



Hipatia Press
www.hipatiapress.com



Instructions for authors, subscriptions and further details:

<http://mcs.hipatiapress.com>

Modelos de Atractivo Masculinos en la Adolescencia

Maria Padrós¹

1) Departamento de Didáctica y Organización Escolar, Universitat de Barcelona

Date of publication: June 21st, 2012

To cite this article: Padrós, M. (2012). Modelos de atractivo masculinos en la adolescencia. *Masculinities and Social Change*, 1(2), 165 - 183. doi: 10.4471/MCS.2012.10

To link this article: <http://dx.doi.org/10.4471/MCS.2012.10>

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE

The terms and conditions of use are related to the Open Journal System and to Creative Commons Non-Commercial and Non-Derivative License.

Attractiveness male models in adolescence

Maria Padrós
Universitat de Barcelona

Abstract

Hegemonic masculinity persists in our societies through different mechanisms. Gender violence is one such example and it is manifested in various areas of daily life. Several contributions to the study of masculinities and sexual relationships are deterministic and do not go depth into the social causes of this violence. In this article we will show evidences of how attractiveness male models have a social nature. In that sense, these socialization processes that link desire to aggressiveness and violence explain the persistence of this social problem. Co-educational approaches should take evidence from this research line into account in order to provide responses that overcome the negative effects of hegemonic masculinity.

Keywords: attraction models, socialization, violence, new masculinities, prevention

Modelos de atractivo masculinos en la adolescencia

Maria Padrós

Universitat de Barcelona

Abstract

La masculinidad hegemónica persiste en nuestra sociedad a través de diferentes mecanismos. La violencia de género es un ejemplo de ello y se manifiesta en distintos ámbitos de la vida cotidiana. Algunas aportaciones sobre el estudio de las masculinidades y las relaciones afectivas y sexuales son deterministas y no profundizan en las causas sociales de esta violencia. En el presente artículo se mostrarán evidencias de como los modelos de atractivo masculinos tienen una vertiente social. La socialización que vincula deseo con agresividad y violencia explican el porqué de la persistencia de esta problemática social. Los planteamientos coeducativos que tengan en cuenta las evidencias de esta línea de investigación podrán aportar propuestas de superación de los efectivos negativos del modelo de masculinidad hegemónica.

Palabras clave: modelos de atractivo, socialización, violencia, nuevas masculinidades, prevención

Las relaciones afectivo-sexuales y los modelos de atractivo de los y las adolescentes en la actualidad están más condicionados que nunca por diferentes agentes socializadores (Gómez, 2004). La familia y la escuela tienen un peso importante en el proceso de socialización pero adoptan un mayor peso otros agentes como los medios de comunicación y los grupos de iguales (Kelly y Donohew, 1999). De modo que en nuestras elecciones y deseos tienen incidencia diferentes aspectos que conforman nuestra vida social. En este sentido existe una extensa literatura desde el ámbito de la psicología o la biología que ponen de relieve que el atractivo está condicionado directamente por nuestra naturaleza, es decir por el código genético (Grammer y Thornhill, 1994; Johnston et al., 2001). De todos modos, en los últimos años, se ha desarrollado una línea de investigación que constata la base social de los modelos de atractivo, es decir su fundamentación en las interacciones y estímulos que se van concretando en nuestra vida social (Duque, 2006, 2007; Valls, Puigvert y Duque, 2008; Flecha, Pulido y Christou, 2011).

En el atractivo masculino, los modelos que han tenido éxito se han ido definiendo de forma generalizada a través de un tipo de masculinidad que ha sido el imperante, el modelo de masculinidad hegemónica (Connell, 2005, 2006; Kimmel, 1996, 2000). Ello ha significado que en ocasiones se haya considerado que el hombre que despierta deseo es el agresivo, el violento, el que desprecia y es insolidario. Este tipo de asociación en determinados casos ha permitido legitimar ciertas conductas en los hombres y considerarlas como irremediables (Sternberg, 2000). Pero la investigación social en este campo desmiente este tipo de argumentos demostrando que existe diversidad de modelos de hombres y que éstos también pueden despertar atractivo (Gilmore, 1994).

