de la indumentaria y cómo la modificación de la silueta humana experimenta variaciones estrechamente relacionadas con las ideologías dominantes.

Si en la antigüedad clásica se pretendía mostrar el cuerpo en el *summum* de su belleza natural, en el medievo la estilización vertical del cuerpo espiritual, en el renacimiento la reivindicación de la naturaleza humana, en el barroco el sentimiento extremo y la suprema distanciamiento aristocrática a través del artificio representado en la indumentaria cortesana, la Revolución Francesa puso coto a estos excesos por un corto espacio de tiempo. No en vano, el héroe de la revolución es el *sans-culotte*. La diferenciación de clase fue abolida simbólicamente, produciéndose lo que en terminología vestimentaria se llama neutralización de la apariencia, es decir, la adopción de un estilo vestimentario homogéneo para todas las clases sociales.

El momento actual podría considerarse, en una visión apresurada, como de antimoda. Ya hemos dicho que, aunque perduran los sutiles mensajes de la distinción, podemos considerar que hoy en día, las prendas de vestir, como efecto de su multiplicidad, han perdido la importancia que tuvieron en otras épocas no tan distantes como pudiera creerse. Hoy en día, el traje es más que nunca, un objeto de usar y tirar. Por una parte, es cierto que hay una aspiración general a vestir ropas cada vez más cómodas, que no impidan el movimiento y el confort, lo mismo que hay una aspiración igualmente lícita a exhibir un cuerpo sano y hermoso.

Mientras tanto la publicidad, auténtica mediación entre las personas y el sistema de consumo neocapitalista, ha conseguido asociar en la mente de los consumidores las falsas imágenes de estilos de vida con las marcas, y aquí es pertinente detenernos en un análisis más cuidadoso de lo que en realidad está sucediendo. Se trata de lo que Baudrillard (1993) analiza como la precesión del simulacro sobre la realidad. En su análisis del mundo de los símbolos y de su interpretación, Baudrillard sostiene que estamos inmersos en una lógica de la simulación que, no por comúnmente aceptada tiene algo que ver con la lógica de los hechos. La simulación como sistema sería el triunfo y la precesión del modelo sobre el hecho, la sustitución del hecho real por el símbolo que lo representa tomado a su vez como modelo de la realidad<sup>5</sup>.

La imagen ha sufrido una serie de transformaciones cuyas fases serían éstas:

- a) En principio, es el reflejo de una realidad profunda,
- b) seguidamente enmascara y desnaturaliza una realidad profunda,
- c) a continuación enmascara la ausencia de realidad profunda,
- d) por último, no tiene nada que ver con ningún tipo de realidad, es ya su propio y puro simulacro: “El momento crucial se da en la transición desde unos signos que disimulan algo a unos signos que disimulan que no hay nada.”

---

<sup>5</sup> Es decir el triunfo, también al nivel de las imágenes, del simulacro sobre el modelo. El autor va más allá en su visión radical: sostiene que no se trata ya de interpretar falsamente (sic) la realidad (ideología) sino de ocultar que la realidad ya no es necesaria: “*la simulación parte del principio de la equivalencia, de la negación radical del signo como valor, parte del signo como reversión y eliminación de toda referencia. No se trata ya de representación, sino de simulacro*”.

Sin embargo, tal conjunto de signos sometidos a su carácter de signos, en modo alguno a su finalidad “real”, dista mucho de ser inofensivo. El poder tiene su ámbito de acción sobre los referentes que remiten a un hecho establecido, determinado de antemano. Pero si admitimos que determinados referentes desbordan el ámbito de lo real, el poder que se asienta sobre estos referentes pierde a su vez realidad, comienza a tambalearse en esta nebulosa de la simulación social. No podemos olvidar que “el única arma absoluta del poder consiste en impregnarlo todo de referentes, en salvar lo real, en persuadirnos de la realidad de lo social” (Baudrillard, 1977:51).

Inmersos como estamos en la Era de la Simulación (Baudrillard, 1993), vivimos momentos en que la imagen ha dejado de lado su anterior pretensión de reflejar la realidad, tomando su lugar y precediéndola, y corremos el peligro de tomar por realidad lo que no es otra cosa sino imagen distorsionada de la misma.

La Moda, que actúa a través de la imposición de un rápido ritmo de cambio tanto en las indumentarias como en las costumbres, constituye un exponente claro de la actual sustitución de contenidos pertenecientes al orden de la experiencia por otros del orden de la realidad imaginada. Lo que interesa para el análisis antropológico es que en esta ocasión, en vez de comenzar con lo que las personas hacen y dicen que hacen, piensan y desean, hemos de partir de las realidades virtuales de las imágenes para llegar a las personas que anhelan parecerse a ellas, encarnar esos estereotipos ideales y prácticamente inalcanzables, generando una constante insatisfacción e imponiendo al propio cuerpo una violencia que no por consentida pierde su carácter de coacción.

El fenómeno no es nuevo, pues siempre el hombre ha buscado imitar los arquetipos sociales ideales en cada tiempo y lugar. Lo que resulta novedoso es que el estereotipo, en estos momentos sea una imagen, literalmente hablando: aquello que está en lugar de la cosa, en esta ocasión no como reflejo o representación de la misma, sino como una cosa en sí, una entidad vacía, reificada. La angustia surge cuando el modelo que se pretende imitar y hacia el cual van orientadas nuestras acciones en este caso sobre el cuerpo, no existe realmente.

En el caso femenino, la imagen impuesta en lugar del modelo nos remite a un cuerpo eternamente joven, delgado pero terso, de proporciones irreales: se trata del cuerpo adolescente encarnado en una mujer madura

que constituye el ideal paradójico de la mujer independiente. Si en épocas anteriores el cuerpo, y en especial el de las mujeres, había sido atenazado por incómodos artilugios para conseguir una apariencia determinada de fragilidad, maternidad, opulencia, etc., en la actualidad, la exhibición de mayores porciones del cuerpo desnudo impone a éste una nueva necesidad: la lucha contra la flacidez asociada a la decadencia y a la enfermedad. El cuerpo se convierte en la coraza de sí mismo: el cuerpo-imagen viste al cuerpo real.

Por si no fuera suficientemente antinatural el mantenimiento del cuerpo femenino en eterna crisálida, a esta silueta esquelética se le superponen diferentes adiciones que no pueden ser conseguidas más que de una manera igualmente antinatural, es decir, mediante la cirugía plástica: implantación de mamas de tamaño extra, prótesis para conseguir traseros altos y redondos, y todo tipo de intervenciones agresivas sobre los acúmulos de grasa, mientras el resto de piezas que componen este traje-coraza deben permanecer con el modelo anterior: piernas, brazos, rostro, cuello, cintura deben mantener la talla y el aspecto correspondientes a la etapa adolescente.

Esto, por una parte, conlleva una serie de violencias sobre el propio cuerpo entre las cuales no es la menor la negación del alimento que ha dado lugar al rebrote de una enfermedad surgida en la época romántica: la anorexia. Por otra parte es el propio cuerpo el que es recortado, cosido e implantado de rellenos y postizos en la búsqueda de esa apariencia artificial<sup>6</sup>. Sólo tenemos que contemplar cómo la imagen del modelo masculino remite a la vigorexia mientras la imagen del modelo femenino lo hace hacia la anorexia. Parece, pues, suficientemente probado que el cuerpo femenino no ha sido liberado de su sometimiento a una tensión constante.

Podríamos tranquilamente concluir en este punto del análisis que las mujeres, que ya han adquirido determinados derechos, que han conseguido que al menos legalmente no se coarte su libre expresión como sujetos pensantes, deben negarse en redondo a esta sevicia. Claro está que el asunto no se presenta tan fácil. Desde los medios de comunicación, verdaderos detentadores del poder sobre las masas, el control sobre el

---

<sup>6</sup> En España se realizan al año unas 300.000 operaciones de cirugía estética, por valor de más de 601 millones de euros. Es el país de la Unión Europea donde se realiza el mayor número de intervenciones de este tipo y el tercero en el ranking mundial. (Tele-5: 6-abril-2002)



cuerpo de las mujeres continúa ejerciéndose bajo una tremenda amenaza que no es en sí tan diferente de la ejercida en tiempos decimonónicos: se trata de la invisibilidad a que se ven sometidas las mujeres maduras que no luchan con todos los medios a su alcance contra las dos bestias pardas del sistema: la obesidad y la vejez. Esta invisibilidad afecta a la imagen de la mujer no sólo en el plano social y erótico, sino que, en el colmo de la paradoja, abarca asimismo el plano laboral. Obsérvese la media de edad de las presentadoras de televisión y compárese con la de los presentadores. Las mujeres maduras han desaparecido prácticamente de las pantallas, no importa lo famosas que sean ni que su competencia sea mayoritariamente reconocida por el público. Obsérvese que las mujeres de edad madura anuncian mayoritariamente compresas para las pérdidas de orina y cremas rejuvenecedoras. Obsérvese que, incluso los anuncios de cirugía van orientados no a ellas, sino a mujeres de no más de treinta años. No es una exageración decir que la edad y los kilos son hoy en día, causa de marginación social.

Creo que a estas alturas va quedando definida la tesis que apuntamos al principio de que la suplantación del hecho por el referente es en realidad un asunto de poder, o, lo que viene a ser lo mismo, una cuestión entre dominantes y dominados. Si no, ¿cómo se explica la paradoja social de que las mujeres del llamado primer mundo en nuestros días, tras un largo y penoso proceso de lucha y reivindicación de la igualdad y de la diferencia en los ámbitos de la educación, de la cultura, de la política, del trabajo remunerado, tras conseguir su reconocimiento social como sujetos físicos y políticos, tras constituir la mayoría de posibles votantes o al menos el 50% de ellos, sigan siendo machacadas con la eterna amenaza de la marginación, la misma que sufrieron nuestras madres y abuelas?

No es aventurado afirmar que, por una parte, la maternidad y el mantenimiento de las cargas familiares, por otra, el cumplimiento de los deberes laborales, y por último, la dedicación al mantenimiento de una apariencia que le permita no ser excluida de la vida social, derivan un considerable número de horas y unas considerables cantidades de energía y atención que podrían emplearse en otros fines con resultados posiblemente más peligrosos para el orden social dominante: “La dieta es el más potente de los sedantes políticos en la historia de las mujeres” (Naomi Wolf, 1991). Es posible que hoy en día, en pleno auge teórico de la liberación sexual, hablar de dominantes y dominados en lo relativo al género pueda aparecer como argumento de un feminismo trasnochado. No lo parecerá si nos detenemos a constatar el hecho de que esta violencia simbólica es ejercida

mayoritariamente sobre el cuerpo de las mujeres y no de los hombres. No queremos decir que ésta no afecte también la apariencia masculina, pero lo cierto es que si lo hace, lo hace en menor medida.

La tiranía de la apariencia sobre las mujeres constituye un humillante tercer grado, una tortura psicológica -ya que se enfrenta a la marginación social- y física, puesto que parece estar siendo obligada a someterse a una auténtica carnicería: “Tal y como están las cosas, si no eres bella, se supone que algo funciona mal en ti. Tu carácter, tu autoestima, tu disciplina. Cualquiera puede adquirir un buen aspecto en un gimnasio o lanzándose a la caza del mismo a través de un proceso activo (cirugía, dietas, ropa, etc.). Ser bella es una obligación profesional” (Obligado, 2000:101)<sup>7</sup>.

La violencia simbólica continúa siendo ejercida de manera implacable contra las mujeres, aunque no tenga porqué implicar una mala voluntad explícita por parte de los hombres. De hecho, ellos comienzan a estar sometidos también a la tiranía de la imagen: un reciente estudio confirma que la cirugía masculina ha aumentado un 175% en los últimos 10 años.

Pierre Bourdieu (1994), a quien debemos uno de los más brillantes análisis realizados sobre los mecanismos del poder y las estrategias de perpetuación del mismo, opina que, si bien es cierto que el acceso de las mujeres a la esfera pública crece de manera imparable, y que este hecho ha cambiado significativamente las relaciones entre los sexos, también lo es que la irrealidad y la irresponsabilidad garantizadas por el triunfo de la ficción sobre la realidad no hacen sino afirmar los fantasmas masculinos de omnipotencia en el control sobre cuerpos femeninos pasivos. Las

---

<sup>7</sup> Recientemente tuve ocasión de contemplar en un programa televisivo de sobremesa la intervención de un famoso cirujano especialista en cirugía vaginal; en realidad su especialidad es el cambio de sexo, pero la demanda de rejuvenecimiento del aspecto externo de los órganos sexuales femeninos estaba derivando su dedicación profesional hacia este campo. La operación consiste en el recorte de los labios menores de la vagina, descolgados por la edad o los partos, para que puedan ser recubiertos de nuevo por los labios mayores. El argumento era que las mujeres que se sometían a esta operación se sentían mucho más felices con su propio cuerpo. Sin embargo, preguntado sobre cómo afectaba a la satisfacción sexual, la respuesta era que no satisfacía más ni menos ni a los hombres, que en su mayoría ignoraban este hecho, ni tampoco a las mujeres. Ese “estar más a gusto con el propio cuerpo”, entonces, es una cuestión de autoestima vapuleada. La obligación de mantener una apariencia eternamente joven alcanza ya incluso a las zonas menos visibles del cuerpo en la actividad social.

relaciones de hegemonía y subalternidad permanecen incluso en la asignación de tareas directivas.

La seducción que parecen estar obligadas a ejercer las mujeres a través del cuerpo perfecto –la mente perfecta sigue siendo un requisito más bien poco exigible en el campo de la seducción femenina- en la medida en que se basa en una forma de reconocimiento de la dominación, no hace sino reforzar la relación de subalternidad simbólica: “esta discriminación suave, invisible, imperceptible, sólo es posible con la complicidad de las mujeres, también inconsciente y simbólica”.

He aquí una de las claves que explica la permanencia de la dictadura de la Moda sobre las mujeres, y el hecho de que aquéllas que se niegan a seguirla sean percibidas como no femeninas o menos femeninas, puesto que al apropiarse de su apariencia cometen una especie de trasgresión de las interpretaciones del mundo vigentes, es decir, de “los principios según los cuales se organiza el mundo natural y el mundo social, que inscritos en forma de disposiciones corporales muy poderosas, permanecen inaccesibles al influjo de la conciencia y de la argumentación racional”.

El poder que ejerce la moda sobre el cuerpo de las personas, especialmente de las mujeres, no está basado en una clase de perversión deliberada de la conciencia, sino en la sumisión que desde hace siglos han impreso sobre el cuerpo de la mujer todas las disposiciones inconscientes, las exhortaciones silenciosas del orden social que emanan de la dominancia de un orden masculino. La violencia simbólica implica un trabajo de inculcación y transformación de los cuerpos, con lo que se logra la sumisión inmediata y prerreflexiva. A través del *habitus*, las costumbres, el discurso del dominio simbólico logra el control de la voluntad y la exclusión de la posibilidad de trasgresión. En la actualidad, los dos ejes sobre los cuales pivota esta dominación: por un lado, el orden masculino, y por otro, el sistema actual de consumo, actúan en sutil alianza como elementos de constricción social sobre la mujer de todas las edades, a través de un nuevo mensaje, posiblemente mucho más peligroso que el del antiguo corsé cuya constricción se iba aligerando a medida que se cumplían años: se le está diciendo que debe transformar su cuerpo de acuerdo con unos cánones de belleza imposibles, y al mismo tiempo se le está diciendo que puede hacerlo a través de una serie de técnicas modificadoras y quirúrgicas presentadas de forma cada vez más accesible a la gran masa. Todo este simulacro se lleva a cabo con la aquiescencia de las más interesadas en este asunto que son las propias mujeres.

Podríamos especificar que la imposición del orden masculino actúa a través del control sobre el cuerpo de las mujeres en orden a estos tres factores:

1. La complicidad de las propias mujeres, que a través del simulacro cultural montado sobre la emulación de una apariencia ideal, sufren un proceso de extrañamiento del yo o, en otras palabras, una alienación del propio cuerpo.
2. El miedo al rechazo y a la invisibilidad social
3. La interiorización implícita de la inferioridad que este proceso conlleva, al admitir la seducción como una obligación y no como un acto de libre y voluntaria elección.

Por su parte, el sistema de mercado global alienta estas conductas mediante las siguientes estrategias de consumo:

Primero impone un modelo de belleza como es el cuerpo adolescente de una extrema delgadez imposible de alcanzar para una mujer cuyo cuerpo se haya desarrollado de acuerdo a una constitución genética normal (recuérdese la reciente polémica sobre las tallas de las modelos en los últimos desfiles de moda). La belleza, así entendida, se convierte en un espejismo inalcanzable y en fuente perpetua de angustia para las mujeres.

Inmediatamente después pone al alcance de las mujeres los medios para acercarse a él. La globalización del mercado (fusión de firmas de moda+cosméticos) y el aumento de la demanda trae consigo un abaratamiento de las técnicas quirúrgicas y la difusión a través de la publicidad de un sinnúmero de productos cosméticos que prometen facilitar la consecución de esa apariencia inalcanzable, pues está basada en una delgadez artificial, antinatural e insana, unida al mantenimiento de una eterna juventud.

Al mismo tiempo, crea en el consumidor, en este caso la mujer, la ilusión de la elección personalizada (Baudrillard: 1977), cuando en realidad lo que se le está ofreciendo es serie (labios siliconados, pómulos elevados, pechos rígidos y desproporcionados, desaparición de arrugas de expresión, etc.) A través de la cirugía plástica se está consiguiendo, más que nunca, uniformizar la apariencia de las mujeres, inhibiendo cualquier manifestación de la propia individualidad a través de una apariencia “diferente”.

Así pues, la economía de mercado actúa como un auténtico elemento de presión social sobre hombres y mujeres, pero más especialmente sobre estas últimas, a través de una fórmula basada en la asociación entre juventud y éxito social que debe mostrarse mediante la apariencia. Los cuatro eslabones de esta cadena opresiva y de este gran negocio son Mercado-Imagen-Juventud-Éxito.

La actuación constrictiva sobre el sector femenino de la población de un orden social que sigue siendo predominantemente masculino se concreta en lo relativo a las representaciones sociales del cuerpo en un aumento del control sobre el cuerpo de las mujeres, lo cual se consigue contando con su aquiescencia mediante sutiles estrategias de perpetuación del poder entre las cuales no es la menor la sustitución absoluta del cuerpo real por su simulacro a través de la mediación orquestada por los medios de comunicación de masas que han aumentado la presión hasta extremos inimaginables: “A imagen y semejanza de la televisión, el mejor objeto prototípico de esta nueva era, todo el universo que nos rodea e incluso nuestro propio cuerpo se convierten en pantalla de control” (Baudrillard, 1996: 75). Esta exageración de contenidos conlleva un fuerte componente sexual que llega a extremos pornográficos:

- Se exalta la masculinidad pero el mensaje es perverso puesto que se presenta a través del modelo gay
- Se exalta la feminidad pero el modelo es engañoso porque se hace a través de la figura de la adolescente anoréxica y todos sabemos que una de las características de la anorexia es la negación al pleno desarrollo y a la madurez de las formas femeninas.
- Se exalta la sexualidad llegando a extremos casi pornográficos mediante la exhibición de cada vez mayores porciones del cuerpo desnudo, pero este cuerpo es recortado, recosido y rellenado o vaciado en resumen, un cuerpo artificial.
- Se tergiversa el gusto erótico de las masas mediante la imposición de falsos modelos que no coinciden con el gusto real de hombres y mujeres.

¿No es el momento de afirmar claramente que en realidad se está reprimiendo y controlando una fuerza altamente subversiva para el orden social como es el libre y maduro ejercicio de una sexualidad real?

No quiero terminar sin referirme a un nuevo concepto de mujer tal y como se refleja en el reciente trabajo del sociólogo Lipovetsky, “La tercera mujer”. Según este autor, superadas la primera, que podemos identificar con Lilith, la odiada y la temida (tanto en el mundo clásico como en el advenimiento del cristianismo, la mujer es vista como un ser dañino y tramposo, causa de perdición para el hombre y origen del pecado) y la segunda, el inalcanzable objeto oscuro del deseo (que parte del amor cortés de la edad media y continúa con la sacralización de los papeles de esposa y madre, consagrando las diferencias de roles entre los sexos. La segunda mujer es objeto de veneración por su capacidad civilizadora frente al hombre y objeto erótico inalcanzable en el romanticismo) asistimos en la actualidad al nacimiento de una nueva mujer que reivindica su preocupación por la estética al tiempo que afirma su permanencia como sujeto en un mundo de hombres y mujeres: “Desde hace tres décadas, se mueve por el mundo occidental una mujer que conquistó el poder de disponer de sí misma, de decidir sobre su cuerpo y su fecundidad, el derecho al conocimiento y a desempeñar cualquier actividad. Nos equivocamos, yo incluido, cuando creímos que se había instalado un modelo de similitud de los sexos, es decir, un proceso de intercambiabilidad o de indistinción de los roles masculino y femenino. La Tercera Mujer rechaza el modelo de vida masculino, el dejarse tragar por el trabajo y la atrofia sentimental y comunicativa. Ya no envidia el lugar de los hombres ni está dominada como diría el psicoanálisis por el deseo inconsciente de poseer el falo. Representa una suerte de reconciliación de las mujeres con el rol tradicional, el reconocimiento de una positividad en la diferencia hombre-mujer”... La persistencia de ‘lo femenino’ no sería ya un aplastamiento de la mujer y un obstáculo a su voluntad de autonomía, sino un enriquecimiento de sí misma”.

En nuestra opinión, estos argumentos, como poco, se prestan a una doble lectura. En realidad, la mujer no tiene que reconciliarse con los roles tradicionales, si entendemos por éstos la maternidad, la seducción o la importancia que atribuye a los comportamientos afectivos en las relaciones sociales. Creo que ni el feminismo más abstruso ha renegado nunca de ellos. De lo que ha renegado es de la construcción cultural de género que las adscribía forzosamente al ámbito de lo privado y de la utilización interesada de lo que podrían ser prerrogativas de su sexo para justificar la confinación y el aislamiento social.

En estos momentos, en que las mujeres comienzan a dominar el ámbito público al menos en lo que se refiere a la actividad laboral, deben

sin embargo proseguir una lucha que ahora se desarrolla también en el ámbito de lo público, que es defender cuando no recuperar la dignidad amenazada por la omnipresencia de una falsa imagen construida sobre un modelo inexistente de mujer. Por otra parte son muchas las mujeres que se niegan a reconocerse en este modelo. Se puede asimismo afirmar mediante el rechazo una voluntad de permanecer en un segundo plano respecto al nivel de participación en una función teatral en la cual la mujer ostenta un falso protagonismo que termina cuando se apagan las candilejas. No todas las mujeres se sienten cómodas al exhibirse, sobre todo si piensan que están desempeñando un papel de objeto, pero esto no impide que el precio que paguen sea soportar algún tipo de rechazo social. Para intentar resolver esta contradicción hay que procurar que desaparezca la construcción social que considera la seducción femenina como pantalla de un adorno maléfico –el caso de la mujer fatal- o como pantalla que oculta la superficialidad interior, y en cualquier caso, la impone como obligación social.

Ello sólo será posible a través del ejercicio del sentido común y del conocimiento del estado de las cosas, realizando reflexiones como la que hemos intentado hacer aquí, que nos ayuden a comprender y a afirmar nuestro lugar en el mundo como sujetos sociales, eliminando ambigüedades y presentando cara a las manipulaciones, reivindicando, entre otras muchas cosas, el poder ser dueñas de nuestra propia apariencia y sexualidad sin miedos ni cortapisas.

### **E.- Bibliografía**

Aron, J. P. (1987) “La tragédie de l'apparence à l'époque contemporaine”. *Communications*, nº 46: *Parure, pudeur, étiquette*. Ed de Seuil. Paris.

Barnes, R. & Eicher, J. B. (1992) *Dress and Gender. Making and Meaning in Cultural Contexts*. Ed. Berg Publishers, Inc. Providence. USA.

Barbichon, G. (1994) “Usages de l'image: faire, dire”. *Ethnologie Française*, 2. Paris.