En el presente artículo profundizaremos en los modelos atractivos masculinos en la adolescencia, cuáles tienen un mayor peso y cuáles están rompiendo con el estereotipo tradicional de la masculinidad hegemónica. Analizaremos en detalle la influencia de los procesos de socialización en la definición de estos modelos, incidiendo en como se concretan en espacios de socialización como los centros educativos. En la primera parte realizaremos una revisión de la literatura científica y de

las investigaciones que abordan desde diferentes perspectivas los modelos de atracción. A continuación describiremos la metodología utilizada en el proyecto de investigación en el que se enmarca este artículo: *Models d'atracció dels i les adolescents. Contribucions des de la socialització preventiva de la violència de gènere* subvencionado por el Institut Català de les Dones en el año 2007. Posteriormente se describirán algunos de los resultados obtenidos en el proyecto incidiendo en los modelos de atractivo de los chicos adolescentes. Para finalizar se presentan una serie de conclusiones que intentan sintetizar la relevancia de abordar los modelos de atractivo en la adolescencia como forma de promover una socialización libre de violencia.

El atractivo: ¿De origen social o biológico?

Desde la psicología (Sternberg, 2000) y también desde la sociología (Beck y Beck-Gernsheim, 1998) no se han realizado explicaciones elaboradas alrededor del amor y el atractivo, es decir no se ofrecen evidencias científicas que expliquen contrastadamente por qué deseamos y consideramos atractivas unas personas y no otras y cuál es el motivo que nos conduce a iniciar una relación, ya sea esporádica o estable con dichas personas. En ocasiones, como señala Jesús Gómez (2004), se utilizan argumentaciones fundamentadas en la irracionalidad que no permiten entender, por ejemplo, porqué se da el enamoramiento o el deseo hacia hombres que desprecian y maltratan a los demás, sobretudo a las mujeres. Ello es debido a lo que hemos mencionado anteriormente a la atribución irracional que se otorga al amor, a la elección y la atracción (Beck y Beck-Gernsheim, 1998, p. 350):

El amor sucede, cae como un rayo o se apaga siguiendo leyes no abiertas a la intervención individual, ni al control social.

Otro de los autores que desde la sociología han abordado esta temática es Giddens (1995) que hace una diferenciación por tipología de hombres atribuyendo determinadas características a cada uno de ellos. De esta forma Giddens contribuye a reproducir la doble moral porque considera

que el “hombre bueno” y el “hombre sexy” no pueden ir unidos. Previamente autores como [Ortega y Gasset \(1964\)](#) ya habían planteado que la atracción era algo irremediable e imposible de controlar, de esta forma legitimaba también que los procesos de elección en las relaciones afectivas y sexuales no tuvieran trascendencia.

Este tipo de concreciones que se efectúan desde las ciencias sociales están condicionadas por una larga tradición biologicista que atribuye exclusivamente la atracción sexual y el deseo a aspectos genéticos. A continuación presentaremos algunas de estas aproximaciones que plantean diferentes motivos por los cuales las personas nos sentimos atraídas por otras o consideremos que tienen un mayor atractivo.

En algunas investigaciones plantean que las mujeres sienten un mayor deseo sexual por los hombres cuando están en periodo de ovulación y señalan que este interés sobretodo se manifiesta en el marco de relaciones fuera de la pareja, es decir extra conyugales. Los análisis demostraban que las mujeres con unos altos índices de fertilidad y que confesaban una atracción sexual menor con su pareja tenían un mayor deseo a mantener relaciones fuera de ella ([Pillsworth y Haselton, 2006](#)). Por otro lado, con respecto al análisis exclusivo del atractivo, existen investigaciones que señalan que la elección de las mujeres heterosexuales está condicionada por la simetría facial de los hombres. En este sentido la tendencia que mostraba dicho estudio es que las mujeres prefieren hombres con caras simétricas aunque también se añade que la grandeza en el rostro aporta elementos de atractivo sexual secundarios a dichos hombres ([Grammer y Thornhill, 1994](#)). En esta línea se han mantenido otras investigaciones sobre el atractivo masculino, es decir enfatizando mucho el papel que tienen el rostro y su simetría ([Johnston et al., 2001](#)). En esta ocasión añaden una variable adicional que hace referencia a la menstruación de la mujer. Este elemento aparece como un condicionante cuando se les muestra a las mujeres imágenes de diferentes hombres y expresan su opinión. En este sentido se constata que sus preferencias respecto al atractivo masculino se modifican en periodos de alto riesgo menstrual.

Desde otra perspectiva, la psicológica, también se ofrecen explicaciones alrededor del amor y el atractivo que no incorporan la socialización como un elemento explicativo. [Sternberg \(2000\)](#) es uno de los máximos exponentes de esta línea por sus conocidas teorías de la

atracción.

En este sentido, cabe señalar la teoría de la reactancia que parte de una premisa clave: la base natural del deseo hacia una persona difícil de conseguir. Este análisis parte de que la forma de actuar humana en este ámbito sigue estas premisas y que si se consigue a posteriori tener esta relación también resulta de lo más natural acabar con ella. Con esta teoría se legitiman muchas de las situaciones relacionadas con el atractivo que se dan en las relaciones afectivo-sexuales actuales. Por ejemplo, las relaciones de pareja en las que se empieza la convivencia y al poco tiempo de convivir llega la separación. Desde esta teoría se plantea que el deseo y el atractivo desaparecen cuando las personas ya han conseguido la relación que buscaban.

Jesús Gómez (2004) desmiente todos estos argumentos en sus análisis del amor en la sociedad del riesgo. Él argumenta que es la escasez de diálogo y la pérdida de sentido lo que provoca que la pasión desaparezca y la atracción hacia tu cónyuge y/o pareja se desvanezca. De esta forma es muy contrario a la teoría de la reactancia porque imposibilita que exista una transformación en las relaciones afectivo-sexuales y las condiciona a un determinismo que se traduce en insatisfacción personal. Siguiendo otras investigaciones en la línea de Sternberg, se asegura que el atracción hacia las personas de las que nos enamoramos va desapareciendo fraguándose un sentimiento posterior de familiaridad (Yela y Sangrador, 2001). Para Gómez (2004, p. 25) eso es sinónimo de doble moral y ofrece argumentos sobre ello:

Habría que determinar a quiénes deseamos para relaciones esporádicas, para “noches locas”, y a quiénes elegimos para estabilizarnos. Si ambas no coinciden, entonces debemos reflexionar profundamente sobre ello y, entre otras cosas, entender por qué expresiones tan habituales como “qué bueno o buena está” o “qué atractiva o atractivo” es, no son, tan fáciles de asociar con personas con las que realizar un proyecto de vida estable.

En la siguiente sección partiremos de esta aproximación teórica para presentar cuál es el análisis que se ha efectuado sobre el atractivo masculino. Paralelamente también se describirán algunos de los resultados obtenidos por investigaciones que han ahondado en el tema, sin considerar los procesos de socialización como factores explicativos.

Modelos de atractivo y masculinidades

El modelo de atractivo masculino que ha tenido un gran calado en nuestra sociedad es el que representa las características propias de la masculinidad hegemónica (Connell, 2005; Duque, 2006; Gómez, 2004; Valls, Puigvert y Duque, 2008). De forma histórica se ha ido asociando el atractivo masculino con la fuerza y el poder, pero como constatan diferentes investigaciones el vínculo va más allá y el atractivo se articula en los hombres y chicos que pueden llegar a despreciar, maltratar y abusar de las mujeres (CREA, 2005; Ríos y Christou, 2010). De todas formas cabe señalar que existen otros estudios que demuestran que no en todas las culturas existe la asociación mencionada previamente. En estos casos se demuestra cómo hombres con características maternas o pacíficas son bien valorados y tienen éxito a nivel de atractivo en sus sociedades (Gilmore, 1994, Mead, 1982).

De ahora en adelante queremos profundizar en el modelo de atractivo vinculado a la violencia porque consideramos que es esencial para entender porque persiste en la sociedad actual, en diferentes edades y estratos sociales, la violencia contra las mujeres (Instituto de la Mujer, 2012). Por ejemplo, existe una investigación internacional que analiza cuáles son las motivaciones de las mujeres jóvenes a la hora de elegir el chico con el que tener una cita, dicha investigación se titula: Young Women 's Dating Behavior: Why not date a nice guy? (McDaniel, 2005). Si bien es cierto que dicho estudio aporta un conocimiento importante sobre cuáles son estas motivaciones que hacen que se elija un tipo de chico y no otro, deja de lado el por qué se tienen estas motivaciones, en qué emociones se basan y qué es lo que potencia que se tengan estas emociones y no otras. La investigación analiza las razones que llevan a que las chicas jóvenes prefieran citarse con un chico con unas características de personalidad determinadas y que esto guarda relación con las motivaciones que tienen para citarse con el nice guy (buen chico) o el jerk guy (chico idiota). Para elaborar el trabajo de campo utilizaron una técnica de recogida de datos basada en pasar cuestionarios a las chicas que constaban de tres partes diferentes. La primera de ellas requería señalar diez razones para citarse con un chico, la segunda parte proponía dos escenas de una cita cada una con un prototipo de chico (el chico "guapo" y el chico "sexy" y divertido) y la