Baudrillard, J., (1977) *El sistema de los objetos*. Ed. S. XXI. Madrid

Baudrillard, J., (1993) *Cultura y simulacro*, Ed. Kairós. Barcelona (1ª ed. *La precession des simulacres*, 1978, París)

- Baudrillard, J. (1996) *El crimen perfecto*, Anagrama, Barcelona.
- Bourdieu, P. (1977), “Sur le pouvoir symbolique” *Annales*, nº3. Paris.
- Bourdieu, P. (1982) “Strategies de Reproduction et Modes de Domination”. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*.(P.3-12)
- Bourdieu, P. (1994) “Una suave violencia” *El País*, Extra,19-IX-1994: 13
- Cassirer (1972) *Philosophie des formes symboliques*, tomo II, pp 60 y 64-65
- Deslandres, I. (1987) *El traje, imagen del hombre*. Tusquets, Barcelona (ed original: “*Le costume, image de l’homme*”. Albin Michel, París, 1976)
- Enzensberger, H. M. (1993) “La comedia de los trapos. Una necrológica de la moda” *El País*, 18-IX-1993: 2-3
- Freud, S. (1920) “The psychogenesis of a case of homosexuality in a woman” *Collected Papers*, Londres. Vol IV p.44.
- Flügel, J.C. (1982) *Le rêveur nu*. Ed. Aubier Montaigne. París. (Psychology of clothes. Ed orig.N.M.J.Bennet.1930)
- Geertz, C. (1991). *La interpretación de las culturas*. Gedisa. Mexico.
- Goffman, E. (1997) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. (1ª ed. Edimburgo, 1956) Amorrortu. Buenos Aires.
- Jodelet, D. (1976) *La représentation sociale du corps*. Laboratoire de Psychologie Sociale de la EHESS. París. Tesis dirigida por S. Moscovici
- Jodelet, D. dir. (1989) *Les représentations sociales. Bibliographie generale*, cap I: “Représentations sociales: un domaine en expansion”. P.U.F. Paris.
- Kroeber, A.L. (1919) “On the Principle of Order in Civilization as Exemplified in Changes of Fashion”, *American Anthropologist*, Vol. 21, pp. 235-63.
- König, R. (1969) *Sociologie de la mode. Petite Bibliotheque Payot*, París.



Lemoine-Lucini, E. (1983) *La robe: Essai psychanalytique sur le vêtement*. Ed. du Seuil. Paris.

Molino, J. (1994) “Une infinie diversité de traces, de formes, de conduites”. *Ethnologie Française*, XXIV, n° 2 *Usages de l'image*. Paris.

Pastoreau, M. (1992) *Dictionnaire des couleurs de notre temps: Symbolique et société*. Bonneton. Paris.

Rauch, A. (1989) “Parer, paraître, apparaître. Histoire de la présence corporelle”. *Ethnologie Française*, XIX, n°2. Paris

Sabelli, F. (1993) *Recherche anthropologique et développement. Éléments pour une méthode*. Ed de l'Institut d'Ethnologie, Neuchâtel.

Sperber, D. (1996) *La contagion des idées*. Ed Odile Jacob. Paris.

Stoezel, J. (1978) “Essay sur la mode”. *La Psychologie sociale* [1963] Flammarion, Paris.

Wolf, N. (1991) *El mito de la belleza*. Emecé, Colección Reflexiones, Barcelona



## **GÉNERO, MASCULINIDAD, Y EDAD**

**Oscar Guasch Andreu**

### **Introducción: género y masculinidad.**

El género es un sistema relacional, pero su formulación judeocristiana y musulmana no es universal. El modelo de género binario propio de nuestras sociedades no puede exportarse a otros contextos culturales. La masculinidad es un producto social que cambia a lo largo de la historia (Connell 1995; Segal 1990).

Hay sociedades que tienen más de dos géneros (Saladin 1986; Cardín 1984), y otras en las que sus manifestaciones concretas poco tienen que ver con las nuestras (Mead 1982). Cada cultura produce sus formas particulares de género y, como afirma Vendrell (2002), es etnocéntrico convertir el problema de la identidad masculina occidental en un problema antropológico (es decir, universal). Los informes etnográficos (Cardín 1984; Gilmore 1994) muestran que los ritos de iniciación, las ordalías, y las pruebas respecto a la virilidad existen en muchas partes y que suelen ser muy duras. Pero de ahí no puede inferirse que esas culturas reproduzcan nuestros modelos de masculinidad. Hay muchas sociedades que no conocen la masculinidad como occidente.

La cuestión de la masculinidad es una realidad social que existe donde la reivindicación política denuncia los efectos de la discriminación de género. El concepto de masculinidad es un producto occidental que está en proceso de elaboración teórica, política y social, y no puede extrapolarse sin más a todas partes. La noción de masculinidad es un concepto sociológico de tipo instrumental que tiene su origen en el feminismo y en el movimiento gay, y que sirve para reflexionar sobre el género en tanto que elemento de estructura social. Pero la cuestión de la masculinidad es un asunto occidental (de origen sobre todo anglosajón) irrelevante en la mayoría de sociedades del planeta. El problema de la masculinidad es un asunto minoritario que aún no ha sido plenamente formulado y que no genera preocupación en todas partes. Por otra parte, la masculinidad está mediada por otros elementos de la estructura social; entre otros: la etnia, la

clase social, y también la edad. A revisar la relación que en nuestra sociedad existe entre edad y masculinidad se dedican estas páginas<sup>8</sup>.

### **El género en la estructura social.**

Los estereotipos de género conforman un sistema binario en el que lo masculino define su contrario. Se trata de una perspectiva simplista que elimina matices y entiende que lo masculino es propio varones. En nuestra sociedad, los estereotipos de género se elaboran asociando género y naturaleza. Según esto, a los hombres se les piensa como racionales, capaces de tomar decisiones e iniciativas, serios y rigurosos, y emocionalmente estables; si bien también presentan estereotipos negativos tales como agresividad y violencia, incapacidad emocional asociada a dificultades para el compromiso, y excesivo individualismo. El siguiente es un buen resumen de las características estereotipadas que nuestra sociedad atribuye a los hombre adultos: “ser hombre es ser activo y da derechos [...] El hombre es una persona autónoma, libre, que trata de igual a los otros hombres [...] Debe dar la siempre la sensación de estar seguro [...] El varón debe ser fuerte, no tener miedo, no expresar sus emociones ni llorar, salvo en situaciones en que llorar refuerce su hombría [...] El hombre es de la calle, del trabajo [...] los hombre son heterosexuales, les gustan las mujeres, las desean, deben conquistarlas para penetrarlas y poseerlas. La naturaleza del hombre, su animalidad le señala que el deseo puede ser más fuerte que su voluntad [...] ser hombre es ser recto, responsable, le obliga a comportarse correctamente, es ser digno, solidario con los niños, las mujeres y los más débiles y los ancianos, el hombre tiene palabra” (Valdés y Olavarría 1988: 15). Pero todos estos rasgos no son directamente aplicables ni a los niños, ni tampoco a los hombres ancianos. De igual modo, los marcadores y roles de masculinidad previstos para jóvenes y adultos también tienen sus propios matices. Vale la pena analizar todo esto.

La masculinidad es un proceso identitario que ayuda a los hombres a ubicarse en el mapa social. La masculinidad es una forma de identidad social y personal aprendida en los procesos de socialización. Es un aprendizaje social, emocional, y subjetivo. Es social porque tiene que ver con algo que se adquiere. Las personas no nacen hombres ni mujeres, ni tampoco nacen masculinas o femeninas, aprenden a serlo (Simone de

---

<sup>8</sup> Una versión ampliada de este texto se encuentra en *Héroes, científicos, heterosexuales, y gays: los varones en perspectiva de género*; Barcelona, Editorial Bellaterra (2006).

Beauvoir en *El segundo sexo* da buena cuenta de ello). La masculinidad es emocional, porque tiene que ver con cómo se sienten las personas (aunque luego inviertan tiempo y energía en racionalizarlo). Se trata de un aprendizaje subjetivo porque está condicionado por las experiencias y biografías de las personas concretas. Los humanos nacen en una sociedad que las precede y que, aún antes de recibirlas, ya conspiran sobre cómo deben ser. Pero las características de la masculinidad ideal latina y mediterránea descritas por Valdés y Olavarría (1988: 15) se adecuan a los contextos sociales en los que se socializan los hombres concretos. Así, por ejemplo, el valor de la palabra como rasgo de masculinidad tiene grado en función de la etnia de los hombres: entre los payos esta es una característica que, comparados con los gitanos, ha perdido parte de su capacidad definitoria. Muchas de las características que clásicamente definen la masculinidad prescrita están en crisis. Por un lado, en un contexto generalizado de precariedad laboral, el trabajo ha dejado de ser un indicador claro de masculinidad; y por otro, ante la crisis del padre (Flaquer 1999), ya ni siquiera la paternidad es un rasgo definitorio al respecto. De este modo, en nuestras sociedades, los hombres se encuentran huérfanos de indicadores identitarios sólidos que confirmen que lo son y deben echar mano de marcadores de dramáticos (teatrales) y de imagen para lograrlo.

### **Actitudes masculinas y marcadores de masculinidad.**

Las Ciencias Sociales conocen desde hace décadas el carácter dramático del género. En las sociedades latinas y mediterráneas, la masculinidad es la representación continuada de un mito. Se trata de puestas en escena ejecutadas por distintos actores en épocas diversas, pero con una estructura binaria de polos opuestos que permanece en el tiempo. Existe un guión original mítico del género interiorizado tanto por quienes ejecutan y protagonizan la representación como por el auditorio a quien se dirige. Todas y cada una de las representaciones de las masculinidades que ejecutan los varones remiten a originales arraigados en el imaginario social.

La dramaturgia de las masculinidades incluye estrategias tanto orales como de expresión corporal que buscan comunicar al auditorio qué clase de masculinidad los actores están representando. De este modo los actores comunican al auditorio el modo en que se adecuan a la masculinidad prescrita. Los actores emplean diversos recursos para dar cuenta a su público de que esperan ser tratados como hombres normativos (es decir: auténticos). Quienes se pretenden hombres de verdad, despliegan ante el auditorio los marcadores de masculinidad socialmente vigentes para ser

reconocidos como tales. Los indicadores de masculinidad son cambiantes y dependen tanto del contexto y del público presente como de los propios actores. La situación social de los varones (clase, edad, etnia, opción sexual, estado de salud y civil, etc.) condiciona los recursos disponibles para dramatizar la masculinidad dominante. Si bien no todos los varones emplean las mismas estrategias teatrales, sí existen ciertos consensos sobre el mejor modo de representarla. Se trata de una forma presentación personal que busca aparentar seguridad mostrando a las claras cual es la esfera personal que nadie debe invadir. La mirada a los ojos, de frente y directa, juega un papel relevante al respecto. De pie (o sentado) pero con las piernas abiertas; los brazos cruzados sobre el pecho; la cabeza alta y un aire autosuficiente, son formas de expresión corporal que nuestra sociedad asocia a lo masculino. El cuerpo masculino es hierático, poco expresivo y algo rígido. Por eso se insiste en que los hombres de verdad nunca bailan. La masculinidad hegemónica prescribe parquedad en los ademanes. La gesticulación de brazos y manos (cuando la hay) debe ser sobria y ejecutarse en movimientos cortos que dibujen más ángulos que curvas.

La masculinidad es teatro, drama, y puesta en escena. Como afirma el interaccionismo estratégico, las personas siempre están midiendo el sentido de lo que hacen, dicen y parecen, para proyectar ante los otros una imagen acorde con las expectativas de cada momento social concreto. Y es que la masculinidad, además de ser relacional, también es situacional. El mismo varón que ha ejercido de macho dominante en un contexto, cambia de registro en otro, y adopta actitudes dialogantes o incluso sumisas. Depende de donde y con quien esté. El ejercicio de la masculinidad es una puesta en escena permanente que implica representar un guión ante el auditorio quien, a su vez, condiciona el desarrollo del acto. Y es que la masculinidad no es una característica intrínseca de los varones, sino que depende de los interlocutores y del contexto en que se ejerce.

La masculinidad hegemónica puede ser una farsa e incluso una opera bufa que implica ejecutar estrategias de comunicación que muestren la propia hombría ante ciertos auditorios. Tales estrategias cambian en función del género, la edad, y la clase social del público que asiste a la representación. Pero en general se emplea la sobriedad comunicativa. La pose que imita el mito, implica apariencias y actitudes discretas y sin abalorios. Son formas de presentación personal que permiten pocas licencias. Son raras las ocasiones en las que los varones vulneran las normas sociales que les prescriben rigidez emocional y corporal. En estas ocasiones rituales (fútbol, funerales y poco más) los varones se tocan, se

acarician, e intercambian consuelo (sobre todo si su equipo pierde una final). Pero incluso en los entierros la circunspección suele ser la norma. También hay ocasiones tóxicas en las que el alcohol y otras sustancias, sirven para acentuar la euforia entre emocionados camaradas que, abrazándose, se prometen eterna amistad. Estas ocasiones tóxicas, sobre todo entre jóvenes adultos y adolescentes, derivan a veces en riñas y peleas con otros grupos de varones en parecidas condiciones de embriaguez. La masculinidad dominante impone a los jóvenes adultos tal grado de dramatización de los marcadores de género que, en ocasiones, todos terminan por sobreactuar.

El estatus de hombre de verdad lo otorga el grupo de pares. Es un título provisional y, para mantenerlo, es preciso probar con frecuencia que se es merecedor del mismo compitiendo con otros varones por idéntico galardón. Es compitiendo entre el grupo de iguales cómo se afirma la propia masculinidad en detrimento de la de los demás. La propia masculinidad se confirma en detrimento de la masculinidad de los demás. Esto explica que la masculinidad conlleve esfuerzos para alcanzarla y riesgos para mantenerla. La masculinidad dominante habita la vida cotidiana, el día a día, y es ahí donde la rivalidad y la lucha por el estatus de hombre de verdad es más visible. La competencia entre varones se organiza de distintas maneras en función de su etnia, clase social, orientación sexual y de su edad y engloba una amplio abanico de posibilidades: desde lo más bárbaro hasta lo más sutil. Ejemplos de competencia bárbara por afirmar la propia masculinidad en detrimento de la de otros se encuentran en las cárceles, en los espectáculos deportivos, las peleas adolescentes, y en los altercados alcoholizados de calle o de bar. En estos escenarios, los varones despliegan diversas estrategias para mantener ante sus pares el reconocimiento del estatus que pretenden. Se trata de dominar e incluso de humillar al otro, de demostrar “quien es el que manda aquí”.

Pero también hay contextos en los que todo eso sucede de un modo más elaborado y sutil, como por ejemplo en las oposiciones del profesorado en la Universidad. En las sociedades de capitalismo avanzado la masculinidad dominante es agresiva, misógina, sexista y homófoba, y tiene que ver con cuestiones tan poco sustantivas (pero socialmente importantes) como el honor y la reputación. Por eso, esa masculinidad puebla tanto los andamios como los consejos de administración.

La masculinidad es teatro pero también es narrativa. Los varones narran gestas viriles a su entorno masculino más cercano (camaradas, compañeros y amigos). Detallan la calidad y cantidad de mujeres seducidas, las esposas o novias hurtadas a otros, las peleas, los encontronazos exitosos con la policía, los adelantamientos en carretera, y el modo en que sedujeron jovencitas o turistas borrachas. El final del servicio militar obligatorio supone la próxima extinción de narrativa sobre el mismo. Son legión quienes afirman que su mili fue fantástica. En estos relatos, los varones subrayan su capacidad y habilidad para saltarse las normas sin ser detectados ni sancionados por hacerlo. En España existen millones de hombres (que fueron militares por imposición legal) que alardean de las trampas cometidas. Hacer trampas es una de las características de la masculinidad hegemónica que Gil Calvo (1997) atribuye al conjunto de varones. La capacidad de fabulación e inventiva es otra de esas características. Las hazañas sexuales ocupan un lugar central en la narrativa masculina dirigida tanto a los camaradas como a los jóvenes que hay que iniciar. “Irse de putas” es una suerte de traición ritual a las esposas o novias, que permite sellar el pacto entre “hombres de verdad” que se reconocen como tales.

### **Masculinidad: ser hombre es parecerlo.**

Las personas siempre están actuando para ofrecer la mejor imagen de sí mismas adecuada a cada contexto social concreto. Las personas modifican su imagen en función de lo que se espera de ellas. El interaccionismo estratégico es una teoría sociológica que afirma que las personas son actores (Goffman 1981). Según eso, la espontaneidad en la vida social es más bien poca. Al contrario, las personas planifican y desarrollan estrategias para relacionarse con los demás. Tales estrategias se organizan en torno a una lucha por la información en la que se busca obtener el máximo de datos sobre los demás, procurando ofrecerles solamente la información seleccionada para ello. De lo anterior se siguen dos conclusiones: primero, que la manipulación de la información y la mentira son básicas en las relaciones sociales; y segundo, que si las personas conceden tanta importancia a la imagen es porque saben que por ella serán evaluadas. De ahí que los intentos por parecer adecuarse a lo socialmente previsto sean tan frecuentes entre las personas.

Adecuarse a las normas no lleva a la felicidad. Pero las sociedades mienten de manera que sus miembros crean lo contrario. En teoría, adecuarse a las normas permite acceder al beneplácito comunitario. Y la



aceptación social que se deriva de ser personas normativas constituye un refuerzo que impulsa a cumplir con lo socialmente prescrito. El género es un buen ejemplo de cómo las personas procuran cumplir con las normas para mantener su honor y su reputación. Y es que el género es una cuestión pública. Hay normas de etiqueta que regulan las actitudes, las conductas y los indicadores relativos al género que las personas concretas deben respetar. Existen reglas de género tanto para los hombres como para las mujeres. Y quebrantarlas supone riesgos para el honor y para la reputación de quienes lo hacen. El género es una cuestión pública, visible, pero el modo en que unos y otras se adecuan al mismo presenta algunos matices. Mientras que a las mujeres se les pide discreción en el cumplimiento de las normas de género que les corresponden, a los hombres se les permite que alardeen de ello. La clase de mujeres que propugna el patriarcado lo son sin estridencias, de manera que su invisibilidad en el acatamiento de las normas es un valor añadido a su cumplimiento. En nuestra sociedad patriarcal, las mujeres no se jactan del cumplimiento de las normas de género que les corresponden: se limitan a hacerlo. El caso de los varones es algo distinto porque la exhibición pública de sus gestas valida el cumplimiento de las normas de género que les corresponden.

Nuestra sociedad establece una relación simple entre género y naturaleza, y por eso asume que las mujeres lo son de nacimiento. La menarquia primero, y la maternidad después, confirman que las mujeres lo son. Sin embargo, las sociedades carecen de parecidos instrumentos con que probar que los hombres lo son. Por eso es necesario que las sociedades se empleen a fondo en producir hombres que cumplan las normas de género que les han sido prescritas. La masculinidad conforma una suerte de aristocracia basada en el género. Quienes no forman parte del círculo aristocrático padecen distintos grados de discriminación. La masculinidad hegemónica implica un estatus adquirido y no transmisible, en la que ciertos grupos de pares se autoatribuyen un estatus y un rango superior que niegan a los demás. Sobre todo (pero no solo) entre varones jóvenes y adolescentes, el grupo de pares sanciona las actitudes y conductas consideradas poco viriles, usando calificativos que degradan y cuestionan la masculinidad (nenaza, cobarde, marica, maricón y calzonazos son ejemplos de ello). La masculinidad es volátil, tiene poca sustancia, pero gran eficiencia. Esa masculinidad es el resultado de la presión social que induce a los varones a cumplir con las normas de género y mantener así los privilegios y beneficios que se derivan de ello. Si se define la masculinidad como un elemento de estructura social que facilita el control social mediante las normas de género, puede concluirse que los ancianos y los

niños están exentos de algunas de sus prescripciones más rígidas. En resumen, la edad condiciona el género.

### **Niños, jóvenes, adultos, y ancianos.**

Respecto a la masculinidad existe un modelo normativo que sirve para medir, clasificar y calificar las distintas masculinidades posibles. Según el grado de cumplimiento de la norma es posible encontrar diversas clases de masculinidad. La masculinidad hegemónica en nuestra sociedad se organiza en torno a la dinámica activo/pasivo en lo social, en lo sexual, y en el orden simbólico. Este binomio permite definir varios tipos masculinos en función de la edad y de los límites que esta impone al cumplimiento de la normativa respecto a la masculinidad: el niño, el anciano, el adulto, el joven, y el afeminado. La masculinidad implica un largo proceso de aprendizaje que se inicia en la infancia --donde los niños aprenden la teoría de la masculinidad a través de lo que Didier Eribon (2000) denomina la injuria--; continua en la edad adulta donde se ejercita la práctica de la masculinidad; y finaliza en la vejez, momento en que se exime a los varones de buena parte de las rígidas prescripciones de género.

Alcanzar la masculinidad es un proceso largo, que dura toda la vida, y que implica un conjunto de acciones sociales formales e informales con el objetivo de convertir a los niños en hombres y, una vez esto se ha conseguido, mantenerlos ahí: en ese espacio simbólico reservado a los hombres que se adecuan a lo socialmente previsto. Es posible definir la masculinidad como el proceso mediante el cual los niños son segregados del universo femenino (Badinter 1993) y adscritos al nuevo estatus social de adulto definido por el género. La diversidad y gran variabilidad de esos procesos de socialización (Gilmore 1994; Cardin 1984) prueban que la masculinidad no es algo natural ya que, además, existen muchas formas de entenderla. La estructura de los procesos (segregar a los niños del universo de las mujeres donde han sido criados) es común en muchas culturas (no en todas, claro), mientras que los contenidos vertidos en tales estructuras (las distintas formas de entender la masculinidad) pueden ser muy distintos.

El niño está exento de la mayoría de las normas masculinas. Su género está en proceso de definición, y por ello se le permiten algunas licencias sin presionarle demasiado para que cumpla las reglas. Las sociedades entienden que hay tiempo para que los niños aprendan la masculinidad en la que va a instruírseles. Sin embargo, en esta etapa

biográfica se sientan las bases del género al que los niños serán adscritos. Así, quienes de adultos son afeminados, suelen elaborar narrativas que buscan encontrar en su infancia pistas y detalles que explicarían su situación actual. Niños son y en hombres deben convertirse. Pero más allá de sancionar ciertas conductas relativas a los juegos o a una excesiva cercanía con la madre, a los niños se les exige de buena parte de las normas de género. Al menos hasta que alcanzan la adolescencia y la juventud. Es en ese momento cuando se activan todos los dispositivos que velan para que los hombres lo sean.

El joven y el adolescente son varones en formación y en tránsito hacia la masculinidad. En esta etapa biográfica los hombres exteriorizan el género de una forma muy estereotipada y casi caricaturesca. Respecto a la masculinidad hegemónica, la adolescencia y la juventud son etapas que rezuman excesos para adecuarse a lo socialmente previsto para su género. En la medida en que es el grupo de pares el que otorga el reconocimiento de hombre de verdad, jóvenes y adolescentes compiten de manera continua por arrebatarse a otros el mencionado galardón. Eso implica la asunción de riesgos que tienen consecuencias en tanto en su salud como en su vida cotidiana. Entre jóvenes y adolescentes la amenaza de la pérdida de la masculinidad produce estrés y ansiedad, ya que los jóvenes toleran muy mal ser tratados de maricas o de miedicas. Esto sucede porque la masculinidad se basa en un ejercicio de poder permanente, de tal manera que la masculinidad de “A” siempre se construye sobre (es decir: dominando) la masculinidad de “B”. Eso implica que los varones (sobre todo cuando son adolescentes) compiten de manera continua por conservar su estatus frente a lo demás. De este estrés se derivan cuadros de ansiedad social. Una ansiedad que se origina en el esfuerzo permanente por mostrar a los otros que son hombres de verdad. Sin embargo, respecto al ansia que produce la lucha por la masculinidad, el afeminado y el anciano juegan con ventaja. El primero, porque renuncia a la masculinidad prescrita; el segundo, porque ya no ha de probar nada al respecto.

El afeminado es quien no cumple con los roles sociales esperados del varón (en especial la capacidad de controlar sus pasiones y no dejarse arrastrar por ellas). Al tipo ideal afeminado se adscriben los varones que fracasan (o que voluntariamente renuncian) a la hora de cumplir con las normas de género. El tipo afeminado presenta su propia forma de vivir la masculinidad. Pero es posible adscribir al tipo afeminado a cualquier varón que no cumpla con los roles de género: eso incluye desde al impotente al vago pasando por el cobarde (todo ello al margen de sus preferencias

sexuales). La flecha del tiempo de la masculinidad, parte del niño y, pasando por el joven, se dirige hacia el adulto. Este último es el varón responsable, que produce y reproduce. Se supone que el varón adulto tiene el control de las actividades socialmente relevantes, sean estas sociales, políticas, económicas, o sexuales. Esta característica de la masculinidad de los hombres adultos es inherente al patriarcado. En nuestra sociedad, el adulto debe adecuarse al conjunto de normas de género, pero sin caer en los excesos que protagonizan los jóvenes.

Nuestra sociedad tiene una concepción de la identidad de los géneros que atribuye a los varones roles dominantes en todas las esferas de lo social, incluyendo también el sexo. Los adultos son activos. Ser activo (sexual, política o económicamente) es tener el control y la iniciativa; ser pasivo es no tenerlo y dejar hacer. En este marco simbólico, la pasividad en los hombres cuestiona su masculinidad y provoca la pérdida de estatus social, ya que a los hombres pasivos no se les considera hombres de verdad: con la excepción de los ancianos que son hombres que han sido masculinos (es decir: activos) pero que ya no lo son. Y es que la vejez, en tanto que proceso de expropiación de recursos y de derechos, también expropia la masculinidad.

Pese a que el tipo anciano conserva el prestigio social de sus antiguas gestas (su patrimonio, haber protegido y cuidado a los hijos y a la esposa) ya no le es posible mantener el pleno estatus masculino. El tipo anciano es un ser pasivo (según el referente que marca la masculinidad dominante) que declina social y sexualmente y que se encuentra en la curva descendente de la masculinidad, pero que algún día transitó por la cima y por ello se le debe respeto. La vejez jubila a los varones de la masculinidad. La masculinidad es un estado transitorio que tiende a perderse con los años.