tercera pide señalar diez rasgos de personalidad para el chico guapo y diez más por el chico divertido y sexy. Se observaba que la respuesta a la pregunta que indicaba el título no estaba determinada por un solo factor, y que dependía de varias variables, pero los resultados parecían indicar que las jóvenes equiparan el "nice guy" como aquel que es físicamente atractivo, divertido, fuerte, seguro de sí mismo, romántico, excitante, y que las amigas lo ven con buenos ojos, pero que si se percibe como un chico dulce y guapo que tiene el peligro de convertirse en demasiado bueno ("too nice, loser guy" - demasiado bueno, perdedor). Las jóvenes en general presentan que el chico sexy es la pareja de citas que buscan, especialmente en la fase experimental, y están dispuestas a conocer más sus rasgos de personalidad una vez que las amigas le han confirmado su percepción. De todas formas en numerosas ocasiones las chicas acaban escogiendo el jerck guy porque es el que tiene más éxito y no se acaba convirtiendo en un perdedor como el chico bueno.

Desde otra perspectiva más centrada en el análisis del discurso y de los medios encontramos la investigación de [Fernández de Quero \(2005\)](#). El autor plantea como la mercantilización de la sexualidad a través del cine crea modelos a partir de los cuales podemos guiar nuestras conductas y acciones. Él constata que si hacemos un recorrido por la historia del cine, vemos como este plantea cuáles son los roles de género, los mitos sexuales, el comportamiento en las relaciones afectivas y sexuales, el ideal de hombre y de mujer y las motivaciones en torno al deseo sexual. El autor expone que el cine de Hollywood presenta un modelo masculino muy concreto que podría definirse como: hombre viril, héroe solitario, una persona que afronta el peligro con temor y con una capacidad de reacción agresiva y violenta considerable, un hombre que sostiene el dolor y la tortura, con una dureza emocional que le impide llorar y mostrar sus sentimientos. Suelen ser hombres fuertes físicamente, seductores, débiles ante los encantos femeninos, protectores de los más débiles, patriotas y defensores de los valores occidentales. Se trata de un modelo agresivo y competitivo.

Cómo hemos señalado al inicio de este apartado esta atractivo masculino vinculado a la agresividad no se debe a ningún determinismo biológico. La socialización ha sido el proceso que a lo largo de la historia ha llevado a que existiera esta asociación ([Gómez, 2004](#)). De

todos modos existen investigaciones recientes que señalan que existen nuevas masculinidades, alejadas del modelo hegemónico”, que si despiertan atractivo pero que a menudo resultan invisibilizadas. Dichos estudios concluyen la necesidad de utilizar un lenguaje que de valor a estos chicos y hombres de modo que se vincule igualdad con atractivo (Portell y Pulido, 2012; CREA-UB, 2006-2008).

Metodología

En el marco del proyecto Models d’atracció dels i les adolescents. Contribucions des de la socialització preventiva de la violència de gènere subvencionado por el Institut Català de les Dones de la Generalitat de Catalunya (2007) hemos desarrollado un trabajo de campo con el objetivo de recoger las percepciones y voces de los y las adolescentes sobre las personas que les atraen y los valores y modelos a los que responden estas personas, así como la posible vinculación entre estos modelos y la violencia de género. A la vez, intentando conocer los aspectos sobre los que debemos incidir y cómo debemos desarrollar actuaciones que potencien modelos de atractivo democrático.

El proyecto está centrado en las percepciones, interpretaciones y vivencias de los chicos y las chicas desde sus voces en primera persona. Por este motivo, hemos seleccionado una muestra de 73 chicos y chicas jóvenes, entre 12 y 18 años.

El trabajo de campo realizado es de tipo cualitativo, con una orientación comunicativa crítica. Esta orientación comunicativa crítica se basa en la reflexión y en la intersubjetividad (Gómez, Puigvert y Flecha, 2011). Parte de las bases teóricas y principios metodológicos validados por la parte científica internacional y la Comisión Europea (Comisión Europea, 2010) y, que a diferencia de otros planteamientos, propone la superación del desnivel metodológicamente entre los sujetos investigados e investigadores, generando conocimiento a través de la creación de un diálogo intersubjetivo. De esta manera se evita el tratamiento distanciado de la información y posibles interpretaciones erróneas (Gómez et al., 2006).

Hemos utilizado dos técnicas de recogida de información: relatos comunicativos de vida cotidiana, y grupos de discusión comunicativos. En estas técnicas se han tratado los siguientes temas relacionados con

los objetivos principales del proyecto: Definición de los modelos de atractivo, construcción de los modelos de atractivo, relaciones afectivo-sexuales y conocimiento de situaciones de violencia de género. En el presente artículo nos centramos sobretudo en la definición y construcción de los modelos de atractivo masculinos, concretados durante la adolescencia en las edades que hemos especificado anteriormente.

Resultados

Los resultados obtenidos en el análisis de la realidad nos corroboran algunas de las investigaciones previas en este ámbito (Gómez, 2004; Duque, 2006; Valls, Puigvert y Duque, 2008; CREA-UB, 2005, CREA-UB, 2006). Se constatan que entre los adolescentes existe un modelo de atractivo masculino exclusor en el que, por un lado, la “maldad” se considera atractiva y, por el otro lado, la “bondad” se percibe como aburrida. Al igual que anteriores estudios hemos podido identificar que en la mayoría de ocasiones no se dan explicaciones sociales, se atribuye a aspectos físicos de los chicos. Pero si profundizamos sobre los comentarios, sobretudo de las chicas, constatamos que el deseo se despierta ante aquellos chicos que pueden llegar a despreciarlas o ignorarlas.

En la siguientes citas observamos como cuándo se le pregunta a un grupo de chicas cuál es el chico que tiene más éxito en la clase, o en el instituto, ellas responden con seguridad el “gamberro” y el “chulo”. De modo que el modelo de atractivo con mayor impacto no se asocia con los valores de igualdad y solidaridad, todo lo contrario. Una de las chicas participantes en el grupo de discusión manifiesta que ello sobretudo es debido a que estos chicos se convierten el centro de atención. En ocasiones acaban destruyendo la convivencia en el centro o en el aula, pero consiguen despertar interés – atractivo- en sus compañeras.

Pero normalmente así en general, que creéis que atrae más?

A: El gamberro

C: El chulo.

D: El chulo

Y porque?

A: Porque es la moda. Porque esta ahora eso y es a lo que todo el mundo va.

C: Es porque se hace notar, a ver tu con un chaval que no habla en clase, y no sé que y un chaval gamberro, que esta así en medio de clase y así, pues llama mucho más la atención el otro.

Existen ocasiones donde los propios adolescentes son conscientes del punto de partida que hemos estado describiendo a lo largo del artículo y en el inicio de este apartado. En la siguiente cita vemos como son los propios chicos quienes afirman que a las chicas les gustan más los chicos que les tratan mal. Este tipo de afirmaciones nos indica lo urgente que resulta hacer un giro en la dinámica del atractivo masculino. Si aquellos chicos que no resultan atractivos, como veremos más adelante, continúan siendo los buenos, es decir las nuevas masculinidades, surgen la necesidad de dotarles de atractivo porque si no la dinámica que está sucediendo es que acaben por decir tratar también mal a las chicas.

¿Pero a las tías les gusta?, ¿Es el más feo del cole, pero a las tías les gusta?

B: Sí

A: Claro, porque las trata mal

¿Por qué? ¿Y a las tías les gustan que las traten mal?

(...)

A: Y la chavala es gilipollas, y vuelvo con él porque mira...

(Grupo de discusión masculino)

Los más populares son los más guapos digamos o las más cabrones. (Grupos de discusión masculino)

Como hemos señalado anteriormente la bondad no se asocia al atractivo masculino, al contrario. Las palabras que utilizan las chicas para describir estos chicos son muy diversas pero siguen una línea parecida: cansinos, tontos, aburrido, agobio, etc. Ninguno de estos adjetivos dota de valor y deseo a los chicos que no son gamberros y en cambio sí tratan bien a las personas y están abiertos al diálogo. En la siguiente cita se puede comprobar un ejemplo de ello en uno de los grupos mixtos que se realizaron en el marco del proyecto:

A: A veces cansa

(Ríen)

B: Si es tan bueno de esos que dices...también me llegarían a agobiar

A: Que siempre te de la razón y todo eso..

C: Un chico tiene que tener su carácter, tampoco tiene que estar...

B: Por mucho que te quiera...

Pero jo estic dient que sigui bó, eh?

A: Ya, pero es que hay tíos que de buenos que son, que parecen tontos. (Grupo de discusión mixto)

De modo que estos chicos se convierten en aquellos que menos se prefieren para iniciar una relación. Lo deseable en este sentido no es un chico entregado y que trate bien a las chicas. Si esto sucede de esta forma las chicas acaban aborreciendo a estos chicos y sintiéndose incómodas con su presencia.

Y un chico que es muy bueno, este típico que dices es un buenazo, que estás con él y siempre hace lo que tu quieras, lo que tu digas... ¿creéis que eso atrae o es como aburrido?