El tipo anciano es un ejemplo al respecto. El anciano dispone de tiempo social para adecuarse al expolio general al que es sometido; y también tiene tiempo para adaptarse a la pérdida de la masculinidad. Los hombres ancianos ya no tienen que probar nada, excepto mostrarse sabios, ecuanímes, y ejercer de árbitros ante jóvenes y adultos. Sin embargo, la pérdida de la masculinidad que caracteriza al anciano supone también la negación de su deseo bajo la amenaza social de ser etiquetado de viejo verde.

## **Conclusiones**

La identidad masculina es diversa y está mediada por la edad. La masculinidad define metas ideales que deben alcanzarse, pero estos destinos se ajustan en función de la edad de los varones concretos. Los niños pocas metas masculinas tienen que alcanzar, y hacerlo siempre puede diferirse a la adolescencia. Es en esta etapa cuando las obligaciones estereotipadas respecto a la masculinidad se hacen más evidentes. Los jóvenes se esfuerzan en ser hombres de verdad para evitar ser degradados al estatus de cobardes, miedicos, o maricas (aunque nunca sean homosexuales).

En su proceso de socialización a la masculinidad hegemónica, adolescentes y jóvenes encuentran patrones y referentes simbólicos estereotipados y también simplistas que, sin embargo, se esfuerzan por cumplir. Algo que también hacen los hombres adultos, si bien de un modo menos caricaturesco. A los varones adultos también se les amenaza con degradarlos a un estatus social inferior etiquetándolos de calzonazos. Los afeminados, por su parte, se esfuerzan en alejarse de la masculinidad prescrita. En este panorama, tan solo los ancianos parecen estar libres de las distintas restricciones que impone la masculinidad prescrita. En ese sentido puede concluirse que la vejez también jubila (y libera) de la masculinidad.

## **Bibliografía**

Badinter, Elisabeth (1993) *XY. La identidad masculina*. Madrid: Alianza Editorial.

Borillo, Daniel (2001) *Homofobia*. Barcelona: Bellaterra.

Cardín, Alberto (1984) *Guerreros, chamanes y travestís*. Barcelona, Tusquets.

Connell, Robert W. (1995) *Masculinities*. Cambridge, Polity Press.

Eribon, Didier (2000) *Identidades. Reflexiones sobre la cuestión gay*. Barcelona: Bellaterra.

Figueroa Perea, Juan Guillermo (1998) "Algunas propuestas analíticas para

interpretar la presencia de los varones en los procesos de salud reproductiva”, en Teresa Valdés y José Olavarría (eds) (1998) *Masculinidades y equidad de género en América Latina*. Santiago de Chile, FLACSO.

Flaquer, Lluís (1999) *La estrella menguante del padre*. Barcelona, Ariel.

Gil Calvo, Enrique (1997) *El nuevo sexo débil. Los dilemas del varón posmoderno*. Madrid, Temas de Hoy.

Gilmore, David D. (1994) *Hacerse hombre. Concepciones culturales de la masculinidad*. Barcelona, Paidós.

Goffman, Erving (1981) *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires, Amorrortu.

Mosse, George L. (2000) *La imagen del hombre. La creación de la moderna masculinidad*. Madrid: Talasa.

Saladin, Bernard (1986) “Du foetus au chaman: La construction d'un troisième sexe Inuit”. *Etudes Inuit*, 10, 1-2: 25-113.

Segal, Lynne (1990) *Slow Motion. Changing Masculinities. Changing Men*. New Brunswick, N.J. Rutgers University.

Valdés, Teresa y Olavarría, José (eds) (1998) *Masculinidades y equidad de género en América Latina*. Santiago de Chile, FLACSO.

Vendrell, Joan (2002) “La masculinidad en cuestión” *Nueva Antropología* 61: 31-52.

**COSTALEROS DE SEVILLA:  
CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE UNA MASCULINIDAD**

**María del Pilar Fernández Angulo**

**1.- Introducción**

*“La virilidad es un guión simbólico,  
con un sin fin de variantes”  
(Gilmore 1994)*

El origen de esta investigación, que hoy constituye lo que será mi tesis doctoral, está en la búsqueda del extrañamiento y en lo que para un antropólogo supone el sumergirse en una realidad nueva.

Nací y vivo en la ciudad de Sevilla, por lo que para mi todo lo que rodea a la fiesta de la Semana Santa no resulta ajeno. Pero muy diferente es el mundo del costalero, el gran desconocido de la fiesta, y el entorno de las cuadrillas vetado a la mujer, por lo que además de un ejercicio interesante me resultó todo un reto.

Desde el principio tuve claro mi interés por el estudio de algún aspecto de mi cotidianeidad, sobre la que aplicar esa mirada antropológica de la que tanto había oído hablar en los años de universidad. No sentía como distintivo de la Antropología ni el objeto de estudio ni el lugar en el que éste se encuentre, ya que hoy no sólo se abordan reflexiones en torno a lo exótico o lejano. Tampoco la metodología o la aplicación de técnicas propias de esta disciplina. Sentía la necesidad de trabajar desde la particularidad de la Antropología, no consistente en el procedimiento, ni el campo, ni una técnica o conjunto de técnicas determinado. La peculiaridad de la Antropología es el uso que de todos estos ingredientes podría dar a partir de un “enfoque” o “mirada”. Ésta como principal instrumento, no aseguraba ningún acierto si previamente no intentaba reflexionar en torno a lo que yo suponía debía ser esa mirada antropológica.

“No hay modo de evitar el hecho de que el etnógrafo es, en sí mismo, un factor de la investigación. Al margen de la capacidad de generar de los hombres para aprender la cultura, la investigación sería imposible. En este

sentido, las características particulares del etnógrafo son, para bien o para mal, un instrumento de la investigación” (Hymes D. 1993: 175)

De entrada, el estudio de una parte de la realidad social para mí cotidiana, me llevaba a naturalizar, a obviar aspectos analizables que ya había interiorizado, que daba por supuesto sin someter a análisis. Esto para mí se presentaba como un reto y dio lugar a la selección de la que hoy es mi investigación y futura tesis doctoral.

## **2.- Planteamientos, objetivos y metodología de la investigación**

### **2.1.- Elección del tema: Cambio de mirada y estado de la cuestión.**

En los comienzos de esta investigación, partía del interés por documentar un aspecto que forma parte de nuestro patrimonio etnológico, todo lo relacionado con el oficio de costalero<sup>9</sup>, esa dimensión básica del patrimonio que es la inmaterial y que difícilmente puede conservarse. Pensé en estos grupos como pieza desconocida, aunque clave de una fiesta tantas veces estudiada. Pero a medida que fui trabajando e introduciéndome en el mundo del costal<sup>10</sup> fueron otros los temas que me sedujeron y ampliaron mis unidades de análisis. Así desemboqué en el estudio de las cuadrillas como pretexto al haber sido éstas mi objeto de investigación durante tiempo, clave y representativo en el análisis de los grupos de varones en contextos festivos y de la construcción social de una masculinidad. Así fue mi cambio de mirada en el transcurso de esta investigación, de ahí que hoy aborde mi tesis con una meta clara y un enfoque mucho más definido y ambicioso.

De esta manera, y en líneas muy generales, me adentro en el mundo del costal y la trabajadera<sup>11</sup>, espacio de los hombres que portan las imágenes que durante la Semana Santa procesionan por las calles de ciudades y pueblos de la geografía andaluza. Concretamente mi interés se centra en la ciudad de Sevilla y en sus cuadrillas de hombres costaleros por

---

<sup>9</sup> Al hablar de costaleros hago referencia a los grupos de varones o cuadrillas que cargan sobre sus hombros la estructura de madera (“parihuela”) que soporta a la imagen o imágenes representativas de la cofradía. Se dice que van bajo el “paso”.

<sup>10</sup> Este oficio debe su nombre al uso singular del “costal”. Protección de tela y esparto o estopa que envuelve la “morcilla” o cilindro mullido con el que proteger la cerviz del costalero.

<sup>11</sup> Trabajadera- Cada una de las tablas de madera que descansan en la cerviz del costalero y forman, junto a las patas o “zancos” la estructura de madera que da lugar al conocido como “paso”.



diversos motivos: son grupos que siempre han formado parte de mi cotidianeidad y por tanto no he visto con la distancia suficiente; han vivido en los últimos treinta años una rápida adaptación ante los cambios socioculturales que han ido aconteciendo, y supone para mí un estímulo como investigadora al exigir mi inmersión en un mundo de hombres<sup>12</sup>.

Es incuestionable el peso y arraigo que la figura del costalero tiene en esta fiesta. Sin embargo no dejan de ser los grandes desconocidos de la Semana Santa y es por esto, que la Antropología tenía una importante labor que hacer al respecto. Hasta el momento, los estudios que sobre costaleros se pueden encontrar, han sido planteados desde enfoques muy particulares (histórico, lingüístico...) o a partir de las inquietudes del propio colectivo. La escasez y necesidad de estudios antropológicos era patente. El profesor Moreno Navarro (1982) ya puso de manifiesto la necesidad de analizar la figura del costalero en la Semana Santa de Sevilla por su significación, representatividad y protagonismo indiscutible en la fiesta.

Tras una reflexión en torno al papel de la fiesta en general y de la Semana Santa en particular, desemboqué en el protagonismo de las cuadrillas de costaleros en ésta. Y una vez perfilada la evolución histórica de este colectivo y puesto de manifiesto la transformación a la que ha tenido que hacer frente en un período de tiempo relativamente corto, pasé a estudiar aspectos concretos y significativos que van definiendo al costalero: un léxico peculiar que se va perdiendo, un estilo propio de llevar los pasos, una forma de vestir la ropa, de hacerse la ropa<sup>13</sup>, un modo de sociabilidad característico y en auge, a pesar del cambio de valores que hoy va extendiéndose entre los más jóvenes. Identificados como un nosotros frente a un los otros a pesar de su gran heterogeneidad, actúan como verdaderos grupos de presión en este mundo de relaciones de poder que es la Semana Grande<sup>14</sup>. Y no sólo durante la fiesta ya que las cofradías ejercen una repercusión clara sobre la ciudad más allá de la Semana Santa.

Concretamente las cuadrillas de costaleros, son grupos que construyen una forma de masculinidad bastante particular. Si en un principio tenía muy claro que las cuadrillas reproducen el estereotipo de

---

<sup>12</sup> Considerado *Mundo de hombres* en el contexto de esta investigación. Existen mujeres costaleras en otras poblaciones.

<sup>13</sup> Proceso de elaboración del costal. Todo un ritual que deja entrever la solidaridad, colaboración y ayuda entre los miembros de la cuadrilla.

<sup>14</sup> Se reconoce como "Semana Grande" a la Semana Santa.

masculinidad hegemónica, a medida que avanzaba en mi investigación veía más claro que no siempre era así. Aunque es cierto que hay aspectos que comparten con otros grupos de hombres, los llamados quintos<sup>15</sup>, la tuna universitaria, o los “marines norteamericanos”, son muchos los matices que les separan. De todas formas ésta y otras cuestiones eran sólo hipótesis y no quise dejarme influenciar por ellas.

Tras este adelanto de mis líneas de investigación, he de reconocer que no todas fueron objeto de mi interés en un principio, unas por estar muy presentes en los estudios que sobre la Semana Santa ya se han publicado, otras por claro desconocimiento. Y esto es lo destacable en un proceso de investigación antropológica. Si algo he aprendido en estos años es a permanecer atenta a todo lo que la realidad que observo me dice, sin limitarla con rígidos postulados que puedan llegar a condicionar mis reflexiones<sup>16</sup>.

Las cuadrillas de costaleros conforman todo un mundo de relaciones perfectamente estructurado en el que nada es casual. A partir de la honrosa labor de portar sobre los hombros las imágenes que procesionan por las calles de Sevilla los días de Semana Santa, estos grupos han ido adquiriendo un gran protagonismo en la Fiesta.

Asalariados y a la sombra durante siglos, han vivido una gran transformación en menos de treinta años, lo que ha supuesto la salida al exterior y el reconocimiento de todos los sevillanos que hoy les ven como abanderados de sus tradiciones. Si antes permanecían ajenos al mundo oficial de las Hermandades<sup>17</sup>, hoy son supervisados y condicionados por

---

<sup>15</sup> Durante tiempo se pensó que los jóvenes alcanzaban la mayoría de edad una vez cumplido el servicio militar. Hasta entonces no eran percibidos como hombres o vecinos a todos los efectos.

<sup>16</sup> Partía de la necesidad de documentar esa parte de nuestro patrimonio etnológico, esa parte de nuestra historia y de nuestra cultura, conformada en las cuadrillas. Pero al ir observando su origen y transformación a través de la historia, cómo se conforman y estructuran, cómo forman parte y participan en la Fiesta, cómo les caracteriza el léxico que emplean y la ropa que visten, llegué a encontrarme con grupos fuertemente unidos y sumamente heterogéneos que son claro ejemplo de esas nuevas formas de sociabilidad en auge como es también el caso de las bandas musicales. Pero que a diferencia de éstas, viven una identidad de género y son ejemplo claro de una masculinidad que no suele corresponderse con la percepción que de ellos se tiene en el exterior.

<sup>17</sup> La Hermandad es una asociación de origen gremial y carácter tanto religioso como benéfico. Cada hermandad venera sus imágenes. De esta unión entorno a la imagen surge la cofradía, el cortejo procesional, la hermandad en la calle.

éstas, inmersos en el mar de relaciones de poder que conlleva la Semana Santa.

## **2.2.- Planteamientos: Objetivos y Fines.**

Una vez clarificado mi objeto de investigación, me dispuse a estructurar el trabajo proponiendo para ello un primer diseño de investigación. Era el año 1999 cuando decidí como objetivo principal hacer un estudio etnográfico en profundidad de las cuadrillas de costaleros de Sevilla entendidas como parte de nuestro patrimonio etnológico.

Pero a medida que avanzaba en la investigación reconocía el escaso conocimiento que tenía sobre la figura del costalero y cómo era aún más interesante el estudio de las cuadrillas en otros términos o desde otra perspectiva. Así, una vez finalizado este primer período de descripción etnográfica, me centré en el estudio de los grupos de hombres, de las cuadrillas, aprovechando el conocimiento que ya tenía sobre el mundo del costal.

Mi investigación me pedía introducir nuevas unidades de análisis en el mismo objeto de investigación ya estudiado, para así poder extender las reflexiones en torno a las cuadrillas de costaleros, a otros grupos de varones y a otros contextos. Así fui planteando nuevos objetivos para un proyecto que no dejaba de transformarse:

- Estudio en profundidad de las manifestaciones de sociabilidad formal e informal.
- Estudio de los lugares de interacción social, espacios socializados en los que se manifiestan y desenvuelven las relaciones de estos hombres.
- Estudio de acciones y rituales a través de las que se ponen de manifiesto la identificación de este colectivo como grupo.
- Identidad de género como factor determinante en la constitución y vivencia como grupo. La cuestión de género, el oficio del costal como refuerzo de la virilidad, la construcción social de una masculinidad, la reproducción o no del estereotipo o masculinidad hegemónica.

Hoy, el objeto de estudio de esta investigación ha dejado de ser la cuadrilla de costaleros en sí, ya que mi interés se centra en la identidad de género y la construcción de una forma de masculinidad a partir de estos grupos de varones.

### **2.3.- Cuestiones metodológicas**

Tal y como comenté en su momento, se define la Antropología no sólo por un método y/o unas técnicas determinadas, sino por su particular enfoque holístico, es decir totalizador, que le confiere su objeto científico de estudio, la Cultura.

Considero que observación, interpretación y comparación de los datos constituyen tres fases del proceso de investigación antropológica. Como también es cierto que un posicionamiento teórico determina cómo y qué observamos, de qué manera lo interpretamos y comparamos a través de nuestras hipótesis de partida. Inevitablemente ya tengo interiorizadas ideas que van a condicionar mi posicionamiento ante la realidad, y es algo que no podemos más que reconocer.

El abordar como objeto de estudio una realidad social viva con la que interactuamos, supone toda clase de riesgos que debemos tener presente. El método fundamental y único de la Antropología, como de toda ciencia que se precie de serlo, es el método comparativo. La única manera de llegar a establecer generalizaciones o teorías globales y por tanto científicas, sobre la cultura humana es a través del método comparado. La Antropología es, básicamente, una ciencia inductiva y empírica. Los datos necesarios para la comparación etnológica bien se obtienen de la investigación bibliográfica, que ha de ser transversal a todo el proceso, o bien del trabajo de campo. Mayor credibilidad me confiere la obtención de datos de ambas fuentes, de ahí que la comparación sea tanto sincrónica como diacrónica.

Ni que decir tiene que yo he estudiado una misma realidad sociocultural en distintos momentos en tanto que está viva y no permanece inalterable. De ahí que contrastara momentos de la historia de las cuadrillas desde el principio, ya que éstas no son hoy lo que fueron en sus orígenes.

El método comparativo es el que más se parece a la experimentación científica de las ciencias físicas. Pero como en las ciencias sociales y humanas no pueden efectuarse experimentos al no estudiar en condiciones controladas ni provocadas, los hechos se van analizando a medida que se producen dando lugar al método de la covariación.

Definidos ya algunos aspectos metodológicos generales, me dispuse a definir mis unidades de análisis tal y como a continuación detallo:

- Sociabilidad. Estudio de la expresión o exteriorización de esa vivencia común como grupo a través de sus manifestaciones. Sociabilidad formal e informal sin perder de vista los contextos en los que ésta se desarrolla, los lugares, espacios públicos o privados. Sociabilidad como caldo de cultivo en el que se gesta y del que se alimenta la identidad del grupo.
- La Identidad como factor de cohesión de grupo. Estudio de aquellos marcadores identitarios que dan esa razón de ser al grupo y hacen que éste sea percibido por los actores sociales que lo integran como tal, al mismo tiempo que es reconocido desde el exterior de igual manera. En particular, la identidad de género como marcador fundamental en la constitución de una masculinidad.
- Masculinidad. Estudio de la construcción social de una masculinidad que se gesta en estos grupos de varones o cuadrillas de costaleros. Interpretación de una forma de vivir la masculinidad en un marco tan particular como es éste. Cómo manifiestan su virilidad, esencia misma de la masculinidad, cómo la entienden, cómo se perciben y cómo les perciben.

Estas unidades de análisis están íntimamente relacionadas hasta el punto de conformar un verdadero círculo que se alimenta de él mismo. Así, a través de la sociabilidad y las relaciones entre individuos se va conformando una identidad de grupo, alimentada en este caso fundamentalmente por la identidad de género al encontrarnos ante grupos de varones que conforman una masculinidad particular.

Del mismo modo es necesario aclarar las unidades de observación que refieren a los procesos, fenómenos o elementos de la realidad que vamos a estudiar, que nos permitirán ubicar nuestras unidades de análisis. En el caso de esta investigación, serían las cuadrillas de costaleros seleccionadas las unidades de observación necesarias. Cuadrillas elegidas según ciertos criterios que constituirían una muestra representativa de la población estudiada.

Así, abordaría el análisis de conceptos como identidad, sociabilidad y masculinidad en una muestra extraída de la totalidad de cuadrillas de costaleros de la ciudad de Sevilla, un total de 30 hombres, que constituirán el centro de atención en momentos puntuales, espaciales y temporales, en la vida de estas cuadrillas.

### **2.3.1.- Criterios de selección de la muestra.**

El primer paso que debía dar era fundamental. Sin unidad de observación sobre la que trabajar, no habría investigación posible. Lo primero por tanto era obtener toda la información sobre Hermandades de Sevilla.

La representatividad con la que me encontré me impresionó. En una ciudad como es Sevilla, con una población aproximada de un millón de habitantes, encontramos cincuenta y ocho Hermandades y Cofradías de Penitencia que procesionan en los días de Semana Santa. Sin contar con otras no oficiales como las conocidas como, Torreblanca o Heliópolis. (Rodríguez Mateos, J.: 1997. Apéndice 1). Si tenemos en cuenta que cada una de ellas tiene normalmente un paso de Cristo y un paso de Palio, que a su vez requieren dos cuadrillas para poder llevar a cabo la estación de penitencia, hablo de la cuadrilla alta y la cuadrilla baja<sup>18</sup> en ambos casos, nos encontramos con cuatro cuadrillas por Cofradía. Si a estos cálculos añadimos que el número medio de costaleros por cuadrilla es de treinta y cinco hombres, obtenemos una población muy elevada y, en proporción, sumamente representativa. No obstante no debemos olvidar que cada costalero puede pertenecer y, de hecho pertenece a varias cuadrillas. Aunque hay hermandades que exigen exclusividad a sus hombres y esta condición es respetada en mayor o menor medida.

La necesidad de selección muestral de informantes era obvia, y fundamental el que se hiciera en un momento posterior al conocimiento de las segmentaciones que son socialmente significativas en el campo, lo cual suele ocurrir posteriormente a la interacción, a la asimilación de roles y rutinas.

Una vez que tuve la idea clara de la población con la que iba a trabajar, decidí los criterios con los que reducir ésta a una muestra

---

<sup>18</sup> Cada Hermandad o cofradía en la calle, procesiona una media de dos pasos, uno *de Cristo* al que sigue el *de Palio* que muestra una dolorosa bajo palio. Cada uno de estos dispone de dos cuadrillas de hombres completas para hacer posible el relevo de cada uno de ellos en el trabajo. La diferencia entre las dos cuadrillas de cada paso es la estatura de sus integrantes. Así cada paso cuenta con una cuadrilla alta y otra baja que suele ser la encargada de hacer la salida y la entrada por la dificultad que entraña. Al mismo tiempo los costaleros de Cristo son seleccionados más altos que los de Palio.

representativa. Estos aspectos en función de los cuales diseccionar a la totalidad, serían: edad del costalero y tipo de hermandad.

El aspecto de la edad es fundamental si tenemos en cuenta que aún hoy hay costaleros en activo que formaron parte de cuadrillas de profesionales y fueron protagonistas en los años de la transición así como en la edad de oro, años 50 y 60, de este mundo del costal. Con ellos encontramos jóvenes que empiezan con otros planteamientos, motivaciones, y que constituyen un ejemplo claro de transformación y cambio.

En cuanto al segundo criterio, decir que en la tipología de hermandad me encontraba con dos tipos de cofradías:

1. Conservadoras, del centro de la ciudad, compuesta por personas de posición elevada, afines a la ortodoxia plasmada en su exteriorización formal (sin bandas de música o bien con música de cámara).
2. Populares, de barrio y periferia, compuestas por la clase media trabajadora, y de comportamiento bullicioso en la calle (banda de música, piropeo a la imagen...).

Pretendía encontrar tipos diferentes de cuadrilla según los tipos de hermandad a las que pertenecen. Más adelante vería cómo este aspecto era más una suposición que una realidad.

La muestra quedó reducida a cinco cofradías de las que seleccioné a tres costaleros menores y tres mayores de treinta años, obteniendo un total de treinta informantes.

### **2.3.2.- Técnicas de investigación**

Tal y como avancé anteriormente, desde mi punto de vista, lo que hace a una investigación antropológica, no es el procedimiento, el campo o las técnicas de investigación empleadas. Es la aplicación de todo ello por parte del investigador, que ha forjado esa “mirada” antropológica lo que confiere la particularidad del estudio etnográfico que lleva a la reflexión etnológica.

Desde un principio asumí la dificultad que entrañaba mi investigación por el hecho de ser mujer y estudiar los grupos de hombres, a

través de las cuadrillas de costaleros. Debía reconocer cuál iba a ser mi mirada, mi enfoque. Me propuse olvidar mis preconcepciones y estereotipos para poder ver con mayor claridad lo que los actores sociales perciben, ven y construyen. Asumidas todas estas cuestiones me dispuse a seleccionar las técnicas de investigación más idóneas. La técnica diferencial y propia de la recogida de datos en Etnografía es la Observación Participante y se basa en el Trabajo de Campo, en la recolección de información en el terreno. El trabajo de Campo es observación directa y participación activa en la medida de lo posible.

Desde el momento en el que la observación participante es lo que indica, y constituye la técnica de investigación transversal a todo el proceso, el investigador se convierte en un instrumento más, y desde mi punto de vista esto no ha de suponer falta de rigor científico.

El trabajo de campo en mi investigación comienza en las primeras tomas de contacto con las cuadrillas, en la observación directa. Y desde esos primeros momentos, toda la información obtenida surgía de ésta, aunque mi presencia condicionara a mi informante. De mi observación obtenía la información no manifiesta por no haber sido dicha o por haber sido insinuada a través del lenguaje no verbal. La duda, el tono, la intencionalidad en definitiva. Pero no debemos olvidar que el sesgo de nuestra subjetividad siempre estará ahí presente en nuestra investigación. Ese reconocimiento y el esfuerzo por transmitir previamente nuestra postura, nos hará merecedores de ese rigor científico.

El trabajo de campo, como observación participante, exige a la vez una actividad total: intelectual, práctica y emotiva. Se trata de un verdadero “rito de paso” para el joven antropólogo, y ocuparía sin duda la misma posición e importancia que el laboratorio para las ciencias experimentales.