A: Aburrido.

B: Es un agobio.

A: A ver, un agobio...

B: Es un agobio.

C: A mi, a mí...es que depende, no me importa tampoco, ¿sabes?, pero es que algunas veces...

D: Es que es un agobio (Grupo de discusión femenino)

El resultado de este proceso de dotación de atractivo a los chicos “malos” es la reproducción de la doble moral. Ya habíamos señalado en la revisión de la literatura que algunos autores, como [Giddens \(1995\)](#), afirmaban que era imposible asociar “hombre sexy” con “hombre bueno”. En la siguiente cita se puede comprobar como se trata de una situación instaurada debido a los procesos de socialización en los que no se dota de atractivo a la bondad. En este caso la bondad se vincula a la amistad, un valor que no despierta tampoco deseo en los y las jóvenes. El propio [Jesús Gómez \(2004\)](#) manifiesta que es necesario frenar esta espiral y empezar a ofrecer una imagen atractiva y pasional de los amigos y amigas.

¿Y ese chico que es así súper bueno, que siempre hacéis lo que tu quieras, que te deja escoger a ti, y así, creéis que gusta, lo veis es atractivo?

A: Es un buen amigo.

(Grupo de discusión femenino)

Aún y esta tendencia manifestada en las palabras de los propios chicos y chicas, existe también elementos transformadores que permiten vislumbrar un cambio de dinámica. Es importante, como señalan algunas de las aportaciones en coeducación más actuales y referenciadas (Oliver, Soler y Flecha, 2009; Aubert et al., 2004), potenciar las dinámicas transformadoras y hacerlas más visibles para romper con el modelo hegemónico imperante.

El rechazo hacia los chicos que tratan mal a las chicas o tienen una actitud prepotente y agresiva es una realidad que también apareció después del análisis del trabajo de campo. Muchas chicas son contundentes ante estos chicos y deciden mantenerse al margen de iniciar una relación afectivo-sexual. En ocasiones utilizan adjetivos que ridiculizan mucho las actitudes negativas de estos chicos que representan el modelo de masculinidad hegemónica.

A: A mí me importa mucho, porque odio los tíos chulos y machistas.....en serio

(...)

A: Si un tío es gilipollas nunca me liaría con él¹.

(Grupo de discusión femenino)

A parte del rechazo hacia los chicos que responden al modelo hegemónico, se han identificado también casos en el que las chicas manifiestan sus intereses, relacionados con el atractivo, que están cercanos a valores positivos y alejados de la violencia de género. Por ejemplo, en la siguiente cita podemos comprobar como se valora la bondad como un elemento deseable en los chicos. En esta ocasión vemos como se combinan dos aspectos que consideremos cruciales para que las nuevas masculinidades sean valoradas: el atractivo físico y los valores igualitarios. Ambos aspectos no tienen por qué estar reñidos si en el proceso de socialización van acompañados. Las afirmaciones que veremos a continuación permiten superar la doble moral, mencionada previamente en el presente artículo:

Sí atractivo, de cualquier forma, cuando a tú te dicen un chico atractivo. ¿En qué pensáis?

A: Guapo

B: Atractivo por dentro y por fuera, por las dos cosas. Guapo y también buena persona

C: Pero más por dentro que por fuera, no importa tanto ya

A: A mí también lo de fuera me importa tú...Quiero decir

C: Hombre sí, pero tampoco es tan importante. Llega un momento que lo más importante o sea ...Es importante a primera vista, pero después cuando lo conoces ya no ...

A: Pero es inevitable...las cosas te entran por la vista ... quieras o no.

C: Primero te entra por la vista, pero después lo conoces y te mola bien, sino pues no².

(Grupo de discusión femenino)

Siguiendo en esta línea, algunos de los chicos participantes en la investigación nos informan que ellos sienten que tienen éxito y gustan cuando tratan solidariamente a las chicas. Si bien son conscientes que este tipo de actitud conlleva iniciar una amistad con la chica, no renuncian a que ello también se pueda traducir en una relación y en algunos casos termina pasando. Visibilizar que este tipo de situaciones son posibles es una forma de desmentir las teorías ligadas al atractivo que hemos visto en la sección de revisión de la literatura científica. Y constatar, como están haciendo algunas investigaciones recientes (Giner, 2011), que amistad, pasión y atractivo no son incompatibles.