En los primeros contactos con mis informantes una vez seleccionada la muestra, aproveché la información que me aportaba la observación directa, para ir anotando todo aquello sobre lo que quería profundizar y quería contrastar a través de una entrevista individualizada. Así fui diseñando el guión que constituyó la segunda técnica de investigación sobre la que recayó mi reflexión en este tiempo, la entrevista semidirigida con cuestionario cerrado. Ésta tendría varios bloques de preguntas que se corresponderían con los apartados temáticos o unidades de análisis que constituían el eje de mi investigación. Así, tras un apartado de datos personales, comenzaba con un primer bloque de preguntas sobre la



percepción del entrevistado en torno al oficio del costal, sus orígenes como costalero, sus comienzos en el mundo de las Hermandades, su mayor identificación con ésta, la imagen, el barrio, el colectivo...

En la siguiente batería de preguntas profundizo sobre la estructura interna de la cuadrilla, posición en las *trabajaderas*, lugares de prestigio en el trabajo, motivaciones, cualidades y posibles diferencias entre costaleros de cristo o palio desde una percepción interna.

En el siguiente bloque analizo a la cuadrilla y la manifestación de una sociabilidad en auge. Participación del costalero en otros colectivos, sociabilidad informal, espacios de encuentro, significado del grupo, alternativas al cambio...

La unidad de análisis sobre la que no pregunto de manera directa, aunque sí de manera más o menos encubierta, más o menos explícita, es sobre la percepción y construcción de una masculinidad por parte de estos grupos.

Una vez expuesto de manera sucinta el diseño de la entrevista semidirigida con cuestionario cerrado, referir otras de las técnicas de investigación empleadas en este proceso. Consideraré que la utilización de técnicas audiovisuales sería fiel reflejo de mi observación. Teniendo en cuenta el carácter visual de la fiesta de la Semana Santa, y el papel que los sentidos juegan en la percepción e interpretación de la realidad social, me decidí por el uso de técnicas audiovisuales tales como fotografía y grabación tanto de ambiente, como de las entrevistas para facilitar la obtención de información. Lo que esperaba del análisis de esas imágenes, era la plasmación gráfica de todo lo que se fuera registrando a lo largo de la observación directa<sup>19</sup>.

Lo interesante de la combinación de técnicas al abordar un mismo objeto de estudio es la posibilidad que esto proporciona al investigador de contrastar empíricamente las posibles fisuras o incongruencias que podrían darse y de hecho se dan. A veces la respuesta que el entrevistado da no se corresponde con lo que el investigador observa, de ahí la importancia de la “triangulación” o verificación a través de diversas fuentes de obtención de la información.

---

<sup>19</sup> El objetivo de la cámara funcionaba determinado por mi retina, por mi intención, y en definitiva por mi subjetividad.

### **3.- El desarrollo de la investigación**

El trabajo etnográfico que hoy me permite expresar reflexiones en torno a este tema se fue iniciando progresivamente entre los meses de febrero y junio del año 2001, aunque se fue intensificando en los años 2002 y 2003. Fundamentalmente, los períodos de mayor trabajo se localizan en los meses anteriores y posteriores a la fiesta de la Semana Santa. Desde un principio, mi interés por estos grupos se centró en la cotidianidad, y es por esto que los momentos formales del ritual no fueron motivo central de mi investigación, tanto por cuestiones de expresión del ritual, como por la dificultad que entraña el aproximarse a las cuadrillas de costaleros en los días de la Semana Santa.

#### **3.1.- Mi posición ante las cuadrillas en el proceso de investigación.**

Este considero que ha sido un aspecto reseñable en el proceso, hasta el punto de requerir un apartado en el desarrollo de mi investigación.

A lo largo de mi vida he presenciado momentos, rituales, espacios y tiempos en los que la figura femenina no tenía cabida. Y no existía justificación posible aunque por otra parte, tampoco era demandada por la población apartada.

Cuando decidí que el tema sobre el que trabajaría sería el que hoy me ocupa, supe que no tendría fácil el acceso a éste como investigadora. En todo momento pensé en llevar la investigación de forma abierta y no encubierta. Sabía por tanto que era necesario como primer paso, negociar como investigadora mi presencia en el campo de estudio. Sería una observadora no participante por razones obvias, y todos los observados sabrían el porqué de mi presencia. Dedicué un tiempo prudencial, los meses de marzo a junio de 2001 a una primera observación inespecífica y asistemática, ya que en estos meses se iban gestando mis nuevas unidades de análisis, a medida que profundizaba en el estudio de las cuadrillas de costaleros. De manera que lo que se inició como una descripción etnográfica estaba provocando el surgimiento de unos temas de interés sobre los que incidir detenidamente. Y no sería hasta la Semana Santa de 2002 cuando me introduje en el campo de estudio.

En el momento de toma de contacto, pedí ayuda a algunos costaleros conocidos y éstos accedieron gustosos a facilitarme el acceso a esos otros

contactos, previa recomendación, sin los que mi entrada al mundo del costal sería casi imposible. Así me fui convirtiendo en un elemento extraño, aunque cotidiano, en los ensayos de las cuadrillas seleccionadas, durante los meses previos a la Semana Santa. En estos encuentros, vencidos los recelos por parte de los costaleros gracias a la aceptación pública de mi presencia por parte del capataz, me limité a obtener los datos necesarios de los que serían mis futuros informantes. Así, los ensayos se convirtieron en toma de contacto, pero también obtuve de ellos grabaciones de ambiente e imágenes en diapositivas de importante valor etnográfico.

La sensación que me llevé de esa primera toma de contacto con el campo es que era yo, la extraña o diferente la que atraía la atención del grupo, y ese grupo me adjudicaba una posición en su seno. Yo era elegida por aquellos costaleros que accedían a colaborar como informantes, no era yo la que seleccionaba. Mi presencia ya comenzaba a condicionar la imagen que los costaleros querían dar.

Lo que más llamaba mi atención, al margen del sentido inverso que tomaba la elección de mis informantes, fue el orgullo, el aumento que experimentaba el ego del costalero al percibir mi interés por su trabajo. No sería hasta los meses de mayo y junio de ese año 2002, cuando fui concertando encuentros con los costaleros de mi muestra, para hacerles la entrevista diseñada en función de lo que hasta el momento había podido ver.

Poco a poco fui quedando individualmente con los informantes seleccionados de cada cuadrilla de mi muestra para entrevista y cada vez tenía más claro que mi presencia y mi labor como investigadora les reafirma como costaleros y da solidez a su papel. Al costalero le encanta hablar de lo que hace, y siente en general que llegó el momento de darles voz y dejar de especular en torno al mundo del costal.

Una vez contactadas las cinco cuadrillas de mi muestra, se aproximaba la Semana Grande, por lo que el calendario de encuentros dejaba de ser con objeto de ensayo. En las fechas cercanas al día de la salida, la cuadrilla era citada en el templo para traslado o *muda*<sup>20</sup> del paso

---

<sup>20</sup> Ritual que tiene como objeto el traslado de la parihuela o el paso, del almacén que la Hermandad tiene para su conservación, al templo para el momento de la salida procesional.

al templo, aunque no en todos los casos era así, o para retranqueo<sup>21</sup> si ya el paso estaba en el templo y engalanado. El hecho de que estos momentos del calendario se celebrasen en el interior del templo, en el espacio privado dominado por la Hermandad, tenía visos de suponer un problema a la hora de acceder a éste dada mi condición de mujer, investigadora, y por no ser hermana de ninguna de ellas. Sin embargo, siendo consciente de estas dificultades, intenté adelantarme a ellas procurando una alternativa y fueron varias las ocasiones en las que algún costalero me hizo pasar por su novia.

#### **4.- Construcción social de una masculinidad: unidad de análisis**

Desde el momento mismo del acceso a la *trabajadera* el sexo masculino es condición primordial. Y a partir de entonces, el papel del costalero reproduce constantemente las cualidades, entendidas masculinas, como una manera de justificar la necesidad de ser varón para desarrollar tan honrosa labor.

En principio no podemos hablar del sexo como aspecto generador y reforzador de la identidad del grupo. Las cuadrillas ya desde su origen están formadas por hombres, de ahí que considerar el sexo como marcador de la identidad de cada cuadrilla no sea acertado. Cada una de ellas comparte con el resto la condición sexual de sus integrantes, y son otros aspectos los que confieren particularidad a cada grupo (paso peculiar, punto de reunión, capataz, etc). Pero esto no quiere decir que la cuestión de género en este contexto carezca de interés. Las cuadrillas se generan a partir de varones que comparten una afición o devoción. Esto les llevará a compartir experiencias y vivencias, a interactuar en este contexto festivo, dándose una identidad de grupo que además de generarse se realimenta de esta interacción social, a partir de la sociabilidad tanto formal como informal que este mundo del costal origina. Y es en este contexto en el que se va gestando la construcción social de una masculinidad.

Tal y como dijo una vez Rousseau, “el macho sólo es macho en determinados momentos, mientras que la hembra lo es toda la vida” (Badinter, E.:1993).

---

<sup>21</sup> Ritual que se realiza en el interior del templo, sólo para los hermanos y a puerta cerrada según la Hermandad, que consiste en mover y colocar para su salida el paso, asegurando así que está seguro una vez han sido fijadas tanto las figuras como la ornamenta.

Al igual que la mujer necesita de la mujer, el hombre necesita del hombre, aunque desde mi punto de vista, por cuestiones muy diferentes. El varón tiene que reforzar su identidad y para ello utiliza al grupo. Aunque a pesar de lo se pudiera pensar, éste no sea espacio de la no competencia. Las cuadrillas de costaleros suponen un claro ejemplo en este sentido, al ser grupos de hombres, el alojamiento (Keith Thompson: 1993) en el que se reproduce una masculinidad. Caracterizada principalmente por el uso que hace de la fuerza en todos sus discursos, el sexo como condición indispensable para formar parte de ellas, la exhibición o manifestación pública de su práctica como justificación, la adopción del papel de héroes o abanderados de la Semana Santa, etc. Estas y otras muchas cuestiones son las que me han llevado a hacer este tipo de análisis. Aspectos relacionados con la elaboración nunca casual del estereotipo de la virilidad, en confrontación con otros grupos de hombres tales como los militares con los que comparten la arenga que el oficial, en este caso el capataz, dirige a sus hombres para sacar lo mejor de ellos.

Es interesante en el estudio de estos grupos, el papel que la socialización de género tiene en la elaboración de la identidad masculina. El hombre forja constantemente su identidad, y una vez en la cuadrilla comparte y refuerza una forma de entender su sexo a la vez que construyen un tipo de masculinidad, que puede coincidir en menor o mayor medida con ese estereotipo, que se ha mantenido a partir de la existencia de la sociedad patriarcal.

Hoy sin embargo no creemos en la existencia de una única masculinidad ya que hay tantas formas de entenderla como sociedades. Desde que por ella entendemos la forma aceptada de ser un varón adulto en una sociedad concreta (Gilmore, D. 1994), hemos de suponer que la idea de un único modelo ha quedado traspasada. No obstante, son muchas las similitudes de sus diferentes definiciones, sea cual sea la cultura en la que nos encontremos. Desde esta postura consideré de gran interés antropológico profundizar en la construcción de la masculinidad en las cuadrillas de costaleros, partiendo de una hipótesis, la existencia de coincidencias con el estereotipo de masculinidad, al tiempo que todos ellos reproducen pautas de comportamiento o cualidades que no se corresponden con esa concepción hegemónica.

#### **4.1.- Construcción de una masculinidad desde el grupo.**

Los mensajes de la masculinidad, los mandatos a los que el varón debe responder son y han sido en menor y mayor medida: ser fuerte, controlar las emociones, ser competitivo, valiente y osado, y tener cierto nivel de agresividad. El niño se va formando como varón a través de su socialización, en la familia, la escuela, a través de los medios, y en gran medida a través de los juegos en el grupo de iguales.

Durante la adolescencia y la madurez, el grupo de amigos varones ha actuado como referente fundamental en la identidad de género. El varón necesita la aceptación de los integrantes del grupo y para ello trata de mostrar su hombría. Éstos compiten por los indicadores de la virilidad: riqueza, poder, posición social, poder sexual. Así, el grupo de varones en cuestión moldeaba una expresión de la masculinidad. El grupo no es un espacio de la no competencia como es el caso de la familia en el proceso de socialización. En las cuadrillas de costaleros ésta existe, y tiene un papel primordial en la construcción de la identidad de género. Veamos la respuesta de un informante cuando le preguntaba por las cualidades que ha de tener un buen costalero:

*“El buen costalero es una mezcla. Primero tiene que tener devoción, eso lo primero. Segundo hay que estar preparado física y psicológicamente. Y después como en la mili, contra más valor y más huevos tengas, más fácil es. Que no te quepa duda que en todos los pasos, en algún momento te planteas, ¿qué coño hago yo aquí con lo que pesa esto? Si tienes huevos empujas más arriba, pero a ese que le viene la neura y se viene abajo, más vale tirarlo al contenedor que no vale para esto” (J.A.S.B. 30 años. 8 de costal. Licenciado. N°6)*

Hoy, citando a Foucault, podemos postular que El Hombre ha muerto, y que en su lugar han nacido una multiplicidad de hombres y una diversidad de masculinidades. Así que no debía aventurarme a afirmar que las cuadrilla de costaleros reproducen el estereotipo de la masculinidad hegemónica. Lo difícil de este análisis fue despojarme de mi propia percepción. Hoy puedo decir que la idea que sobre el costalero se tiene, no concuerda con la imagen que ellos tienen de sí mismos, del grupo y de su masculinidad.

#### **4.2.- Percepción del costalero por la sociedad**

Sin lugar a dudas, la sociedad sevillana tiene una idea del costalero que nada tiene que ver con la que tenía hace treinta años. Tal y como comentamos al principio, el oficio del costal experimentó un cambio importante al desaparecer la figura del profesional e imponerse la del costalero hermano, altruista y devoto. Esta transformación condicionó evidentemente la imagen que del costalero tenía la propia hermandad que, en deuda con estos hombres, contribuyó a la admiración del pueblo a través de homenajes y demás expresiones de reconocimiento.

El costalero sale del espacio privado al que se había visto relegado, al espacio público. La sociedad ha reconocido la labor que éstos desempeñan, les aplauden como abanderados de la tradición, y les llegan a dar muestras de admiración.

Hoy existe una gran dificultad para acceder a las *trabajaderas*. Son cientos los jóvenes que aspiran a ocupar un puesto como costalero. Este reconocimiento social influye irremediabilmente en el costalero que se enorgullece de serlo y da esa imagen que se corresponde con el estereotipo de hombre fuerte, protector, con coraje, considerado la quintaesencia de la masculinidad. Que domina el espacio público en el que el grupo de iguales refuerza su virilidad, es proveedor en su espacio privado, esposo y padre, heterosexual. A esta visión del costalero desde fuera ha contribuido notablemente el papel del capataz a través de la arenga pública a sus hombres.

*“¡Julio!  
Ehhh!  
¡Vamos mi alma! ¡Todos por igual, valientes!  
¡A esta es!  
¡Derecha alante, valientes!.... Bueno.  
Así valientes, así. La llamadita muy cortita...  
Bueno, bueno.  
Muy pendientes, hijos. Bueno.  
Alargando más que iréis más cómodos. Hay que seguir,  
hay que seguir caminando.  
¡Vamos arriba, costalero!”*  
(Ensayo Cristo de Burgos. 9 marzo 2002)

En la arenga del capataz, éste trata de sacar lo mejor de sus hombres apelando a su hombría, a su virilidad. No es de extrañar por tanto que en estos discursos nada casuales y en público, éste haga constante referencia a la camaradería en el grupo, a la fuerza del costalero, a su valentía y a su coraje o casta. La imagen que el mundo del costal exporta hacia la sociedad, reproduce la imagen estereotipada de la masculinidad más trasnochada. Recuerda, al dirigirse al costalero como hijo, a la época profesional por esa relación paterno-filial que se establecía entre el capataz y sus hombres. El honor, la fuerza, el orgullo, el echarle casta, la competencia con otras cuadrillas, la separación con el sexo femenino, están al orden del día en las *trabajaderas*.

Las connotaciones que estos discursos tienen de cara a aquellos que, ajenos a este mundo del costal asisten a las procesiones, llevan claramente a forjar una imagen del costalero que lo define como un tipo duro. Aunque vemos como el capataz se dirige también a ellos apelando al arte. Les llama artistas y este adjetivo ha sido considerado femenino, o al menos está cargado de connotaciones que llevan a poner en entredicho la virilidad.

La percepción que del costalero se tiene en la sociedad viene dada por todas estas manifestaciones públicas, no sólo protagonizadas por el capataz. El costalero hoy hace visible la dureza del trabajo. Las marcas que deja el palo en su cerviz son mostradas con orgullo con el costal bajo el brazo. Es el conocido tomate que ya forma parte del léxico propio de este oficio, y que nos centraría en todo un estudio en torno al cuerpo del costalero. El cuerpo como elemento de poder, de presión a la Hermandad, que exhibe las huellas del trabajo, del dolor, muestra de la fuerza, la casta y el coraje, cualidades que les identifica y les diferencia, como varones costaleros.

La imagen que dan en momentos de reunión, tanto en ensayos a la espera de relevo, como en aquellos más informales en el bar o taberna, reproduce igualmente aspectos que rememoran el modelo de masculinidad. La bebida por excelencia en esos momentos de reunión es la cerveza, incluso en el caso de costaleros que a solas durante la entrevista no toman alcohol. Fuman y beben, hablan en tono elevado, gesticulan, tocan temas de conversación “propios de hombres”, hacen chistes y ríen, compiten a la hora de intervenir, y se apropian en definitiva de un espacio hasta entonces público.



No obstante, en éste como en otros marcos de estudio, la homogeneidad no existe, como tampoco concuerda la imagen que se exporta al exterior con esa otra que tiene el grupo de sí mismo.

#### **7.4.- Percepción del costalero por el costalero**

Puede ser hasta cierto punto paradójico ver cómo el costalero no se identifica con la imagen que de ellos se tiene en el exterior.

Hoy asistimos a la convivencia de cualidades consideradas femeninas y cualidades que se corresponden con el estereotipo de la masculinidad hegemónica. Así un costalero puede al mismo tiempo reconocer su sensibilidad y expresar sus emociones más íntimas sin sentir amenazada su virilidad.

Veamos a modo de confrontación con el estereotipo cómo es la percepción del costalero desde los mismos actores sociales. En principio, podemos afirmar que las cualidades a las que se apela y de las que el costalero alardea, son las siguientes:

- Fuerza, casta, coraje, dureza
- Valiente, osado
- Competitivo, agresivo
- Camaradería, amistad
- Segregación sexual. La mujer permanece al margen.
- Validación o reconocimiento homosocial. Demostración de la hombría por la aprobación y mirada de otros hombres.

En este listado de adjetivos con los que en mayor o menor medida identificamos al costalero, éste no se reconoce en una proporción muy elevada de casos tal y como pudo desprenderse de las entrevistas a mis informantes.

*“Yo soy un hombre llorica y muy sentimental, así que en mi caso no cuenta. Y estamos en el sur sonde el macho, machito se impone. Aquí es que hay mucha guasa y nadie expresa sus sentimientos. Pero cuando sales de costalero revientas, porque llevas 8, 10 o 12 horas riéndote, llorando, queriéndote ir a tu casa, acordándote de tus amigos, de lo bonito que es el mundo, de lo mal que va el mudo, y mil historias. No te puedes imaginar en esa franja horaria la de cosas que te pasa por la mente y la de cosas que te*

*cuestionas. El ser costalero te hace ser mejor persona, o al menos cuestionarte cómo vas y cómo ser mejor” (F.J.D.M. 34 años. 18 años de costal. Empresario. N°5)*

*“Yo creo que no somos sinceros. Debajo de la Macarena se llora mucho. Hay mucho sentimiento debajo de los pasos, pero quizá no..., no... Bueno, que da vergüenza mostrar los sentimientos. Vivimos en una sociedad en la que esto no está bien, y lleva a la gente a retraerse. Sobre todo da vergüenza a aquéllos que no han tenido una formación fuerte, parece no está bien reconocer que aquello provoca emociones y que un poco de Dios está ahí. /.../ Te señalan como tonto, se desprecian ciertos valores. El costalero no es un hombre duro ni blando, sino una persona como cualquier otra. A mi no me gustan las mitificaciones, los costaleros son unos tíos que se ponen el pescuezo como un tomate, se les calientan las piernas y les duele la espalda, que hacen un trabajo que tiene su técnica, y en el resto es igual que otro hermano” (A.C.C. 31 años. 14 de costal. Licenciado. N°9)*

*“El tema de sentimientos, del beso, incluso llorar en el mundo masculino, no sólo es que no se de, es que está mal visto.” (J.M.P. 28 años. 7 de costal. Licenciado. N°10)*

Parece claro que, lo que ocurre a nivel individual, se manifiesta igualmente a nivel grupal. La imagen que damos no suele corresponderse al cien por cien con lo que somos en realidad, ya sea intencionada o inintencionadamente. Y para acceder a esos niveles de conocimiento, es necesario traspasar esa imagen pública hasta ámbitos privados, en el que nos desenvolvemos como realmente somos. Tanto así sucede a nivel grupal, de manera que la cuadrilla de costaleros da una imagen de sí misma, que no refleja fielmente la idea que cada uno de ellos tiene del grupo. De ahí que haya sido necesario analizar tanto la percepción que se tiene de ellos en el exterior del grupo, como la imagen que de la cuadrilla tiene el costalero.

De esta manera, durante siglos el hombre se ha visto obligado a manifestar actitudes y cualidades de la masculinidad hegemónica con las que quizá no se identificara. El motivo fue claramente el riesgo de parecer poco viril de cara a la opinión pública y ser por ello marginado o rechazado. Hoy, quizá de manera involuntaria, las cuadrillas de costaleros

dan una imagen que se corresponde con el estereotipo ya comentado, como respuesta a una imagen creada por la misma sociedad que espera de ellos esa masculinidad.

El contraste, el choque de imagen que la misma cuadrilla daba en según qué contexto, se hacía patente al cambiar de marco de observación al espacio privado, en momentos de mayor intimidad de la cuadrilla, dentro del templo, durante ensayos, en encuentros en la taberna... Pero llegó a confirmarse a través de la entrevista individual con cada uno de ellos.

## **5.- Reflexiones**

Las cuadrillas de costaleros están compuestas ante todo por hombres que han forjado una identidad de género a partir de su sexo, y que reproducen a través de su grupo de iguales, una masculinidad construida y reforzada a partir de esa interacción social. Y este proceso no ha dejado de darse en múltiples contextos sociales, épocas, marcos geográficos, etc.

Me interesaba mucho estudiar cómo se originan, se transmiten y perpetúan esas cualidades, esos valores, esos marcadores imperativos que determinan si un hombre responde fielmente a esos cánones de la virilidad. Veía como la transformación social y el cambio de valores imperante, afectaba a todas las esferas de la vida social. Y me pareció acertado analizar el giro que la concepción de masculinidad ha experimentado, a través de un caso etnográfico.

Considero que teniendo en cuenta el grado de profundización de esta investigación puedo ya extraer varias reflexiones de esta experiencia:

En primer lugar, nos encontramos con un oficio que ha vivido una transformación sociocultural importante en un período relativamente corto de tiempo si tenemos en cuenta lo que supone este cambio. En menos de treinta años los costaleros han dejado de ser profesionales y cobrar por su trabajo, para salir al espacio público como verdaderos héroes y ejercer como grupos de presión.

Este oficio del costal da lugar a una nueva forma de sociabilidad y se perpetúa a pesar de transformaciones tales como la ruptura de los más jóvenes con valores hoy caducos, que están afectando a la incorporación de éstos en contextos como es el militar. Pero estos cambios de preferencias no impide el crecimiento de la vocación al costal a pesar de que estemos

inmersos en ámbitos religiosos, en teoría alejados del interés de estas edades.

Hablo de un colectivo que se percibe como un nosotros frente a los otros, lo que implica que sea la cuadrilla en sí ese referente que da forma a una identidad como grupo. La cuadrilla, a partir de la interacción social de sus componentes forja su identidad de grupo, dispone de sus marcadores, de los referentes que separan ese nosotros de un los otros, llamémosle “paso racheo” si hablamos de la cuadrilla del Gran Poder, del “bullanguero” si hablamos de Triana, etc. Que se expresa como tal a través de la fidelidad al capataz y el sentimiento de pertenencia a éste, en espacios públicos como el bar o taberna considerados símbolos de identificación del grupo.

Entiendo que las cuadrillas no son grupos homogéneos. Están constituidas a partir de la cuestión física de la estatura principalmente, sin olvidar la antigüedad o acceso como hermano costalero, que desemboca en una división interna a partir posiciones en el trabajo que conllevan más o menos responsabilidad y privilegios.

Si algo no ha cambiado en estos años de existencia ha sido el sexo del costalero. Han cambiado variables como la clase social, edad, nivel de formación..., pero la cuestión de sexo permanece. Funcionan como verdaderos grupos de varones, como refuerzo de la identidad masculina. Pero no reproducen en su totalidad el modelo de masculinidad hegemónica.

Veamos con detalle las reflexiones que me llevaron a dicha afirmación:

Las fisuras que hoy presenta el modelo hegemónico masculino han quedado reflejadas en estas cuadrillas. La identidad de género se ha ido adaptando a los nuevos acontecimientos, de ahí que ya no hablemos de una única masculinidad. Lo masculino se hace subjetivo, individual, abierto a la experiencia de cada uno. Ha dejado por tanto de ser algo dado a lo que adaptarse. La presión ejercida por el estereotipo continúa existiendo al igual que las diversas definiciones de la masculinidad a partir de éste.

El modelo hegemónico es tan irrealizable que pocos pueden alcanzarlo, salvo algunos personajes de ficción que se han convertido en objetos de presión para los varones. Lo real es el que esta idea de la masculinidad convive con otras concepciones diferentes que rompen con el modelo.

Una de estas nuevas concepciones y prácticas alternativas de la masculinidad puede ser la de las cuadrillas de costaleros, por la escasa identificación de los varones que la integran al modelo hegemónico a pesar de que reproducen algunos símbolos, valores y cualidades que la caracterizan. Así, las cuadrillas siguen perpetuando aspectos de ese modelo tales como: fuerza, casta, coraje, dureza, valiente, osado, competitivo, agresivo, camaradería, amistad, validación o reconocimiento homosocial. Demostración de la hombría por la aprobación y mirada de otros hombres.

Sin embargo, el costalero aporta nuevas cualidades a su masculinidad, reconociéndose sensible, de gran expresividad emocional, que comparte con el grupo esas vivencias que le aporta el costal mucho más que la demostración de su virilidad a través de éste.

La cuadrilla refleja a partir de su heterogeneidad ese proceso de transformación de la idea de masculinidad. Así, las diferentes edades de los costaleros principalmente, hacen que nos encontremos tanto a varones que se identifican con una masculinidad más cercana al estereotipo, como jóvenes que ya han sido educados a partir de otros valores.

El proceso en el que se encuentra la sociedad actual nos presenta a un hombre en constante mutación que lleva a convertirse en el “hombre reconciliado” de E. Badinter que, según la autora, no es ni el hombre blando invertebrado, ni el hombre duro incapaz de expresar sus sentimientos; es el *gentle man* que sabe unir solidez y sensibilidad; es el tan de moda metrosexual.

En definitiva, hemos de entender que como en todo contexto social, la identidad de género de cualquier grupo, ha de ser analizada e interpretada desde su interior, a partir de sus integrantes, y en profundidad. Para ello es fundamental contrastar percepciones en diferentes contextos de interacción social en los que se pone de manifiesto de forma espontánea esa identidad. El caso de las cuadrillas de costaleros no es ninguna excepción.

## **6.- Bibliografía**

BADINTER, Elisabeth (1992) *XY La identidad masculina*. Alianza Editorial.

BERGER, Peter y L. LUCKMANN, Thomas (1968) *La construcción social de la realidad*. Amorroutu Editores. Buenos Aires. Argentina.

BERREMAN, G.D. (1968) "Ethnography: Method and aproduct". En CLIFTON, J.A (Ed) *Introduction to cultural anthropology: Essays in the socpeand methods of the science of man*. Boston. Houghton Millfin. (pp. 337-373)

BLY, Robert (1998) *Iron John. Una nueva visión de la masculinidad*. Gaia Edic.

BRANDES, Stanley (1991) *Metáforas de la Masculinidad. Sexo y estatus en el folklore andaluz*. Taurus Humanidades.

CUCO GINER, Josepa (1995) *La Amistad. Perspectiva antropológica*. Barcelona. Icaria. Institut Català d' Antropología.

DEL VALLE, Teresa (Coord.) (2002) *Modelos emergentes en los sistemas y las relaciones de género*. Narcea Ediciones. Madrid.

FRANCO DEL VALLE, Carmelo (1987) *Martillo y Trabajadera: Cien años de historia*, Editorial Castillejo. Sevilla.

GIL CALVO, Enrique (1997) *El nuevo sexo débil. Los dilemas del varón posmoderno*. Madrid. Ediciones Temas de Hoy. Ensayo.

GILMORE, David D (1994) *Hacerse hombre: concepciones culturales de la masculinidad*. Barcelona. Paidós.

HYMES D. (1993) *Lecturas de antropología para educadores*. Madrid. Trotta.(pp. 175-192)

MORENO NAVARRO, Isidoro (1982) *La Semana Santa de Sevilla: Conformación, mixtificación y significaciones*. Ayuntamiento de Sevilla, servicio de publicaciones. (2ª edición 1992)

NUÑEZ DE HERRERA, Antonio (1984) *Semana Santa: teoría y realidad*. Sevilla.

RODRIGUEZ MATEOS, Joaquín (1997) *La ciudad recreada. Estructura, valores y símbolos de las Hermandades y Cofradías de Sevilla*. Diputación de Sevilla, área de cultura y ecología, Sevilla.

THOMPSON, Keithn (Coord.) (1993) *Ser Hombre*. Editorial Kairós. Barcelona.





**FEMENINO Y TRADICIONAL: LOS NUEVOS VALORES DE GÉNERO EN LAS ESTRATEGIAS ECONÓMICAS DE DESARROLLO<sup>22</sup>**

**Encarnación Aguilar Criado  
y Carmen Lozano Cabedo**

**Introducción**

Este trabajo supone una aproximación a las trayectorias laborales de mujeres en contextos rurales. Partimos, por tanto, de una perspectiva de género, al ser uno de los principios fundamentales que segmenta el mercado laboral de hombres y mujeres y rige sus trayectorias vitales. Nuestra propuesta considera que el conjunto de conocimientos, saberes, destrezas y valores que se enseñan, transmiten y potencian a hombres y mujeres desde el mismo grupo doméstico constituyen un conjunto de recursos primordiales, un patrimonio fundamental que, además de configurar las identidades de género, modelará las características de la futura inserción diferencial en el ámbito laboral.

Mostramos en este estudio cómo la desigual posición de hombres y mujeres en el mundo del trabajo hay que entenderla como resultado de la interacción entre ese patrimonio adquirido al interior del grupo doméstico y las oportunidades externas que los mercados laborales otorgan a hombres y mujeres. Es, desde tales determinantes sociológicos, como podemos entender las similitudes, pero también las diferencias entre los itinerarios laborales de estas mujeres. Unas dinámicas que adquieren características diferenciales en un ámbito como es el medio rural andaluz, especialmente a partir de la implantación de los Programas de Desarrollo Rural que han actuado de forma prioritaria sobre la población femenina en aras de su capacitación y empoderamiento.

---

<sup>22</sup> Este trabajo se inscribe en el grupo de investigación «Patrimonio Etnológico, Recursos Socioeconómicos y Simbolismo», Plan Andaluz de Investigación. Junta de Andalucía (SEJ-418). Ha sido subvencionado por: “El Patrimonio como recurso en la era de la globalización. Nuevas perspectivas para su gestión”.I+D (BSO2001-2394). Ministerio de Ciencias y Tecnología y Fondos Feder y “Cultura Local y mercados globales. Propuestas para la gestión del Patrimonio en las políticas de desarrollo rural”. I+D (SEJO2004-01372/SOCI).Ministerio de Educación y Ciencia y Fondos Feder.

## **Género y participación laboral**

Las categorías de género forman parte de las construcciones culturales que toda sociedad realiza a partir de unas diferencias objetivas de sexo (Strathern 1979). Unas diferencias sustentadas sobre unas bases fisiológicas pero que también, como muchos antropólogos han demostrado (Caplan 1987; Ross y Rapp 1984), están definidas y moldeadas por cada cultura.

Desde el momento en que tales principios son elaborados y asumidos por los individuos actúan sobre los comportamientos, las valoraciones y las interpretaciones que cada sociedad posee, instituyendo así un proceso que conformará la propia identidad femenina o masculina, mediante una selección efectiva de aquellos elementos culturales que se consideran socialmente como los más adecuados a cada uno de ellos. Estos mecanismos, que influyen en todas las esferas de la vida de cada sujeto, se manifiestan, por lo que al mundo de la producción se refiere, a través de un aprendizaje selectivo que irá adiestrando a ambos sexos en el ejercicio de unas tareas que, desde esos momentos, se adscribirán a cada género quedando masculinizadas o feminizadas y, desde entonces, unidas a elementos que se consideran innatos de cada uno de ellos. En general, podemos afirmar que todas aquellas actividades caracterizadas por la necesidad de un mayor esfuerzo físico, del ejercicio de determinadas cualidades de mando y de toma de decisiones irán unidas al hombre, reservando para la mujer todas aquellas en las que la destreza, la habilidad y la paciencia son fundamentales. Es a partir de entonces cuando tales trabajos serán percibidos y asumidos por los propios protagonistas como más propios de hombres o más propios de mujeres (Aguilar 1995).

Las ideologías de género condicionarán así el modo en que se desarrollan las respectivas inserciones laborales, en la medida que dotan a los individuos de una serie de recursos y de un patrimonio básico que les proporcionará la cualificación técnica necesaria, e incidirá en la naturaleza y forma en que se efectúa su participación en el mundo productivo (Borderías 1991; Comas 1995).

Lo importante es que estamos ante un conjunto de conocimientos no reglados que, al inscribirse dentro de un amplio proceso de socialización femenina y transmitirse en el seno del grupo doméstico, tienden a ser considerados como naturales, unidos al mismo hecho biológico de ser

mujer. Forman parte de este grupo conocimientos que las madres transmiten de generación en generación a sus hijas como parte de su educación, lo que determinará su formación y su identidad misma como mujeres.

La cuestión es que esa naturalidad con la que las mujeres se enfrentan a las tareas de cocinar, coser, limpiar, alimentar a sus hijos o cuidar de su casa generalmente se percibe como propia de su condición femenina aunque, de hecho, dichas actitudes han sido el resultado de un proceso de aprendizaje desde pequeñas, ejecutado en el hogar de forma repetitiva y obligatoria de una manera selectiva sobre los varones. Esta dinámica, que niega el reconocimiento de trabajo al del ama de casa (Seccombe 1975), resulta básica para entender por qué la participación femenina en los mercados de trabajo aparece frecuentemente ligada a ese patrimonio doméstico adquirido.

Finalmente, y tal y como comprobaremos en el caso que desarrollaremos a continuación, las trayectorias laborales femeninas se adecuan así a los ciclos vitales de las mujeres dentro de su grupo y están determinadas por sus sucesivas posiciones dentro de los mismos como hijas, madres, solteras, casadas, o viudas, lo que tenderá a condicionar la necesidad, permanencia o su retirada del mundo laboral (Aguilar 1998; Téllez 2002). El trabajo como opción se convierte en una característica que puede presentarse en las mujeres, algo indudablemente ajeno a la naturaleza misma de “ser hombre” cuya continua disponibilidad para el trabajo constituye uno de los elementos sobre los que descansa la construcción social de la masculinidad. “Los hombres encuentran una <<oportunidad>> de incorporación y reorientación laboral. Las mujeres encuentran una <<posibilidad>> de incorporación y reincorporación a la actividad profesional (...), exigiendo una respuesta más sutil, innovadora y creativa, pues las obliga a descubrir nuevos huecos de mercados intersticiales, no claramente visibles” (Romero 1996:199). Desde esta misma premisa podemos explicar fenómenos como el mercado de trabajo informal y la economía sumergida, ámbitos en los que la participación de las mujeres es mayoritaria, que han consolidado, tal y como comprobaremos en nuestro trabajo, la denominada invisibilización del trabajo femenino (Narotzky 1988).

## **El mundo rural andaluz y los programas de desarrollo rural.**

Entender que el género es una construcción social y que, por tanto, se halla sujeto a continuas y distintas elaboraciones, nos remite a la necesidad de conocer el contexto, las condiciones en las que se enmarcan dichas determinaciones. El hecho de que este trabajo se desarrolle en el medio rural<sup>23</sup> y, más concretamente, en el ámbito andaluz otorga a estos procesos de integración laboral una serie de características diferenciales ya que a los problemas comunes derivados de la falta de infraestructuras y de accesos a los servicios, a la tecnología, la educación, etc., a los que se enfrenta la población rural, hay que añadir toda una serie de dificultades derivadas de su condición de mujer. La falta de alternativas a la actividad agraria, así como la infravaloración del papel que la mujer puede desempeñar en el ámbito laboral, generan una situación de desempleo cuyas tasas ascienden al 46% de la población activa total y provoca el éxodo masivo de aquellas mujeres más jóvenes y con mayores niveles de formación hacia las ciudades.

Un trabajo que, cuando existe, requiere de una escasa o nula cualificación, es poco estable y está altamente precarizado, por lo que la mayor parte de estas mujeres son contratadas a tiempo parcial o en trabajos temporales. Muchas se insertan en el mercado de trabajo de los denominados “feminizados” que suponen una extensión de los roles desarrollados tradicionalmente en el ámbito doméstico, muy habitualmente en el sector servicios, lo cual nos remite a otro de los procesos más destacados operados en los últimos años en estos espacios como es la paulatina terciarización del mundo rural. Un proceso en el que la mujer ha desempeñado un papel muy importante, ya que 4 de cada 5 mujeres del medio rural está ocupada en el sector servicios y en el caso andaluz, este porcentaje sería de 49,7% de las mujeres activas (Palenzuela et al 2002).

Un panorama que, en las últimas décadas, ha comenzado a ser objeto de múltiples transformaciones derivadas de la inserción de España en la Unión Europea y de la aplicación de una serie de Programas de Desarrollo Rural que integran, de forma transversal, la perspectiva de género, así

---

<sup>23</sup> Hablar de rural implica hacer referencia a un concepto construido y, por tanto, dinámico y susceptible de variar a lo largo del tiempo. En un principio, el mundo rural se concibió como opuesto a las características del mundo urbano y como una escala inferior en la escala de la modernización y progreso. Posteriormente, se ha abordado esta cuestión desde una perspectiva territorial, identificándolo con determinadas zonas y regiones, o con actividades productivas específicas, especialmente con la agricultura.

como de todo un conjunto de proyectos orientados específicamente a la dinamización de la población rural femenina. La consolidación de la Política de Desarrollo Rural como segundo pilar de la PAC ha supuesto la creación de un marco específico de iniciativas de desarrollo, un paquete de medidas para incentivar las áreas rurales dotadas de un menor crecimiento económico, potenciando una agricultura al servicio de los territorios rurales, cuya misión no sea sólo producir, sino también mantener un mundo rural activo, que velara por la conservación del paisaje y por la producción de alimentos de calidad<sup>24</sup>.

Desde esta nueva filosofía del desarrollo europeo, el territorio ya no se concibe como mero soporte, sino como recurso cuya potencialidad hay que fomentar, apoyando cualquier iniciativa que fomente los valores endógenos (Esparcia y Noguera 1999). Es así como se producen dos de las transformaciones sustanciales en la ruralidad europea: el cambio de función de los espacios rurales desde su especialización agrícola y productiva hacia la diversificación de sus actividades económicas, favoreciendo el desarrollo del tejido industrial y de servicios, propiciando de este modo la terciarización de los territorios rurales (Aguilar 2002), así como la creciente centralidad que desde estas acciones se está otorgando al patrimonio y los productos locales.

Ello explica que elementos como el paisaje, la arquitectura popular, las artesanías, la gastronomía, las fiestas y los rituales se erijan en los pilares que sustentan la nueva arquitectura del desarrollo rural en Europa y constituyan la materia prima sobre la que se está elaborando un nuevo modelo de ruralidad que ha terminado por acuñar una nueva marca: la de producto rural, cuyo valor añadido reside precisamente en el poder que le confieren elementos como la tradición, la historia, la cultura local o la naturaleza (Aguilar 2003, Aguilar et al 2005). Es desde esta distintividad como estos productos locales encuentran un espacio para circular en los mercados globales (Roseberry 1996).

A partir de tales directrices se diseñaron toda una serie de programas concretos de intervención entre los que se encuentra la Iniciativa

---

<sup>24</sup> En este sentido, la nueva PAC parece intentar hacer convivir una agricultura competitiva orientada a los mercados internacionales, con una agricultura extensiva, respetuosa con el medio ambiente, una dualidad productiva que implica una contradicción interna, siendo la correlación de fuerzas claramente favorable a la primera.

Comunitaria Leader. Esta programa, puesto en marcha a principios de los años 90, fue diseñado como un conjunto de medidas orientadas a paliar los efectos de la aplicación de la PAC en las áreas dotadas de un menor crecimiento económico, a través de la protección y mejora del patrimonio y del medio ambiente, el desarrollo y la valorización de los productos endógenos del medio rural, el fomento de las artesanías y el turismo rural. Una iniciativa que se caracterizaba por aplicar un enfoque territorial, integrado y participativo y cuyo éxito se ha manifestado en multitud de proyectos que le ha permitido consolidarse como uno de los ejes vertebradores de la Política de Desarrollo Rural Europea<sup>25</sup>.

En el caso de España y para las regiones más agrícolas se aprobó otro programa europeo, vigente para el período 1997-1999, que, bajo el título de Programa de Desarrollo y Diversificación de la Economía Rural (PRODER), pretendía reconocer la singularidad de tales áreas, con la aplicación de un paquete de medidas, en las que junto a las propiamente dirigidas al sector agrícola, se contemplan las destinadas también a la diversificación de actividades económicas de la misma naturaleza que las anteriores<sup>26</sup>.

Lógicamente, las regiones con mayor presencia de la agricultura tradicional y con menores niveles de económicos serán objetivos prioritarios de este tipo de políticas y recordemos, aunque sea brevemente, que Andalucía se sitúa entre las regiones europeas de menor renta, lo que facilitará la variabilidad de programas a los que puede acogerse y la mayor cantidad de financiación destinada a las iniciativas que desde aquí se propongan. La incidencia que estos programas han tenido en el ámbito rural andaluz, tal y como veremos a continuación, ha sido amplia, permitiendo la puesta en marcha de numerosos proyectos de desarrollo rural promovidos por mujeres en sectores como el agroalimentario, el turístico o el artesanal. A estos programas europeos hay que añadir, en el caso andaluz, la política horizontal de género y juventud desarrollada por la administración regional que tiene entre sus objetivos el apoyo a las iniciativas de autoempleo de mujeres y jóvenes, buscando la diversificación de la economía rural y el fomento de la participación y el asociacionismo.

---

<sup>25</sup> El éxito de la Iniciativa Comunitaria Leader I, que estuvo vigente durante el período 1991 a 1994, se consolidó con la Iniciativa Leader II (1994-1999) y con la Iniciativa Leader Plus (2000-2006).

<sup>26</sup> Este programa se ha consolidado en Andalucía con la aprobación del Programa Operativo Integrado de Andalucía (PRODER Andalucía) vigente para el período 2000-2006.

### **Entre la innovación y la tradición. La industria cosmética de Pegalajar en España**

El caso analizado supone un ejemplo de todo un conjunto de iniciativas que han comenzado a desarrollarse en el mundo rural andaluz a partir de la introducción de toda esta serie de programas de desarrollo orientados a la potenciación de los recursos y valores endógenos de cada territorio, es decir todos aquellos diferenciales y distintivos de la zona que puedan resultar atractivos y alcanzar una posición competitiva. Nos referimos, por tanto, a una empresa que se dedica a la elaboración de cosméticos a partir del principal producto de la zona: el aceite de oliva. Una iniciativa que ha sabido combinar los conocimientos y técnicas artesanales que tradicionalmente se aplicaban en los hogares andaluces para la elaboración de jabones, con una perspectiva innovadora, adecuada a las nuevas directrices del marketing y el consumo. Esta empresa ha supuesto, asimismo, la puesta en valor y, por tanto, la visibilización de un patrimonio (Aguilar 1999), de todo un conjunto de saberes y destrezas que habían quedado en un segundo plano al estar asociados al ámbito doméstico y considerados como propios de las labores femeninas.

Esta iniciativa surgió en Pegalajar, una pequeña localidad de algo más de 3.000 habitantes, situada en la provincia de Jaén. Nos encontramos en un territorio cuya principal actividad económica es la agricultura, siendo el olivar el cultivo más extendido, y cuya actividad industrial ha estado centrada hasta hace pocos años la producción del aceite de oliva, aunque en la última década han comenzado a desarrollarse otros sectores como la industria agroalimentaria, el textil o la fabricación de muebles. El municipio de Pegalajar forma parte del Parque Natural “Sierra Mágina”, declarado en 1989 por la Junta de Andalucía, que se extiende sobre 19.900 hectáreas de terreno con una orografía abrupta y de difícil accesibilidad que han contribuido a la preservación y desarrollo de especies botánicas y faunísticas de gran valor ecológico, algunas de ellas endémicas del territorio.

Una zona que ha sido objeto de actuaciones diversas por parte de una serie de programas europeos (LEADER, NOW, INTEGRA y YOUTHSTART), estatales o regionales que han tratado de salvar los problemas estructurales que presentaba la zona a través de la dinamización de los distintos sectores, la reorientación de las economías comarcales a partir de la puesta en valor de sus recursos endógenos, así como en la

utilización de nuevos conocimientos y tecnologías a fin de incrementar la competitividad de los productos y servicios territoriales. Programas que se buscado la consecución de una imagen de la zona en base a la “calidad”, “sostenibilidad” y “ecologismo”, tanto de sus prácticas como de sus productos, en consonancia con los valores que le proporcionan su inserción en un Parque Natural (Lozano 2006).

En este contexto de diversificación de la economía en torno al principal recurso de la zona como es el aceite de oliva y de valorización de las potencialidades naturales, paisajísticas y patrimoniales del territorio, es como se inserta la creación de la empresa “Olea Cosméticos S.L.”. Una iniciativa liderada por 5 mujeres, cuyas edades oscilan entre 35 y 45 años, y comparten una serie de características personales ya que todas están casadas, con hijos y presentan un nivel de formación básico. Con anterioridad a la formación de esta empresa, el ciclo laboral de dichas mujeres estaba marcado por los trabajos agrícolas y, concretamente, por el cultivo del olivar. Así, aunque habían renunciado a su inserción en el mercado de trabajo para dedicarse a las labores domésticas, durante los meses invernales participaban en la labor de recogida de la aceituna. Poseían, por tanto, una trayectoria vital y laboral muy representativa de los valores de género que venimos comentando, muy extendida entre la población femenina en las zonas rurales de Andalucía, en las que el valor opcional del trabajo femenino y el ciclo estacional de la agricultura modelan la vida laboral de estas trabajadoras<sup>27</sup>.

Como también es normativo, muchas habían participado en los numerosos cursos que diversas instituciones- Instituto Nacional de Empleo (INEM) o la Diputación Provincial de Jaén- ofertan a este tipo de población con vistas a su integración en el mundo laboral. Lo novedoso de este caso fue que ellas mismas, desde el marco de la Asociación de Mujeres Oriental, tomaron la iniciativa de su formación, solicitando a las administración la realización de un curso especializado en la utilización del aceite de oliva para la fabricación de jabones, que les permitiera recuperar toda una serie de conocimientos y manejos tradicionalmente desarrollados por las mujeres de la zona, así como rentabilizar determinados usos del aceite, más allá de

---

<sup>27</sup> Se trata además de un mercado de trabajo que está subsidiado, respondiendo a las mismas medidas sociales de apoyo a las agriculturas europeas. En este caso, se trata de un sistema de ayuda creado para compensar las zonas de mayoritaria población agrícola en España, garantizando la percepción de un salario mínimo anual cuando se cumple un periodo de trabajo mínimo establecido actualmente en 35 jornadas.



sus fines estrictamente alimenticios, hasta ese momento desaprovechados. “Todo empezó porque nosotras queríamos hacer algo con el aceite porque como tú ya habrás visto lo que tenemos es mucho aceite, pero no servía nada más que para comer. Nosotras queríamos darle otra utilidad” (Socia de la empresa).

De ahí que, desde el marco de la Iniciativa NOW Parques Mediterráneos del Siglo XXI<sup>28</sup>, se organizara en 1999 un curso dedicado al “Reciclado de aceite. Elaboración de jabones”, que desembocó en la creación de la Asociación Mujeres Artesanas “Olea”, integrada por las 16 mujeres que había participado en el curso. El éxito obtenido en la venta de estos productos en diversas ferias locales, impulsó a varias de ellas a plantearse la creación de una experiencia empresarial.

Surge así la empresa Olea Cosméticos S.L. con el objetivo de elaborar toda una serie de productos cosméticos (gel, champú, aceites para masaje, colonias y perfumes) producidos de forma artesanal a partir de la utilización de toda una serie de ingredientes naturales (aceite de oliva, plantas aromáticas, etc.) que les confieren propiedades terapéuticas y medicinales. La singularidad de esta experiencia radica, por tanto, en que la creación de esta amplia gama de productos ha ido de la mano de la recuperación y recopilación de técnicas y conocimientos locales en el uso terapéutico de las hierbas, emplastes o infusiones. Se ha acudido, por tanto, a ese fondo de conocimientos que muchas mujeres poseían y al conjunto de procesos que había visto hacer a sus madres o abuelas en sus casas, pues la fabricación de jabones con el aceite que previamente había sido utilizado para cocinar, era una de tantas técnicas ejercitadas por las mujeres hasta bien entrada la década de los 60 del siglo XX. “Aquí en el pueblo se hace jabón casero. Como en todos sitios con aceite usado. Lo que pasa es que aquí en el pueblo las abuelas todo lo curan con hierbas a base de cataplasmas e infusiones y nosotras vimos ahí una oportunidad. Y luego también pues como estamos en la Sierra pues utilizar el tomillo, el romero, la mejorana” (Socia de la empresa).