*¿Y vosotros cuando os sentís que gustáis más a las tías?,
¿Cuándo? ¿Cuándo os comportéis de una determinada
manera?, ¿cuándo ayudáis una tía, cuándo pasáis?*

B: Cuando estás con ella, y les ayuda

A: Cuando les haces reír les gusta

B: Que les ayudes y les trates bien, sí les gusta.

¿Pero saldrían contigo o más cómo un amigo?

B: Claro

A: Más cómo amigo, pero al final acabando gustando

(Grupo de discusión masculino)

Las evidencias que hemos presentado sobre el atractivo masculino desde la voz de las y los adolescentes nos marcan unas tendencias a considerar. Primeramente el fuerte arraigo que tiene la vinculación entre el modelo de masculinidad hegemónica y el atractivo, seguidamente la ausencia de deseo manifestada por las chicas hacia los chicos que se comportan igualitariamente y que se les considera amigos. Por otro lado, existen algunas situaciones donde ambas dinámicas se rompen en las que las chicas rechazan y hablan sin deseo de los chicos agresivos y que las desprecian. También se constata una valoración hacia los chicos igualitarios vinculados, en este caso, el atractivo físico. Estos resultados ofrecen oportunidades valiosas para plantear medidas coeducativas efectivas. En el siguiente apartado profundizaremos más sobre ello.

Conclusiones

Como hemos podido ver a lo largo de todo el artículo, el análisis de los modelos de atractivo masculinos nos ayuda a entender con mayor profundidad los fundamentos de la violencia de género. De modo que investigaciones de estas características, como las presentadas aquí, nos ofrecen la oportunidad de corroborar la naturaleza social del atractivo y la posibilidad de poder transformar situaciones marcadas por la atracción hacia la violencia.

Algunas administraciones públicas y entidades sociales ya se han hecho eco de resultados de investigaciones que van en esta línea (Valls, Puigvert y Duque, 2008; Oliver, Soler y Flecha, 2009). Afirman la importancia de concretar medidas coeducativas que consideren las masculinidades y los modelos de atractivo como dos elementos centrales. A parte desde los planteamientos teóricos coeducativos también se insiste en esta línea, que pone de relieve por un lado incorporar las nuevas masculinidades, y por el otro, los aspectos referentes al deseo y las relaciones afectivas y sexuales (Aubert et al., 2004, p. 104):

No basta con rechazar el modelo masculino hegemónico desde la coeducación sino también de promover la transmisión de otros nuevos. (...) La educación afectiva y sexual debe profundizar en las bases de nuestra intimidad, en lo que consideramos y en lo que

aprendemos en todos los ámbitos sobre lo que es amor, sexualidad y deseo.

De modo que si la coeducación sigue en la línea de considerar dichos resultados y evita caer en debates estériles sobre los juegos infantiles o los colores destinados para los niños y para niñas, estará dando grandes pasos para la igualdad en los centros educativos y en la sociedad en general. Permitirá, tal y como plantean [Jesús Gómez \(2004\)](#) y [Elena Duque \(2006\)](#), unas relaciones más libres, igualitarias y carentes de violencia.

Notas

¹ **Traducción propia:** A mi m'importa molt, perquè odio els tíos xulus i masculistes.....en serio (...).Si un tio és gilipollas mai em liaria amb ell...

² **Traducción propia:**

Sí, atractiu de qualsevol manera, quan tu et diuen un noi atractiu. El què penseu?

Guapo

Atractiu per dintre per fora, per les dues coses. Guapo i també bona persona

Però més per dintre que per fora, no importa tant ya

A mi també lo de fora m' importa tu..vull dir

Home sí, però tampoc es tant important. Arriba un moment que lo més important o sigui... és important a primera vista, però després quan el coneixes ja no...

Però és inevitable les coses t'entren per la vista...vulguis o no.

Primer t'entra per la vista, però després el coneixes i et mola bé, sinó pos no

Referencias

- Aubert, A., Duque, E., Fisas, M., y Valls, R. (2004) *Dialogar y transformar*. Barcelona: Graó.
- Beck, U., y Beck-Gernsheim, E. (1998). *El normal caos del amor*. Barcelona: El Roure Ciencia.
- Comisión Europea. (2010). *Science against Poverty Initiative Task Force 2010 Working Paper Conclusions*. Segovia
- Connell, R.W. y Messerschmidt, J. (2005b). Hegemonic masculinity. Rethinking the concept. *Gender Society*, 19, 829.
- Connell, R.W. (2006). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.