De lo que se trataba con esta iniciativa era de rescatar ese conjunto de conocimientos y destrezas tradicionales a punto de desaparecer, así como de ampliar y mejorar el producto, pasando del rústico jabón verde utilizado para fregar y lavar la ropa, a una gama de delicados jabones y

---

<sup>28</sup> NOW es la sección de la Iniciativa Comunitaria Empleo que se dedica a reforzar la participación de las mujeres en el mercado laboral, reducir la tasa de desempleo de las mujeres y mejorar la posición de aquellas que estén trabajando.

aceites terapéuticos para uso cosmético. Se partía, por tanto, de unos recursos técnicos que remitían a ese conjunto de conocimientos poco valorados y reconocidos socialmente, destrezas vinculadas a las mujeres, transmitidas de generación a generación en el seno del grupo doméstico, pero fundamentales para la reproducción del mismo.

Una experiencia en la se combina a la perfección la utilización, por un lado, de las materias primas, técnicas y saberes de la zona, con todo un conjunto de elementos innovadores que han ido incorporando a lo largo del proceso de elaboración de los productos, tanto en lo relativo al uso de hierbas aromáticas y medicinales que, a efectos de reducir costos y tiempo, adquieren ya elaborados como aceites esenciales, como en la incorporación de toda una serie de técnicas e instrumentos que les permita superar las estrictas normativas de sanidad e higiene. Para poder ajustarse a estos requerimientos han acometido un ambicioso proyecto de inversión en unas instalaciones dotadas de toda una serie de dependencias: laboratorio, almacén, oficina, tienda, etc. necesarias para el desarrollo óptimo de su actividad, cuya construcción ha estado respaldada mediante una subvención obtenida a través del programa europeo LEADER PLUS.

Una innovación que se ha aplicado, especialmente, a cuestiones como la presentación e imagen del producto y a la incorporación de Internet y las nuevas tecnologías como herramienta de divulgación y comercialización. Fundamental, en todo este proceso, ha sido la labor de marketing de dichos productos para lo cual han contado con la cobertura del sello Denominación de Origen Sierra Mágina, que avala la calidad de los aceites producidos en esta zona, y de la etiqueta Marca Parque Natural, mecanismo institucional que garantiza la vinculación de estos productos con un territorio y, especialmente, con los valores ecológicos y naturales del mismo, así como de la calidad de sus productos y procesos. Tendencia que se ha visto reforzada con la incorporación, en los últimos meses, de toda una gama de productos elaborados con aceite de oliva de producción ecológica. Unos productos se comercializan en establecimientos como herbolarios, parafarmacias y tiendas de productos naturales, tanto en los mercados nacionales como en países como el Reino Unido, aunque también pueden ser adquiridos directamente a través de su página web en Internet<sup>29</sup>.

Concluiremos, por tanto, diciendo que, tal y como hemos tratado de demostrar, estamos ante una iniciativa empresarial surgida a partir de la

---

<sup>29</sup> <http://www.oleacosmeticos.es/>

movilización de un patrimonio de conocimientos y destrezas técnicas de las mujeres, que se ha visto coronada con notable éxito, como lo prueban los numerosos premios a la iniciativa empresarial y a la innovación<sup>30</sup>. Un logro alcanzado gracias al apoyo de la administración pero, especialmente, al esfuerzo tanto individual, como conjunto de esas mujeres cuya trayectoria no ha estado exenta de dificultades, en su mayor parte derivadas de las ideologías de género que consideran que la capacidad de gestión y decisión no son destrezas vinculadas a las mujeres, así como de los problemas para compatibilizar las labores domésticas y el cuidado de los hijos, con la organización de una empresa. “Hubo muchos problemas cuando empezamos porque nadie nos apoyaba ni creía en nosotras porque, ¿qué iban a hacer cinco mujeres? Además a pesar de todo las ayudas que se supone que hay, nosotras no hemos recibido ningún tipo de apoyo especial” (Socia de la empresa).

### **Viejas y nuevas identidades femeninas. Las diferentes respuestas locales a la globalización.**

Aunque la Antropología ha sido una de las disciplinas pioneras en la explicación compleja de fenómenos concretos, la interconexión global de los procesos sociales requiere de nuevas reflexiones teóricas y metodológicas que nos permitan mantener el enfoque holístico en el análisis de comunidades cada vez más desterritorializadas y afectadas por mercancías, capital e información que provienen de lugares lejanos (Kearney 2000). Por tanto, ya no se puede continuar analizando los procesos locales sin tener en cuenta las dinámicas globales y las consecuencias que estas generan en los diferentes territorios.

Consideramos, en este sentido, que ambos procesos (local y global) constituyen dos caras de un mismo fenómeno, dos dinámicas interrelacionadas (Friedman 1990) que no pueden ser entendidas, ni analizadas de forma independiente. Sin embargo, para que estos macro-

---

<sup>30</sup> Segundo Premio del *Certamen “Emprende”* en la categoría de Creación de Empresas (Start Up) de la Confederación de Empresarios de Andalucía y la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico de la Junta de Andalucía. Galardón nacional del Certamen Europeo EUROWARDS de Louvain la Neuve (Bruselas) como representante nacional en la Start Up, *Premio Puerta de Andalucía* concedido por la Junta de Andalucía y el Grupo Summa Hoteles como ejemplo de innovación e investigación, *Premio a la Iniciativa* en Expoliva 2003, *Premio a la Innovación y el Desarrollo* en Expohuelma 2003, *Premio Jaén Nuevo Milenio* de la Caja Rural a la Iniciativa (Premios Jiennenses del Año 2003), *Premio Meridiana* 2004, que concede el *Instituto Andaluz de la Mujer*.

procesos puedan operar en un ámbito concreto necesitan ser asumidos y adaptados al contexto local que es el que, en último término, los adopta, rechaza o reelabora dando lugar a una multiplicidad y heterogeneidad de respuestas en las que participan propios y extraños y en las que se confronta lo particular y lo universal (Bueno 2000). Desde estos presupuestos teóricos es imposible hablar una pretendida identidad femenina global, sino que hay que entenderla como una construcción social, circunscrita a un contexto social e histórico concreto. Es este marco sociológico el que terminará por conformar unos determinantes que aparecen como sustantivos a las desigualdades de género y que, como hemos visto, dotará de una determinada naturaleza y características a su relación con el ámbito del trabajo (Martínez et al 2004).

Nos situamos así ante un fenómeno que, en la actualidad, se está desarrollando en el seno de una ruralidad en continuo cambio lo cual afecta a su misma definición, así como a la especialización agraria de sus actividades. Un ámbito rural que, al estar sujeto a las nuevas necesidades de las sociedades postindustriales y, por tanto, atravesado por la misma lógica que afecta a las sociedades urbanas, ha visto como, al mismo tiempo que se iba diluyendo la distancia entre ambos mundos, se consolidaba, paradójicamente, la necesidad de producir e incluso de reinventar una imagen de una ruralidad ya inexistente, desde luego desaparecida en aras precisamente de su intensificación productiva, pero convertida ahora en objeto de consumo de amplias capas de la población, de turistas y visitantes, de propios y extraños (Aguilar y Lozano 2006). Estamos, tal y como muchos autores han señalado, ante esa especie de idilio rural (Hervieu 1997) exponente de la mirada nostálgica de la modernidad, que percibe lo rural ligado a espacios con calidad ambiental, mientras que lo urbano se asocia a deterioro y contaminación, redundando, a nivel simbólico, en las ya caducas dicotomías rural-urbano.

Dicha situación esta promoviendo el progresivo desplazamiento desde el sector primario al terciario en los territorios rurales y la creación del denominado “producto rural” como elemento competitivo y distintivo para aquellas zonas menos productivas. Este fenómeno constituye una de las estrategias que tienen estos pequeños territorios, de economía poco competitiva, para poder sumarse y responder a la lógica de la globalización. La calidad, la tradición y la historia que contienen estos productos constituyen hoy una ventaja comparativa para circular en los mercados y está sirviendo como estrategia para la reproducción de muchos pequeños productores.

El caso analizado encaja a la perfección con esta dinámica ya que constituye una iniciativa empresarial que, al mismo tiempo que revaloriza un producto local y rescata técnicas y saberes constitutivos del patrimonio local en peligro de desaparición, crea un producto que responde a los nuevas expectativas y gustos del consumo global en torno a valores como la naturaleza, la calidad y la elaboración artesanal (Contreras 1999; Bérard y Marchenay 1996; Expeitx 1996; Aguilar et al 2004) y potencia sectores laborales frágiles, como el femenino. La aplicación de los Programas de Desarrollo Rural, con una marcada perspectiva de género y orientada a la búsqueda activa de espacios y actividades emergentes propias, ha supuesto un impulso fundamental para la creación de iniciativas como la que aquí hemos abordado. De este modo, se ha hecho posible la reinvención de una nueva actividad que, en realidad, hunde sus valores y saberes en una tradición heredada, a punto de desaparecer como consecuencia de la modernización de esos mismos hogares.

Una experiencia que, no lo olvidemos, ha supuesto además la utilización con fines productivos y comerciales de unos conocimientos, destrezas y técnicas naturalizados como femeninos y vinculados al ámbito doméstico (Elson y Pearson 1981) y que ha permitido a estas mujeres pasar de ser trabajadoras temporales a convertirse en pequeñas empresarias, visibilizando una actividad que, como tantas otras, permanecía en el difuso mundo del ámbito de reproducción doméstica

### **Bibliografía**

Aguilar Criado, E. (1995) “Los procesos productivos artesanales. Una aproximación teórica”, en *Sociología del Trabajo*, nº 24, pp. 39-74.

Aguilar Criado, E. (1998) *Las Bordadoras de Mantones de Manila de Sevilla. Trabajo y Género en la Producción Doméstica*. Sevilla, Área de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla y Servicio de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.

Aguilar Criado, E. (1999) “Entre la tradición y la modernidad. Las artesanías, una propuesta de análisis”, en Aguilar, E. (Coord.), *Patrimonio Etnológico. Nuevas Perspectivas de Estudio*. Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico y Fundación Machado, pp. 130-155.

Aguilar Criado, E. (2002) “La cultura como recurso en las políticas de desarrollo rural: una lectura desde la globalización”, en *Ambiente y Desarrollo. Cultura y Naturaleza*, N° 10. Bogotá, Instituto de Estudios Ambientales para el Desarrollo, pp. 13-32.

Aguilar Criado, E. (2003) “La cultura como recurso en el ámbito de la globalización. La nueva dinámica de las industrias artesanas”, en Bueno, C. y Aguilar, E. (Coords.), *Las expresiones locales de la globalización. México y España*. México, CIESAS, Universidad Iberoamericana y Ed. Porrúa, pp. 405-423.

Aguilar Criado, E.; Merino Baena, D. y Migens Fernández, M. (2005) “Patrimonio y mercado: la nueva apuesta por la cultura”, en Sierra, X. y G. Pereiro (Eds.) *Patrimonio cultural: politizaciones y mercantilizaciones*. Sevilla: Ed. Fundación El Monte, FAAEE y Asana, pp. 51-67.

Aguilar Criado, E. y Lozano Cabedo, C. (2006) “Tradición, calidad y naturaleza: los valores de una nueva ruralidad”, en *VI Coloquio Ibérico de Estudios Rurales “El papel de las regiones en las economías rurales”*. La Rábida (Huelva), febrero de 2006, pp. 1.349-1.365.

Bérard, L. y Marchenay, P. (1996) “La construcción social de los productos de la tierra”, en *Agricultura y Sociedad*, N° 80-81, pp. 31-56.

Borderías Mondéjar, C. (1991) “Proyectos, estrategias familiares y trayectorias sociales femeninas”, en Prat, J; U. Martínez; J. Contreras; I. Moreno (Eds.), *Antropología de los pueblos de España*. Madrid, Taurus, pp. 475-484.

Bueno Castellanos, C. (2000) “Introducción. Diversidad en lo global”, en Bueno, C. (coord.), *Globalización: una cuestión antropológica*. México, CIESAS-Miguel Ángel Porrúa, pp. 7-27.

Caplan, P. (1987) *The Cultural Construction of Sexuality*. London, Tavistock.

Comas D'argemir, D. (1995) *Trabajo, género, cultura: las construcciones de desigualdades entre hombres y mujeres*. Barcelona, Icaria e Institut Calalá d'Antropologia.

Contreras Hernández, J. (1999) "Paisajes y mercados: globalización y particularismos en los sistemas alimentarios", en *Alimentación y cultura: actas del Congreso Internacional*, 1998, Museo Nacional de Antropología, España. Huesca, La Val de Onsera, pp. 689-710.

Elson, D. y Pearson, R. (1981) "The Subordinations of Women and the New Internationalization of Factory Production", en Young, K., C. Wolkowiz Y R. Mccullagh (eds.), *Of Marriage and the Market*. London, CSE, pp. 144-166.

Esparcia Pérez, J. y Noguera Tur, J. (1999) "Reflexiones en torno al territorio y al desarrollo rural", en Ramos, E. (Coord.), *El Desarrollo Rural en la Agenda 2000*. Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, pp. 9-44.

Espeitx Bernat, E. (1996) "Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra", en *Agricultura y Sociedad*. Nº 80-81, pp. 83-116.

Friedman, J. (1990) "Being in the world: globalization and localization", en Featherstone, M., *Global culture. Nationalism. Localization and Modernity*. London, Sage.

Hervieu, B. (1997) *Los campos del futuro*. Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Kearney, M. (1995) "The Local and the Global: The Anthropology of Globalization and Transnationalism", en *Annual Review of Anthropology*, Nº 24, pp. 547-565.

Lozano Cabedo, C. (2006) "Nuevas estrategias para nuevos contextos. Agricultura ecológica en Parques Naturales andaluces", en *Congreso Internacional "Alimentación y Territorios" (ALTER 06)*. Baeza (España), octubre de 2006.

Martínez Sánchez, S. et al. (2004) "Género e identidad en procesos organizativos de mujeres rurales. Elementos para una propuesta estratégica de desarrollo en Nativitas, Tlaxcala", en Alberti, P. (Coord.), *Género, ritual y desarrollo sostenido en comunidades rurales de Tlaxcala*. México, Colegio de Postgraduados, pp. 59-82.

Narotzky, S. (1988) *Trabajar en familia: mujeres, hogares y talleres*. Valencia, Edicions Alfons el Magnànim.

Palenzuela Chamorro, P., Cruces Roldán, C. y Jordi Sánchez, M. (2002) *Mujeres empresarias y mujeres políticas en el medio rural andaluz*. Sevilla, Junta de Andalucía, Consejería de Agricultura y Pesca, Universidad de Sevilla.

Romero López, M. (1996), “Empresarias y autónomas. Riesgo económico e identidad femenina”, en García León, M. A.; M. García de Cortázar y F. Ortega (Coords.), *Sociología de las Mujeres Españolas*. Madrid, Ed. Complutense, pp. 187-218.

Roseberry, W. (1996) “The rise of yuppy coffees and the reimagination of class in the United States”, en *American Anthropology*, nº98 (4), pp.762-775.

Ross, E. y Rapp, R. (1984) “Sex and Society. A Research Note from Social History and Anthropology”, en Snitow, A.; C. Stansell y S. Thompson (eds.), *Desire: The Politics of Sexuality*. Londres, Virago.

Secombe, W. (1975) “El trabajo doméstico en el modo de producción capitalista”, en *El ama de casa bajo el capitalismo*. Cuadernos Anagrama, Barcelona.

Téllez Infantes, A. (2002) *Las “mantecaeras” de Estepa. Un trabajo antropológico sobre una industria local*. Sevilla: Ed. Ayuntamiento de Estepa.



**RELIGIÓN Y GÉNERO EN CONTEXTOS DE INMIGRACIÓN:  
LAS CONVERSIONES FEMENINAS AL ISLAM  
(1995-2006)**

**Sol Tarrés Chamorro**

**Introducción**

El fenómeno inmigratorio constituye uno de los principales motores de cambio en las sociedades actuales, tanto en los lugares de origen como en los de destino. La Europa contemporánea, firme receptora de flujos migratorios procedentes de prácticamente todos los países del mundo es, en este sentido, una sociedad plural, en la que confluyen distintas lenguas, concepciones políticas, sociales y religiosas. El acelerado incremento de la población inmigrante extra-comunitaria da paso a una multiculturalidad que presenta múltiples factores y circunstancias, entre los que cabe destacar la coincidencia de diferentes concepciones religiosas que mantienen, a veces, un respeto mutuo mientras que, en otras ocasiones, entran en conflicto. Este es uno de los grandes retos a los que nos enfrentamos en la Europa-España de hoy, donde estados confesionales, aconfesionales y laicos pretenden seguir similares líneas de actuación.

En este sentido es muy significativo que la presencia de determinadas confesiones religiosas, y más concretamente el Islam, se asocien directamente a los flujos migratorios (independientemente de la historia de dicha presencia), y que esta presencia se ponga en relación directa con los distintos procesos de integración social, o falta de integración, de colectivos inmigrantes. Y aún más revelador resulta la relación inmediata, y estereotipada, que se establece entre inmigración, religión y género.

La presencia contemporánea y reconocida del Islam en España data de finales de la década de los 60 cuando, a raíz de la promulgación de la Ley de Libertad Religiosa de 1967, comienzan a inscribirse en el Registro las primeras comunidades musulmanas. Tanto esta ley como, y sobre todo, la posterior Ley Orgánica de Libertad Religiosa de 1980, consecuencia lógica de la declaración de aconfesionalidad del Estado en la Constitución

de 1978 así como de la no discriminación por motivos religiosos<sup>31</sup>, abrieron el camino hacia el pluralismo religioso en España. Este reconocimiento constituyó inicialmente una declaración de intenciones en una sociedad mayoritariamente católica. La década de los 80, en el caso del Islam, se va a caracterizar por el incremento paulatino de musulmanes, tanto españoles como inmigrantes (entendiendo por tales a los residentes extranjeros), así como por la creación de las primeras comunidades islámicas inscritas como entidades religiosas<sup>32</sup>. Asimismo, durante esta década los musulmanes van a luchar por el reconocimiento del islam como religión de “notorio arraigo”, lo que consiguen en 1989, constituyendo un primer paso necesario en la posterior firma del Acuerdo de Cooperación entre la Comisión Islámica de España y el Estado Español (28 de abril de 1992). Este acuerdo es el marco jurídico en el que se van a desenvolver las relaciones entre el Estado y los musulmanes, representados en la Comisión Islámica de España (CIE). La firma de este acuerdo no ha implicado una posterior aplicación efectiva del mismo, así por ejemplo en el caso de la enseñanza de la religión en la escuela (artículo 10), ésta no se ha hecho efectiva hasta el curso 2005-06 y sólo en cuatro comunidades autónomas (Andalucía, Aragón, Ceuta y Melilla).

El paso hacia el ejercicio del pluralismo religioso teórico al práctico se está intensificando (en tanto que es un proceso dinámico y constante) a raíz del aumento de la inmigración extranjera en España, especialmente de la procedente de países de mayoría islámica, así como de los efectos que

---

<sup>31</sup> “La Constitución Española del 27 de diciembre de 1978 establece, en su artículo 14, que todos los españoles son “iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social. Partiendo de esta premisa, la misma Constitución plasma las bases para lo que en España se entenderá como Pluralismo Religioso: “Se garantiza la libertad ideológica, religiosa y de culto de los individuos y las comunidades sin más limitación en sus manifestaciones, que la necesaria para el mantenimiento del orden público protegido por la ley” (art. 16.3)” (Briones y otros 2004: 7-8)

<sup>32</sup> “Por el Real decreto 14/1981, se crea el Registro de Entidades Religiosas que regula los procedimientos jurídicos y administrativos que se inscriban en él, diferenciando entre Iglesia Católica, Minorías religiosas y Fundaciones. El funcionamiento de este Registro se regula a través de la Orden 1375/2002, determinando la organización y competencias de la Comisión Asesora, creada y regulada legalmente en 1983. Entre las competencias de esta Comisión Asesora se incluye el determinar qué entidades “por su ámbito y número de creyentes hayan alcanzado notorio arraigo en España”. Este requisito y el haber registrado serán necesarios para poder establecer Acuerdos o Convenios de Cooperación.” (Briones y otros 2004: 8)

ésta está teniendo en la sociedad española. Y esto se está haciendo especialmente significativo desde mediados de la década de los 90.

La presencia de musulmanes en España, como ya se ha mencionado, no es un fenómeno nuevo. Sin embargo es a partir de mediados de los 90 cuando los medios de comunicación comienzan a hacerse eco de su presencia, siempre ligada al fenómeno migratorio. Así en el caso de Andalucía pueden leerse titulares como “Los moriscos vuelven a Granada” (El País, 7-12-97) o “Los 50.000 hijos andaluces de Alá” (ABC, 15-3-98). Estos artículos quieren llamar la atención sobre el cambio que se está produciendo en la sociedad española. En el último lustro, los titulares, artículos de prensa y debates televisivos, van a hacer hincapié en aspectos singulares de los musulmanes, como es el tema del género, más concretamente las conversiones femeninas al islam, y toda la problemática en torno al velo (ya sea el hiyab, el niqab, el burka...). “Mujeres que cambian al islam” (La Voz de Asturias, 16/01/2007), “Más mujeres europeas se convierten al islam” (Christian Science Monitor, 16/01/2006), etc. son algunos de los titulares de prensa de reciente aparición, que constatan un proceso iniciado a finales del siglo XX en toda Europa.

### **Musulmanes españoles**

El fenómeno de la conversión al Islam en la España contemporánea ha interesado a los investigadores de las ciencias sociales desde que éste comienza a ser conocido, si bien no son muchos los análisis publicados sobre el tema. Entre ellos están las aportaciones de Mikel de Epalza, de Francisco López y Miguel José Haguerty, Pedro Sánchez o, más recientemente, Margarita del Olmo Pintado, Rodríguez Magda o Taulés.

Los musulmanes españoles, al igual que los musulmanes en general, no conforman un colectivo homogéneo sino plural, cuyas características van a depender de múltiples factores interrelacionados como son el momento de la conversión, las razones que le llevan a ésta, el género y la edad, su pertenencia a un contexto inmigratorio, etc. Los conversos proceden de situaciones sociales, familiares y de religiones muy diversas. La mayoría de ellos han pasado por un largo camino de pruebas y dudas antes de hacerse musulmanes, y no todos han persistido como tales a lo largo del tiempo. Por otra parte, el porcentaje de hombres y mujeres convertidos al islam depende del tiempo en que se produce y forma de la conversión. Si hasta mediados de los años 90 el porcentaje era similar, con

un leve predominio de los varones; en las conversiones que se han producido a partir de mediados de los 90 predominan claramente las mujeres, especialmente aquellas que se han casado con un inmigrante procedente de países de mayoría islámica, es decir, se está produciendo una feminización del islam.

La Asociación de mujeres musulmanas de Barcelona, Insha Allah realizó, en 1998, un estudio sobre la conversión en España, y a partir de una muestra de 70 personas<sup>33</sup>, establecieron una clasificación de conversiones que contempla seis tipos: intelectual, mística, afectuosa o afectiva, experimental, revivalística y obligatoria. Estos tipos se observan desde la década de la 70, no obstante hay momentos en lo que unos predominan sobre otros. Así, por ejemplo, en el periodo que comprende desde los 70 a mediados de los 90, van a primar las conversiones intelectuales (en este apartado caben las conversiones anti-sistema o por motivos políticos), místicas, revivalísticas y experimentales. Asimismo, en este periodo, las conversiones de españoles al islam se producen, mayoritariamente, como resultado de una evolución personal en la que el contacto con el contexto inmigratorio es reducido, al menos inicialmente. Desde mediados de los 90 se observa un predominio en las conversiones afectivas, místicas, experimentales y obligatorias, así como una relación estrecha entre las conversiones y el contexto inmigratorio en aquellas personas que adoptan el islam como religión.

Los españoles más antiguos en la práctica del islam narran su conversión como una consecuencia lógica de la insatisfacción por la situación socio-política del momento.

Tras la muerte de Franco “las reivindicaciones sociales y políticas animaban el discurso de los intelectuales, obreros y estudiantes en los cenáculos de la clandestinidad y el asociacionismo. Marx, Bakunin, Sartre se turnaban con el Ata Yoga, el Budismo Zen y la antropología de Carlos Castaneda (...) Algunos de aquellos comprometidos estudiantes de entonces encontraron en la política una respuesta a sus necesidades de cambio (...) Muchos pensaron que, con la llegada de las libertades públicas a nuestro país, iban a materializarse las utopías.” (Umar 1995:23-25)

---

<sup>33</sup> Parte de estudio puede consultarse en línea, en:  
[http://www.webislam.com/98/30\\_06\\_05.htm](http://www.webislam.com/98/30_06_05.htm)

A este descontento político se une la inquietud espiritual-religiosa, ocasionada tanto por un contexto derivado de la situación socio-cultural del momento (revolución de mayo del 68, sistema de vida comunitario o hippy, contracultura...), como por la falta de respuestas satisfactorias desde la religión oficial.

*“Bueno, pues personalmente, me hice musulmán porque tenía inquietudes de carácter espiritual. Entonces pues estuve buscando en distintos sitios, por distintos caminos hasta que di con el islam, que me gustó. Me gustaba porque conocía Marruecos, viajaba bastante a Marruecos y conocía allí gente. Veía una forma de relación muy sana, muy bonita... y siempre me ha atraído, siempre me ha gustado el tema islámico. Tenía amigos musulmanes marroquíes y les dije que quería hacer la chajada<sup>34</sup> y no me tomaban en serio porque entonces vivíamos al estilo hippy, y porque ellos tampoco practicaban el islam. Que un español se hiciera musulmán hace veinte años era algo muy raro. Entonces hice la chajada en Córdoba, con otros musulmanes españoles.” (Varón español, entrevistado en Sevilla en 1997)*

En estas primeras conversiones se observa, asimismo, y en mayor o menor medida, una justificación y legitimación de la misma en el pasado histórico andalusí, en tanto que el regreso al islam implica recuperar y asumir unos valores culturales e identitarios fundamentados en la época islámica de Al-Andalus.

*“Había algunos que en su viaje interior se habían encontrado con una tradición espiritual que no les resultaba tan exótica y ajena, un camino que había sido transitado por los antepasados de siglos atrás (...) Así comenzó en nuestro país la andadura del Islam, como un encuentro con una verdad largamente buscada.” (Umar 1995:25)*

*“Nosotros, los ciudadanos españoles de religión islámica no reivindicamos Al Andalus: somos Al Andalus. No reivindicamos la españolidad de nuestro proyecto: somos españoles.” (Coca 1997:52)*

---

<sup>34</sup> La chajada es la profesión de fe, plasmada en la frase ritual: “Atestiguo que no hay más dios que Dios y atestiguo que Muhammad es su Profeta”. La repetición en voz alta, y con pleno convencimiento de ello, de esta frase supone la aceptación del Islam. Puede realizarse en público o en privado, si bien el reconocimiento formal tiene lugar cuando al menos dos testigos refrendan la chajada del interesado/a

En el perfil de estos primeros conversos se observa un equilibrio de sexos (el porcentaje de varones y mujeres es similar), una edad media situada entre los 20 y los 30 años en el momento de la adopción del islam como religión, y un nivel académico alto (la mayoría de ellos son titulados universitarios). En general se agrupan en asociaciones formales, o bien las crean, o bien se insertan en las existentes, preferentemente con carácter jurídico de entidad religiosa. Mantienen relaciones con otros grupos similares, tanto en España como fuera de ésta, y desarrollan una gran actividad social y cultural en aras de un mejor conocimiento del islam por parte de la sociedad española. Son mayoritariamente sunníes, suelen hablar árabe y tienen una preocupación constante por adquirir un mayor conocimiento en todo lo relacionado con el mundo islámico. Estas conversiones pueden ser consideradas como un “efecto directo de las circunstancias sociopolíticas de la etapa de la transición democrática” (Olmo 2004:132).

Desde mediados de la década de los 90 comienza a observarse un proceso de cambio a consecuencia de los flujos migratorios internacionales hacia España, así como del proceso de asentamiento de los inmigrantes procedentes de países de mayoría islámica. La llegada y asentamiento de estos inmigrantes contribuyen al pluralismo religioso y cultural en España, abriendo el denominado “mercado religioso” a nuevas creencias y doctrinas, y convirtiendo al islam en una nueva alternativa posible. Este segundo momento se va a caracterizar por las conversiones femeninas asociadas al contexto migratorio, por relaciones de amistad, sociabilidad y/o matrimonio con inmigrantes musulmanes. No obstante, en el último lustro comienzan a detectarse nuevas conversiones que, en unos casos son consecuencia directa de la multiculturalidad en la escuela, mientras que en otros casos tienen su origen en los acontecimientos del 11-S en Nueva York.

*“Mi proceso de cambio empezó tras el once de septiembre tristemente famoso inshallah, aunque me convertí al islam en 2005”*  
(Mujer española, entrevista realizada en Madrid en 2006)

### **Conversiones femeninas en contextos de inmigración**

La década de los 90 registra un crecimiento intenso de la población extranjera en España ligada a los flujos migratorios internacionales, hasta el punto de que su número prácticamente se triplica en un periodo de veinte años (entre 1980 y 2000), acelerándose aún más en los años posteriores. Este proceso ha sido largamente estudiado desde las distintas ciencias sociales, y constituye en la actualidad uno de los principales factores impulsores del cambio de la sociedad española actual. Estos flujos migratorios forman parte de un proceso muy dinámico, en el que los perfiles y características de esta población cambian muy rápidamente. Desde mediados de la década de los 90 se observa tanto un incremento significativo de esta población, como la tendencia a la estabilidad del colectivo. Esta estabilidad se manifiesta, entre otras cosas, en la presencia de unidades familiares completas, ya sea por reagrupación familiar ya sea por la creación de unidades domésticas nuevas por matrimonio en destino.

La proporción de matrimonios mixtos se considera, habitualmente, como un indicador social importante a la hora de medir el grado de integración de los inmigrantes en la sociedad de acogida, en tanto que señalan la inserción estructural (socioeconómica) de los mismos así como la decisión de asentarse (González 2000:6). Entendiendo por matrimonio mixto el que tiene lugar entre personas de distinto origen. Atendiendo al caso de musulmanes se entiende por matrimonio mixto el que se produce entre un inmigrante musulmán y un no-musulmán o un no-inmigrante, o ambas cosas (fundamentalmente españoles, si bien no se descartan inmigrantes de otras nacionalidades, así por ejemplo en la provincia de Huelva se observa un aumento en las uniones de marroquíes con mujeres procedentes del este de Europa).

Las estadísticas oficiales españolas no han reflejado datos sobre los matrimonios mixtos hasta fechas recientes. El Anuario Estadístico de Extranjería los recoge desde el año 2001, si bien no hay tasas acumuladas de los años anteriores. En este sentido es significativo el aumento de matrimonios en los que algún cónyuge es extranjero, que ha pasado de situarse en torno al 5% en 1999 al 14,27% en 2005 (en las últimas cifras se incluyen los matrimonios mixtos homosexuales). De ese último porcentaje de 2005 en el 76,5 % de los casos uno de los cónyuges es español.

Atendiendo a las cifras relativas al año 2005, el 46,75% de los matrimonios mixtos corresponden a un varón español con una persona extranjera, el 29,6% corresponde a una mujer española con una persona extranjera y, finalmente, en el 23,65% de los casos ambos cónyuges son extranjeros (predominan los matrimonios entre connacionales).

Matrimonios mixtos. Año 2005					
	Europeo	Africano	Americano	Asiático	Otros
Varón español	34,71 %	7,27 %	55,25 %	2,65 %	0,12 %
Mujer española	35,22 %	22,83 %	36,91 %	4,67 %	0,37 %

*Fuente: INE. Elaboración propia*

En la tabla se observa que mientras que los porcentajes de los matrimonios mixtos de españoles con europeos son similares, los varones contraen matrimonio preferentemente con mujeres procedentes del continente americano, mientras que las mujeres presentan un mayor equilibrio en cuanto a preferencias. No obstante destaca que ellas contraen matrimonio con mayor frecuencia que ellos con varones de origen africano, preferentemente marroquíes (48,36% del total de matrimonios con africanos). Asimismo llama la atención que el porcentaje de mujeres españolas que se casan con personas del continente asiático duplique al de varones, siendo la nacionalidad paquistaní la que predomina en este caso. En los distintos censos y estadísticas la filiación religiosa no se contempla, en tanto que ello sería contrario a la legislación imperante. Por ello es muy difícil contabilizar la población musulmana. Sin embargo, si atendemos a los procedentes de países de mayoría islámica, se puede establecer de modo aproximado que en torno al 20-25% de los matrimonios mixtos en los que la mujer es española el cónyuge es musulmán.

#### **- Matrimonio y familia en el contexto inmigratorio musulmán**

El establecimiento y formación de familias, y más si éstas son mixtas, constituye, como ya se ha indicado, uno de los marcadores del proceso de asentamiento e integración de los inmigrantes en la sociedad mayoritaria. Esto suele coincidir con la segunda fase del trayecto migratorio, cuando una vez se han superado los primeros momentos de incertidumbre y desestructuración el proyecto migratorio se va cerrando y el inmigrante busca una cierta estabilidad. Esta estabilidad se traduce,



generalmente, en la reagrupación familiar o en el deseo de formar una familia en destino por medio del matrimonio, así como en un retorno a la práctica religiosa.

En el caso de los inmigrantes que profesan la religión islámica, formar una familia es tanto una obligación social como una obligación religiosa. Para el hombre, el matrimonio supone “cumplir con la mitad de la religión”, es decir, alcanzar la legitimación de la propia existencia y la mayoría de edad social, convirtiéndose en miembro completo y de pleno derecho de la sociedad según las pautas culturales de origen. La mujer, por otra parte, está sometida a fuertes presiones sociales por parte de su grupo, en origen y en destino, y en el caso de las inmigrantes solteras “sólo la consecución de una relación con un hombre legitima su inmigración frente a la familia. El fin de sus vidas como inmigrantes, y el objetivo al que dedican sus vidas es la conservación o el alcance de un proyecto de vida compartido con un hombre. Sólo a partir de ahí tiene valor el prestigio del trabajo, o el dinero, o la belleza” (Ramírez 1998:28-29).

*“Las mujeres de Marruecos que venimos solas, que no estamos con nuestros padres o con un marido no valemos nada, somos todas una putas... Siempre nos dicen: ‘búscate un hombre que te proteja’. Para una chica marroquina no casarse en una vergüenza, la gente habla mal de ella... Entonces, si llega a los 30 sin haberse casado pues se casará con el primero que llegue, con el primero que se lo proponga, aunque sea de clase inferior, o feo, o la pegue o... y ella lo aguantará todo” (Mujer marroquí, entrevista realizada en Sevilla en 1998)*

En consecuencia, son varias las estrategias matrimoniales que estos inmigrantes establecen, y que van a presentar algunas diferencias según el género. La pauta, tanto de unos como de otros, es buscar cónyuge entre los connacionales. Las estrategias matrimoniales pueden clasificarse en “occidentalizadas” y “tradicionales”. En el primer caso buscan y seleccionan al cónyuge entre las amistades que se establecen en la sociedad de destino (amistades que se hacen en lugares de reunión social, en la mezquita, a través de conocidos, etc.); se prefiere un “amor romántico” y se buscan cualidades como el respeto, la consideración, la inteligencia, etc. en el futuro cónyuge. En el segundo caso, las estrategias “tradicionales” consisten en recurrir a la familia de origen, siendo esto último más frecuente entre los varones marroquíes. La pauta es casarse en origen y,

posteriormente, el cónyuge viene a España por medio de la reagrupación familiar.

*“Yo prefiero una mujer de mi tierra, de mi cultura, que sea una buena musulmana y... bueno que sea joven, que yo la enseñe... Aquí es difícil... aquí la gente habla mucho y... mejor buscar en casa una esposa... que sea tu madre, tu familia que busque y luego tu te casas, así te evitas problemas”* (Varón marroquí, entrevista realizada en Sevilla en 1999)

Una práctica observada con cierta frecuencia entre los varones es la de mantener relaciones informales con mujeres de distinta procedencia, y no musulmanas. Estas relaciones tienen una duración más o menos prolongada, sin embargo, a la hora de casarse se busca a una mujer de cultura y procedencia similar.

*“Pues es normal, mi hermano por ejemplo, estuvo con una mujer aquí, española, mucho tiempo, vivían juntos y eso, ella quería casarse pero... mira... para casarse mejor una buena musulmana, las españolas son... no digo todas, pero muchas no son de fiar, mejor una como nosotros, que hable el mismo idioma, así nos entendemos mejor”* (Varón marroquí, entrevista realizada en Sevilla en 2000)

No obstante, se observa que, con una frecuencia creciente, los inmigrantes optan por un matrimonio mixto. Las razones de estos matrimonios mixtos son múltiples, y van desde el amor hasta motivaciones claramente funcionales, como que no haya muchachas inmigrantes solteras conocidas, que no se desee un matrimonio concertado, la consecución de una estabilidad jurídica, etc. Asimismo, no hay que perder de vista que el matrimonio mixto también constituye una forma de movilidad social para el inmigrante.

*“Porque si uno se casa con española y tiene la nacionalidad pues ya se siente superior, que está por encima de todos y los mira desde la altura”* (Varón argelino, entrevista realizada en Almería en 1998)

Los matrimonios mixtos se producen generalmente entre un varón inmigrante musulmán y una mujer de condición distinta a la suya, por procedencia y/o religión, generalmente autóctona, si bien en el último lustro se están observando uniones con otras mujeres inmigrantes con las que comparten la situación migratoria. En los últimos años, y debido al

aumento creciente en las conversiones femeninas al islam, no es extraño que el varón busque esposa también en este colectivo.

*“Mi marido ahora está pesado con este tema, porque uno de sus mejores amigos se quiere casar, y cada vez que le digo “hay una chica nueva” [conversa], lo primero que me pregunta es... “¿quiere casarse?”... Bueno, te lo digo por si conoces alguna interesada en casarse con un hombre de 40 años y vivir en Granada” (Mujer española, entrevista realizada en Granada en 2000)*

Los matrimonios mixtos en el que la mujer es inmigrante musulmana son menos frecuentes que los anteriores, ya que las reglas matrimoniales islámicas son claras y mayoritariamente seguidas. Según éstas, el varón musulmán no debe casarse con una mujer agnóstica, atea o no perteneciente a las religiones del Libro (es lícito casarse con musulmanas, judías, cristianas). Mientras que el matrimonio de una mujer musulmana con un no musulmán es considerado ilícito, está prohibido por la sharia; y a esta proscripción se une el rechazo de la familia y sociedad de la mujer a dicho matrimonio. Por ello cuando un hombre no-musulmán quiere casarse con una mujer musulmana, el paso previo es la conversión de éste al islam, aunque sea sólo de manera testimonial, o conversión nominal. Los matrimonios mixtos entre mujeres inmigrantes musulmanas y hombres españoles no conversos son excepcionales.

#### **- Conversiones femeninas al Islam**

El matrimonio mixto supone, en la mayoría de los casos, una negociación previa en cuanto al respeto y diálogo interreligioso, a las pautas culturales y, en general, sobre la educación que recibirán los posibles hijos. Es significativo que la pauta observada entre los varones que deciden optar por un matrimonio mixto, es que éstos acudan a la mezquita más cercana, o a aquella que le merezca su confianza, para preguntar e informarse sobre el matrimonio, tanto por el ritual islámico como por el civil<sup>35</sup>. En estas consultas, la norma es que se informe al interesado de la licitud islámica o no de su intención matrimonial, de los derechos y obligaciones que éste conlleva, así como de los beneficios (sociales,

---

<sup>35</sup> Aquellas organizaciones que tienen personalidad jurídica de “Entidad Religiosa” reconocida por el Ministerio de Justicia, pueden celebrar matrimonios en su seno, que se validan al ser inscritos en el Registro Civil. Para ello se debe cumplimentar el modelo de certificado de capacidad matrimonial y de celebración de matrimonio religioso (Orden de 21 de enero de 1993).

culturales y espirituales) del matrimonio islámico con una mujer musulmana.

*“Antes de casarnos fuimos a ver al imam, primero hablaron entre ellos, no sé qué se dijeron, pero al rato me dijeron que también tenían que hablar conmigo. El imam me habló de la obligación religiosa que tiene el musulmán de casarse, de los derechos y obligaciones que tiene la esposa y esas cosas... Al final me preguntó si quería ser musulmana. Le dije que no, que yo amaba a mi novio y que creía que es posible la convivencia siempre que cada uno respetara las ideas y creencias del otro. Estuvimos hablando mucho de eso, el imam intentó convencerme por todos los medios, pero... bueno al final, cuando nos despedimos, me dijo que esperaba poder saludarme algún día como una buena esposa musulmana”* (Mujer española, entrevista realizada en Sevilla en 1997)

Durante el tiempo previo al matrimonio es habitual que la pareja hable sobre el islam, y esto forma parte de las estrategias encaminadas a un mayor conocimiento y entendimiento mutuo, así como a asentar las bases de la futura relación. Este diálogo establece la base de los futuros consejos, exigencias y/o presiones más o menos directas hacia la conversión de la futura esposa, y que van a provenir tanto por parte de los varones como por parte de otras mujeres-esposas conversas.

*“Te digo una cosa, yo lo digo por los hombres, si tú, si tú te vas a casar con una mujer que es distinta, no solamente de la religión sino también de las costumbres, de la lengua, de todo, ¿no? Y entonces la amas de verdad... tienes que enseñarle desde el principio... pero ¡Cuando estás novio con ella de una forma y luego eres otra! No... eso, no... Los hombres son primero de una forma y luego, cuando casados quiere, y no sólo quiere... sino ¡EXIGE! que hace lo mismo de las mujeres de su tierra, de su país... pero eso es muy difícil porque él quiere que ella cambie de la noche a un día... Él tiene que explicar antes, cuando están novios, qué es lo que a ella le conviene y lo que no le conviene, tiene que hablar, conversar con ella...”* (Mujer marroquí, entrevista realizada en Sevilla en 2003)

*“Yo llevo con mi marido casi 15 años, alhamdulillah yo creo... es una opinión mía pero yo creo que una kafra [no musulmana] con un musulmán es muy difícil que conecten, porque digamos que ella lo respete y todo pero cuando vienen los hijos que... Entonces vienen los problemas... bueno esa es mi opinión, creo que es muy difícil que*

*contacten porque ya lo es para nosotras que somos musulmanas igual que ellos. En resumen que es muy complicada la convivencia y que Allah nos ayude”* (Mujer española, entrevista realizada en Valencia, 2004)

A las justificaciones de índole social y cultural que habitualmente son utilizadas para inducir a la conversión se añade la convicción por parte del varón de que el paso lógico que debe seguir toda esposa casada con un musulmán es la conversión al islam. Asimismo, una de las cuestiones que más preocupan y que es insistentemente señalada es el tema de la educación de los futuros hijos. Y si bien inicialmente la posición es la de educar a los hijos en el conocimiento de las dos religiones de los padres, en la práctica cotidiana se observa una tendencia al predominio de la educación en el islam, asegurando así la continuidad del mismo en sus propias familias.

*“El matrimonio y la educación de los niños es una obligación, como la es defender nuestra religión, nuestro Profeta y no dejar que nadie nos humille porque somos musulmanes, y defender a nuestros hermanos aunque que sea hablando, si no podemos hacer nada.”* (Varón marroquí, entrevista realizada en Barcelona en 2005)

El conocimiento previo del islam que tenga la mujer, o su desconocimiento, no justifica a los ojos del varón que ella no siga el camino marcado por el marido, ya que en muchos casos se considera que se llegará a la fe por medio de la praxis islámica.

*“Al principio me convertí un poco presionada por el ambiente, porque mi marido, su familia, los amigos me insistían, siempre me preguntaban si ya era musulmana... pero con el tiempo me convencí, alhamdulillah ahora soy musulmana”* (Mujer española, entrevista mantenida en Barcelona en 2004).

Entre las mujeres conversas, sin embargo, predomina el discurso de que sólo el conocimiento del islam garantiza la permanencia en el mismo. Esta razón está en la base de algunas estrategias femeninas de formar redes de sociabilidad femenina encaminadas al estudio y aprendizaje en profundidad del islam.

Para ser musulmán es suficiente con pronunciar la *chajada* o profesión de fe con convencimiento. Esta primera profesión de fe puede ser

pública o privada. Cuando el acto es público (por ejemplo cuando se realiza justo antes del ritual de matrimonio, con ocasión de una celebración islámica comunitaria, etc.) se requiere la presencia de al menos dos testigos varones (o el testimonio de cuatro mujeres), si bien se considera que cuantas más personas estén presentes más valor tendrá este acto. La pauta es que cuando la conversión se hace en público sea en presencia del imam, quien actuará como oficiante ritual.

*“El imam empezó a hablar muy despacio, en un tono muy bajo, apenas se le escuchaba. Explicó un poco en qué consiste el islam, la unicidad de Dios, el no asociar nada a Dios, creer en el Profeta, etc., y también le explicó a qué se comprometía si aceptaba el islam: vivir como una musulmana, cumplir con los cinco pilares, etc. Le preguntó si entendía todo lo que le había dicho, ella contestó que sí. Le preguntó si aceptaba libremente el islam, ella contestó que sí. Hizo las mismas preguntas dos veces más. A continuación le dijo que iba a recitar la chajada y que ella debía repetir sus palabras. Recitó la chajada despacio, dos o tres palabras cada vez, y ella iba repitiendo lo que él decía. La repetición de la chajada se hizo también tres veces. Tras esto el imam le preguntó con qué nombre quería ser conocida en el islam, y ella respondió que Jalima<sup>36</sup>. Tras esto le dio la bienvenida al islam, y le dijo que este acto era lícito y legal puesto que se había hecho en público, con la presencia de más de dos testigos musulmanes.*

*A continuación todas las mujeres presentes la felicitaron, y la besaron en las mejillas emocionadas. Luego se preparó la estancia, Jalima se cambió de ropa, dejó los vestidos de fiesta y se cubrió con una yilaba y un hiyab negro. Comentó que se lo había traído el novio de Marruecos. Es decir, que tomaba la decisión de velarse... Con el nuevo ropaje haría su primer salat [oración] como musulmana. Todas las mujeres se pusieron en fila, dejando a la nueva musulmana en el centro de ellas. La disposición es en fila, todas juntas, tocándose los codos unas con otras, porque la mujer no puede ser imam, ninguna puede ponerse delante de las demás, ninguna puede guiar la oración de nadie por lo que cada mujer es responsable de su propia oración. En el caso de los hombres, el*

---

<sup>36</sup> El cambio de nombre es una práctica habitual en los procesos de conversión, por cuanto implica un desprenderse de la identidad anterior para adquirir, ritualmente, la nueva identidad.

*imam en tanto que guía la oración, es responsable de la oración de los demás hombres. Entre las mujeres la que tiene más conocimiento del Corán es la que lo recita, pero “no tiene responsabilidad sobre el salat de las demás”.*

*Comienzan todas al mismo tiempo, primero la fáatiba y luego van haciendo los tres rakas establecidos, despacio, mostrando cómo se hace. Jalima va siguiendo, imitando el movimiento de las demás. Al terminar volvieron a felicitar a la nueva musulmana y a besarla todas, muy contentas.” (Extracto del cuaderno de campo, Sevilla, 14 de octubre de 1999)*

La conversión es un acto individual y social individual, que supone tanto la introducción de un nuevo miembro en el grupo como un cambio en los valores y creencias, en la cosmovisión del individuo. Para el musulmán cada conversión refrenda su convicción de estar en el camino adecuado. Mientras que para el individuo implica un cambio que afecta a todos los niveles de su existencia, una reorganización cognitiva, en la que el converso debe asumir su nueva identidad, tanto desde el punto de vista individual como en relación a su identidad social y, en consecuencia, modificar su actitud y comportamiento en los distintos contextos sociales de interacción. La conversión supone una nueva socialización, un proceso continuo y gradual de ajustes en el que se da un cambio en la existencia de estas mujeres, ya que deben aprender y adoptar una serie de hábitos y costumbres distintos a los mantenidos hasta ese momento, cambios que van desde la alimentación o la forma de vestir hasta el tipo y forma de establecer las relaciones sociales. Se trata, en definitiva, de una islamización de la vida cotidiana en tanto que aprendizaje e interiorización de los valores y comportamientos religiosos, e implica un cambio en su identidad personal y social, así como una reinterpretación del pasado conforme a la realidad presente.

La permanencia o no en la conversión depende, a grandes rasgos, de si ésta ha sido realizada por motivos intelectuales-religiosos, afectivos o por compromiso<sup>37</sup>. La conversión por motivos intelectuales o religiosos es

---

<sup>37</sup> Los diversos estudios que se han realizado sobre la conversión parten de la actitud del converso, y se pueden agrupar, según Prat (1997:9) en dos grandes grupos: la teoría del lavado del cerebro y las teorías causales, es decir, la posición de aquellos “que conciben a los conversos como víctimas de la acción de los grupos religiosos; o bien aquellas que los conciben como sujetos determinados por sus características psicológicas y sus relaciones sociales previas a la conversión; como sujetos condicionados por sus

aquella en la que la persona reelabora su proceso de conversión como el final de un proceso de búsqueda, resultado de sus inquietudes religiosas y/o místicas, en la que lo conocido (catolicismo, otros grupos religiosos, etc.) no le ofrecía respuestas válidas, que si encuentra en el islam. La conversión por motivos afectivos es la que se da a través de las relaciones sociales, especialmente el noviazgo y/o matrimonio con un musulmán, quién poco a poco las va convenciendo de que el islam es el único sistema de creencias que da respuesta a todas las posibles preguntas del ser humano. Esta conversión es la más frecuente entre los matrimonios mixtos. No obstante entre la mayoría de estas españolas musulmanas, cuando llevan más de cuatro o cinco años casadas, tienen hijos y siguen practicando el islam, se encuentra la reelaboración de su cambio como una conversión por motivos intelectuales. Es muy frecuente que en su discurso, en su relato de conversión, la explique como una consecuencia lógica de las enseñanzas de su esposo, teóricas y prácticas, así como por un convencimiento personal derivado del estudio individual y autodidacta del islam. Este estudio del islam suele realizarse por medio de la lectura del Corán, la utilización de los recursos que ofrece internet, las relaciones que establece con otras esposas conversas y, finalmente, por medio de largas conversaciones con los esposos.

*“Conocí a mi marido en una discoteca, es que era amigo de otro chico marroquí con el que había estado saliendo. Empezamos a hablar, al principio un poco, luego todos los días y... bueno, nos hicimos novios. Al principio éramos de ir casi todas las semanas a la discoteca, él bebía bastante y fumaba y... la cosa es que cuando dijimos de casarnos se acercó a la mezquita para preguntar... Allí empezó a hablar con la gente y poco a poco dejó de beber, de fumar... estaba mucho mejor, menos nervioso y todo. También empezó a hablar conmigo de religión... Bueno, yo de pequeña había ido a un colegio de monjas, y durante un tiempo fui catequista y todo, aunque... la verdad... como que habían cosas que no me gustaban y al final dejé todo eso. Cuando dijimos de casarnos él me dijo que mejor fuera a ver a la esposa del imam, para que me*

---

relaciones sociales actuales o como sujetos activos que eligen los cursos de acción a tomar de acuerdo a sus objetivos y experiencias” (Carozzi y Frigerio 1994:18) A lo largo del trabajo de campo he encontrado una amplia variedad de casos, algunos de ellos se presentan como si fueran casi modelos de uno de los distintos paradigmas, mientras que en otros parecen ajustarse más a una combinación de los mismos, por lo que cabe pensar que no existe un modelo de conversión universalmente aplicable. La división que propongo aquí es una generalización de los casos que he encontrado con más frecuencia.



*explicara qué es ser musulmán y eso... Yo me resistía, pero luego fui, nos conocimos, hablamos mucho... Ella me dijo que nadie podía obligarme a entrar en el islam, pero que podía probar, que muchas veces llegas a creer si practicas... yo no quería, pero nos casamos por la mezquita y todo. Luego, un día... pues pensé que por qué no probaba... si mi marido estaba mucho mejor, más tranquilo, más... cuando hacía las oraciones en casa... no sé cómo explicarlo, tenía una cara de felicidad, de paz... y me decidí a probar... Ahora hace dos años que entré en el islam, y soy más feliz que nunca.” (Mujer española, entrevista realizada en Sevilla en 1999)*

Finalmente están aquellas que han realizado la profesión de fe, la chajada, por presiones de su novio o de su marido, para evitar una ruptura de la relación, sobre todo cuando tiene hijos en común, “Hice la conversión para que me dejara tranquila, pero ni hago oraciones ni nada...” (Mujer española, entrevista realizada en Sevilla en 1999). Este tipo de conversiones por compromiso, también denominadas conversiones nominales en tanto que quien la hace no tiene intención de vivir como musulmán practicante, no tienen una duración muy prolongada, ya que generalmente se utiliza como último recurso por parte de la mujer para evitar la ruptura. En la mayoría de los casos esa ruptura acaba produciéndose, y la mujer abandona la práctica religiosa islámica, si es que en algún momento llegó a seguirla.

Para aquellas mujeres que optan por seguir manteniéndose dentro del ámbito del islam, el compromiso religioso se convierte en su principal impulsor en la acción, y todas sus actividades están destinadas a cumplir con lo que perciben como obligaciones islámicas. Ellas deben relativizar las creencias religiosas abandonadas, al tiempo que aprenden y se reafirman las de la nueva religión. La pauta que se encuentra habitualmente es la modificación de los hábitos de conducta, la adopción progresiva de nuevos roles, y sólo más tarde aparece la modificación de las creencias a través de una práctica prolongada. A medida que el proceso de conversión se va prolongando en el tiempo, el pasado se reinterpreta de acuerdo a la realidad presente, buscando en aquél los elementos que justifican y legitiman su elección, como son la búsqueda espiritual interior, la rebeldía ante el orden establecido, la persecución de una sólida identidad que encuentran en el pasado andalusí, el cual es mitificado a su vez, etc. ya que, como bien establece Geertz (1994: 93) “resulta más fácil resucitar el propio pasado, incluso si es imaginado, que importar el de los demás para resucitarlo”.

*“Todos nacemos en el islam, lo que pasa es que luego la sociedad, los padres nos llevan por otros lados. Nosotros volvemos al islam, no nos convertimos.”* (Mujer española, entrevista mantenida en Sevilla en 1996)

Es por ello que en el relato de conversión que hacen estas mujeres, se encuentran muchos puntos en común, entre los que cabe destacar los siguientes:

- La mayoría de estas mujeres manifiestan proceder de familias de clase media-baja o popular, en muchos casos desestructuradas. De este modo el converso, en su reconstrucción biográfica, establece una serie de conflictos y tensiones en su vida anterior, que justifican el cambio en la adopción religiosa, por cuanto después estas dificultades desaparecen.
- Todas manifiestan haber buscado, de una u otra manera, el sentido de Dios durante la adolescencia, ya sea como voluntarias, como catequistas, como miembros de grupos cristianos de base, etc. y haberse sentido defraudadas, desengañadas de lo que encontraban. Así la conversión se presenta como una continuidad, y no como una ruptura en relación a las experiencias pasadas.
- La mayoría de ellas no reconocen las presiones, más o menos indirectas que hayan podido recibir por parte de sus parejas. Cuentan su historia de conversión como una decisión personal, a la que llegan a través de un proceso de pensamiento que va desde la curiosidad hasta la convicción. En estas narraciones un elemento significativo, que viene a reforzar su decisión como una iniciativa propia y personal, es el hecho de explicar cómo cuando comunican al novio, o al marido, su deseo de ser musulmanas, todas encuentran una cierta resistencia por parte de ellos, pidiéndoles que lo mediten bien y que vayan poco a poco.
- La inmensa mayoría de estas mujeres declaran que han llegado a la fe por medio de la práctica continuada de las obligaciones rituales. Las conversas manifiestan de esta forma que la modificación de las creencias, la convicción en el islam se ha producido en ellas por medio de un proceso paulatino, en el que la fe ha sido la consecuencia lógica del cambio de patrones de conducta, vestuario, práctica asidua de la oración, etc.

- La mayoría de ellas manifiesta que en algún momento de la historia de su familia alguien ha entrado en contacto con el islam, ya sea de modo directo (un familiar converso, viajes a Marruecos, a Turquía, etc.), ya de modo indirecto (el pasado andalusí de Andalucía, la lectura de un Corán que ha llegado a sus manos por “casualidad”, una charla con algún vecino, etc.). Es decir, que antes de su conversión ya habían recibido una serie de señales que les marcaban el camino a seguir.

**- *Las relaciones de la conversa***

Por otra parte, en tanto que acto social, la conversión tiene incidencia en dos ámbitos fundamentalmente: respecto al grupo de origen, y respecto a la comunidad de adopción. En primer lugar, el converso somete a una revisión todas sus relaciones anteriores a ese momento decisivo. A medida que la conversión se va haciendo pública y conocida por su grupo de origen, a través de la adopción del velo islámico o hiyab por ejemplo, al hacerse llamar por su nuevo nombre, etc., la reacción de los demás, la aceptación o rechazo del cambio de la conversa, condicionará que se mantengan dichas relaciones o no. Al mismo tiempo la conversa busca establecer nuevos contactos con musulmanes, siendo éstos últimos los que van a ganar en importancia respecto a los del pasado, que progresivamente irán desapareciendo.

Respecto a la actitud del grupo de origen de la mujer ante su conversión y matrimonio con un inmigrante, las reacciones son diversas, si bien la mayoría coinciden en la sorpresa y rechazo inicial hacia las dos cosas. El rechazo se fundamenta sobre todo en los estereotipos preexistentes sobre el islam, la incomprensión de la familia ante la elección de una creencia considerada como “reaccionaria” y que despoja de libertad a la mujer, en tanto que la somete completamente al hombre. Esta actitud no es exclusiva hacia la conversión al islam, sino que también se encuentra en las conversiones hacia otras religiones consideradas a su vez puritanas y/o fundamentalistas, como es el caso del pentecostalismo (Tarducci, 1994:81)

La pauta habitual es que las mujeres que optan por la conversión no lo comunican inmediatamente a su familia de origen, sino que lo hacen poco a poco. De una manera progresiva van introduciendo su resolución entre ellos: consideran que su prioridad es que sus familias acepten al marido musulmán y sus costumbres (no comer cerdo, no beber alcohol, etc.), y paulatinamente van adoptando los mismos hábitos que ellos entre el

grupo no musulmán, de modo que cuando finalmente optan por el uso del velo o hiyab la familia ya ha tomado conciencia de lo que puede significar ser musulmán, con lo que se intenta minimizar el rechazo inicial. Es significativo que si bien la familia de origen acepta con relativa facilidad y respeta las prescripciones alimentarias islámicas no ocurre lo mismo con otros signos diacríticos de identidad, como es el vestuario y sobre todo el hiyab.

*“Mis padres, sobre todo mi padre, me dijeron que si me pongo el hiyab que no entre en su casa, y que si nos encontramos por la calle haga como si no los conozco”* (Mujer española, entrevista realizada en Madrid en 2006)

Los parientes de la conversa, especialmente los padres y familiares varones, si los tiene, suelen intentar por todos los medios hacerle cambiar de opinión, excluyéndoles parcialmente de la familia. La exclusión es parcial en tanto que, si bien ya no están en las ocasiones festivas familiares, como bodas o cumpleaños, sí que mantienen algún tipo de contacto con ellas. Las madres, las abuelas y/o las hermanas, son la que procuran seguir en contacto con las conversas, ayudándoles incluso desde un punto de vista económico cuando se les presentan dificultades de este tipo. A medida que va transcurriendo el tiempo, y sobre todo cuando la conversa tiene descendencia, se inicia un paulatino acercamiento, un progresivo aumento en los contactos con la familia de origen, aunque éstos no acepten de forma explícita la decisión de éstas. Al rechazo familiar se añade también la exclusión progresiva que el resto de la sociedad hace de ellas que, sobre todo si han adoptado las señas de identidad islámicas como es el velo, las identifican con el colectivo de inmigrantes, y las tratan como tales.

*“Te cuento otro caso, te cuento... un día fui a una tienda a comprar, estaba recién llegada al barrio, y me dice la mujer: “¡Qué bien hablas, se te entiende todo!” y le digo: “es que soy de Sevilla”, y la otra como si no me hubiera oído, que si así es como deben hacer los moros, hablar bien español, y eso...”* (Mujer española, entrevista realizada en Sevilla en 1997)

El rechazo más o menos generalizado, o permanente del grupo de origen, es interpretado por estas mujeres como pruebas que Dios pone en su camino para fortalecer su fe, y desde esta concepción establecen una serie de estrategias de actuación. En general procuran no romper completamente sus relaciones con su mundo social anterior, así que aquéllas que mantienen

relaciones tensas con su familia, procuran mantener hacia ellos una actitud considerada en tanto que sus deberes religiosos les obligan a respetar y honrar a sus padres, aunque éstos las hayan excluido del grupo.

*“Hace un año y algo que soy musulmana, lo duro que lo pasé... Mis padres al principio lo vieron fatal, y me estaba completamente amargada porque no dejaban de atacarme, pero yo seguía firme en mi decisión... Después empezaron a verlo bien, no como yo quiera pero ya no me puedo quejar... porque sé de otros padres que han pasado los años y siguen con esa enemistad con su hija... alhaldullilah eso se acabó conmigo. Ahora... bueno hace quince días decidí ponerme el hiyab alhaldullilah. Tenía la fe, tenía la necesidad pero no me atrevía, una hermana musulmana, también española, me ayudó a dar el paso y ahora ando muy contenta... Mis padres tuercen la boca cuando me ven, pero... ya se les pasará.”* (Mujer española, entrevista realizada en Valencia en 2005)

Aquellas que tras un primer periodo de relaciones tensas con su familia de origen logran restablecer con ellos una relación respetuosa y atenta, hacen una reelaboración de su discurso de conversión. Relatan cómo sus relaciones anteriores con sus padres eran muy malas, y cómo gracias a la conversión, que en este caso se ve como una purificación, su transformación personal ha sido evidente. La narración-tipo continua explicando cómo al ver éstos resultados, los padres y demás familiares no sólo aceptan su decisión, sino que se alegran por el cambio positivo de su vida. Asimismo, ellas consideran que cualquier no musulmán puede seguir el mismo camino que han seguido ellas, por lo que son conversos potenciales a los que hay que mostrar la bondad del islam. La familia más cercana será objeto, en estos casos, de todas sus atenciones e interés con objeto de lograr la conversión de los mismos.

*“Cuando pienso en mis padres... se me pone un nudo en el estómago. Cuando pienso que morirán no musulmanes y que no tendrán la salvación el día del Juicio... yo les hablo de esto, de... pero ellos no me echan cuenta”* (Mujer española, entrevista mantenida en Sevilla en 2003)

Por otra parte la búsqueda, de contacto con otros musulmanes, la intensificación en el trato con ellos, especialmente con otras mujeres conversas es un elemento muy importante tanto para la musulmana reciente como para las demás. La conversa reciente es recibida con amabilidad y

evidentes muestras de cariño por parte de las demás españolas musulmanas, encuentra entre ellas el apoyo y reconocimiento a su decisión que le se ha sido negado por el grupo de origen; para las demás la incorporación de nuevas mujeres es un factor importante de legitimación y reafirmación en sus respectivas decisiones anteriores. Asimismo, por medio de estas interrelaciones se van adquiriendo los nuevos hábitos, costumbres y creencias que necesita como musulmana, es decir, la interrelación tiene una función de enseñanza-aprendizaje, al tiempo que construye y refuerza su nueva identidad tanto individual como grupal, integrando al nuevo miembro en el grupo, amplía y renueva la red de solidaridades y relaciones sociales, etc.

No obstante, es muy significativo el hecho de que las interacciones con otras mujeres inmigrantes musulmanas sean relativamente reducidas, y se suelen limitar a las ocasiones en las que coinciden en la mezquita o en las celebraciones festivas, pero sin mantener un contacto regular y continuado en el tiempo. En el caso de proximidad espacial o vecindad sí hay una continuidad en las relaciones o, a la postre, y este es el caso más frecuente, las relaciones más continuadas y estrechas se establecen con aquellas mujeres inmigrantes de la misma familia, es decir, madres, hermanas, primas, etc. del esposo. Por otra parte la esposa española conversa en ocasiones va a recibir distintas presiones por parte de la familia del marido, así como por el círculo de amistades de éste en la sociedad de destino. En el primer caso, sobre todo cuando la familia permanece en el lugar de origen, la nueva esposa conversa no va a ser siempre bien recibida en tanto que será considerada una “extraña”, una “extranjera”, y es relativamente frecuente que se le busquen “alternativas” al varón, es decir, que le busquen otras candidatas a convertirse en esposa. Por otra parte, las mujeres inmigrantes musulmanas pueden considerar a la española como una “roba maridos” en tanto que su presencia aumenta la competencia a la hora de buscar cónyuge; en estos casos las mujeres inmigrantes desarrollan estrategias culturales propias de la cultura de origen (sistema de cotilleo para intentar desprestigiar a la esposa española y así romper el matrimonio), que no son comprendidas ni compartidas por las autóctonas.

*“Y las musulmanas cuyas hijas no lograron casar con mi marido se la pasan analizando cada cosa que hago para luego poder criticar, y las jóvenes diciéndome a mí que he sido una desconsiderada porque he dejado a mujeres de la Ummah sin marido y que voy a pagar por ello, o que mi marido irremediablemente se va a tener que casar con una hermana musulmana. Hasta también en las mezquitas a las que*

*fui para aprender el Islam, donde los hombres no tanto, pero las mujeres erre que erre otra vez con el rollo de que si he quitado a mujeres de la Ummah de un marido, que deje que se case con una hermana musulmana... y éstas eran las más claras que luego eran las más inofensivas, porque luego estaban las que no me decían esas cosas pero bien me hicieron la vida imposible hasta límites insospechados... aquellas musulmanas que por la calle iban tan dignas con su hiyab y hasta algunas eran guías espirituales...”*  
(Mujer española, entrevista realizada en Barcelona en 1999)

En consecuencia, la práctica habitual es que las mujeres se agrupen, y establezcan sus relaciones y espacios de sociabilidad, según su origen y procedencia. Esto se justifica en la incompatibilidad de caracteres, así como en las dificultades derivadas del idioma (ni las españolas dominan el árabe dialectal marroquí, ni las inmigrantes dominan el español), en las diferencias de costumbres y en los distintos etnocentrismos. Esto pone de manifiesto que la religión por sí sola no es un nexo de unión suficiente para ellas.

#### **- Educación intercultural y procesos de conversión**

En el ámbito educativo institucional se va haciendo cada vez más notable la presencia de alumnos extranjeros, entre los que destaca, sobre todo en las provincias del levante español, la presencia de musulmanes. La multiculturalidad en la escuela, y sin entrar en la problemática que esto conlleva y que ha sido objeto de múltiples estudios, comienza a tener también efectos inesperados, como es la conversión al islam por parte de algunas alumnas. Este fenómeno ha comenzado a observarse recientemente. Los casos detectados hasta el momento a través del trabajo de campo refieren exclusivamente a jóvenes, menores de edad, que han llegado a esta determinación a través de la amistad con otras jóvenes inmigrantes, así como de la observación y aprendizaje de las prácticas que éstas últimas observan. En este caso la observancia del ayuno del mes de Ramadán de las jóvenes musulmanas suele marcar un hito en el proceso de transformación de las jóvenes españolas. Se trata de un fenómeno muy reciente que requiere de una mayor observación y análisis.

### **A modo de reflexión**

En la actualidad se considera que el multiculturalismo de los países y ciudades, actuales es una consecuencia de la globalización, entendida ésta como el movimiento transnacional de personas, ideas y capitales. Desde esta perspectiva, los actuales procesos de conversión al islam en España, en tanto que interrelacionados con los flujos migratorios internacionales, pueden explicarse también como un resultado no previsto de la globalización.

La población musulmana en España, tanto la autóctona como la extranjera, cuentan con una infraestructura religiosa, jurídica y social que posibilita el surgimiento de una nueva identidad: la de español musulmán. En ella se conjuga la identidad nacional y la identidad transnacional (en tanto que se pertenece a la Umma o comunidad global de creyentes), que entran a formar parte también de las identidades múltiples con las que las personas resuelven “los problemas y contradicciones que les plantea la vida cotidiana” (Olmo 2004:125). Si a ello se añade una identidad de género, en tanto que se observa una progresiva feminización de las conversiones al islam en España, se obtiene un complejo entramado de estudio. Y esto es algo que hay que tener en cuenta en los futuros estudios sociales que se vayan a emprender.

### **Bibliografía**

Allievi, S. (2000): “Les conversions à l’islam. Redéfinition des frontières identitaires entre individu et communauté” en Dassetto (dtor.) *Paroles d’islam*. Paris, Maissonneuve&Larose, pp. 157-18

Barrios, F. y Haguerty, M.J. (1983): *Murieron para vivir, El resurgimiento del Islam y el sufismo en España*. Madrid, Argos Vergara

Bilal al-Masnaoui, A. (1998): “El Sifismo, el Corán, la Sunnah y los musulmanes españoles” en *Verde islam*, nº 8, año 3

Briones, R. y otros (2004): “Pluralismo religioso en contextos de inmigración en Andalucía”. Ponencia en el *Coloquio Internacional de Estudos sobre África e Ásia*. Oporto, Universidad Fernando Pessoa



Cabrera, H.I. (2005): “El mito de la conversión al islam en la Andalucía contemporánea. Una reflexión personal” en *Revista Ateneo Popular*

Cabrera, H.I. (2002): *Párrafos de moro nuevo*. Córdoba, Junta Islámica

Carozzi, M.J. y Frigerio, A. (1994): “Los estudios de la conversión a nuevos movimientos religiosos: Perspectivas, métodos y hallazgos” en Frigerio y Carozzi (eds.) *El estudio científico de la religión a finales del siglo XX*. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina

Carnicero, M.J. et al. (1997): “Bibliografía sobre los musulmanes españoles y europeos” en *Awraq*, nº 18, Madrid, pp. 207-229

Cesari, J. (1997): La reislamización de la inmigración musulmana en Europa” en *Revista de Occidente*, nº 188

Coca, A. (1997): “Federalia” en *Verde Islam*, nº 6, pp. 49-53

Dietz, G. (2002): Mujeres musulmanas en Granada: discursos de formación de la comunidad, exclusión de género y discriminación etno-religiosa” en García y López (ed.) *La inmigración en España. Actas del III Congreso sobre la Inmigración en España*. Universidad de Granada, Granada, vol. II, pp. 381-394

García Arenal, M., dtra. (2001): *Conversions islamiques. Identités religieuses en Islam méditerranéen*. Maissonneuve&Larose, Paris

Geertz, C. (1994): *Observando el Islam. El desarrollo religioso en Marruecos e Indonesia*. Barcelona, Paidós

González, D. (2000): *Indicadores sociales sobre integración de inmigrantes en Andalucía*. Sevilla, IAE

Séller, E. y Mosbahi, H. (1995): *Tras los velos del islam. Erotismo y sexualidad en la cultura árabe*. Herder, Barcelona

Jiménez-Aybar, I. (2004): *El Islam en España. Aspectos institucionales de su estatuto jurídico*. Pamplona, Navarra Gráfica

López, B. y Olmo, N. (1995): “Islam en inmigración” en Abumalham (Ed.). *Comunidades Islámicas en Europa*. Trotta, Madrid, pp. 257-276

Mernissi, F. (1995): *El poder olvidado. Las mujeres ante un islam en cambio*. Icaria&Antrazyt. Barcelona

Moreras, J. (2002): “Lógicas divergentes, configuración comunitaria e integración social de los colectivos musulmanes en Cataluña” en Lucas y Torres (eds.), *Inmigrantes: ¿Cómo los tenemos?* Talasa, Barcelona, pp. 196-217

Moreras, J. (1999): *Musulmanes en Barcelona*. Barcelona, Cidob

Olmo Pintado, M. (2000): “Los conversos españoles y el islam: de mayoría a minoría por la llamada de Dios” en *Anales del Museo Nacional de Antropología*, nº VII, pp. 15-40

Olmo Pintado, M. (2004): “Un efecto inesperado de la globalización: los conversos españoles al islam” en Ortiz (ed.) *La ciudad es para ti*. Anthropos, Barcelona, pp. 119-134

Olmo Vicent, N. (1996): “The muslim community in Spain” en Nonneman y otros, *Muslim communities in the new Europe*. Ithaca Press, Berkshire, pp. 303-314

Prat, J. (1997): *El estigma del extraño. Un ensayo antropológico sobre sectas religiosas*. Barcelona, Ariel

Ramírez, A. (1998): *Migraciones, género e Islam: mujeres marroquíes en España*. Madrid, AECE

Rodríguez, D. (2004): “Inmigración y mestizaje hoy. Formación de matrimonios mixtos y familias transnacionales de inmigrantes en Cataluña” en *Migraciones*, nº 16, pp. 77-119

Rodríguez Magda, R.M. (2006): *La España convertida al Islam*. Barcelona, Áltera

Roland-Gosselin, T. (1995): *Convertis à l'islam. Aujourd'hui à Séville*. Paris

Samper, S. (2003): “Procesos de transformación de las creencias religiosas entre las mujeres inmigrantes marroquíes en España” en *Migraciones*, nº 13, pp. 107-135

Sánchez Nogales, J.L. (2004): *El Islam entre nosotros. Cristianismo e Islam en España*. Madrid, BAC

Tarducci, M. (1994): “Pentecostalismo y relaciones de género. Una revisión” en Frigerio (comp.) *El pentecostalismo en Argentina*. Buenos Aires, CEAL, pp. 81-96

Tarrés, S. (1999): “Religiosidad musulmana en Sevilla” en Rodríguez Becerra (ed.), *Religión y cultura*. Junta de Andalucía y Fundación Machado, Sevilla, vol. I, pp.

Taulés, S. (2004): *La nueva España musulmana*. Barcelona, ¡Debolsillo

Umar, A.: (1995): “Los nuevos musulmanes” en *Verde islam*, nº , pp. 23-25

Webislam (1995): “Espacio para sorpresas. Coloquio en torno a la conversión al islam con Pedro Antonio Sánchez” en *Verde Islam*, nº 2