- CREA-UB. (2005). *Guia del Currículum Escolar contra la Violència de Gènere. Educació en valors per la prevenció de la violència de gènere als Instituts d'Educació Secundària. Ajuts a la Recerca.* Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca. (AGAUR). Comissionat per a universitats i recerca. Generalitat de Catalunya.
- CREA-UB. (2006). *Prevenció de la violència de gènere en el context educatiu a partir de les noves formes d'organització escolar.* Institut Català de les Dones, Generalitat de Catalunya.
- CREA-UB. (2006-2008). ACT-COM. *Actos comunicativos y superación de las desigualdades sociales en las relaciones de género.* Plan Nacional I+D+I. Ministerio de Educación y Ciencia.
- CREA-UB. (2007). *Models d'atracció dels i de les adolescents. Contribucions des de la socialització preventiva de la violència de gènere.* Institut Català de la Dona – Generalitat de Catalunya
- Duque, E. (2006). *Aprendiendo para el amor o para la violencia. Las relaciones en las discotecas.* Barcelona: El Roure Ciencia.
- Duque, E. (2007). Models d'atractiu amb adolescents. En Armengol, J. (Ed.), *Masculinitats per al segle XXI.* (pp. 103-108). Barcelona: Ajuntament de Barcelona y CEDIC.
- Fernández de Quero, J. (2005). *¿Qué me pasa cuando me enamoro?* Conferencia en las Palmas de Gran Canaria. 9 de Junio de 2005
- Flecha A., Pulido C., y Christou M. (2011). Transforming violent selves through reflection in critical communicative research. *Qualitative Inquiry*, 17 (3), 246-255.
- Giddens, A. (1995). *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas.* Madrid: Cátedra.
- Gilmore, D. (1994). *Hacerse hombre. Concepciones culturales de la masculinidad.* Barcelona: Paidós.
- Giner, E. (2011). *Amistad deseada. Amistad deseada. Aportaciones de Jesús Gómez y Ramón Flecha que están acercando la realidad a nuestros sueños.* Barcelona: Hipatia
- Grammer, K., y Thornhill, R. (1994). Human (homo-sapiens) facial attractiveness and sexual selection - the role of symmetry and averageness. *Journal of comparative psychology*, 108 (3), 233-242.
- Gómez, A., Puigvert, L., y Flecha R. (2011). Critical Communicative Methodology: Informing real social transformation through

- Gómez, J. (2004). *El amor en la sociedad del riesgo*. Barcelona: El Roure.
- Gómez, J., Flecha, R., Latorre, A., y Sánchez, M. (2006). *Metodología comunicativa crítica*. Barcelona: El Roure Ciencia.
- Instituto de la Mujer. (2012). *Mujeres muertas a manos de su pareja o expareja por comunidad autónoma*. España. Datos estadísticos. <http://www.inmujer.gob.es/ss/Satellite> (Consultada el 23 de Enero 2012)
- Johnston, VS., Hagel, R., Franklin, M., Fink, B., y Grammer, K. (2001). Male facial attractiveness - Evidence for hormone-mediated adaptive design. *Evolution and human behavior*, 22 (4) 251-267.
- Kelly, K., y Donohew, L. (1999). Media and Primary Socialization Theory. *Substance Use & Misuse*, 34 (7), 1033 — 1045.
- Kimmel, M. (2000). *The Gendered society*. NY: Oxford University Press.
- Kimmel, M. (1996). *Manhood in America: a cultural history*. New York: Free Press.
- McDaniel, A. (2005). Young Women's Dating Behavior: Why Not Date a Nice Guy?. *Sex Roles: A Journal of Research*, 53, (5-6), 347-359.
- Mead, M. (1982). *Sexo y temperamento*. Barcelona: Paidós.
- Oliver, E., Soler, M., y Flecha, R. (2009). Opening schools to all (women): efforts to overcome gender violence in Spain. *British Journal of Sociology of Education*, 30 (2), 207–218.
- Ortega y Gasset. J. (1964). *Estudios sobre el amor*. Barcelona: Espasa y Calpe.
- Pillsworth, EG., y Haselton, MG. (2006). Male sexual attractiveness predicts differential ovulatory shifts in female extra-pair attraction and male mate retention. *Evolution and human behavior*, 27 (4), 247-258.
- Portell, D., y Pulido, C. (2012). Communicative acts which promote new masculinities. Overcoming hegemonic masculinity in the workplace and the school. *Masculinities and Social Change*, 1 (1), 61-80.
- Ríos, O., y Christou, M. (2010). Más allá del lenguaje sexista. Actos comunicativos en las relaciones afectivo-sexuales de los y las adolescentes. Special Issue: Communicative acts for social inclusion. *Signos*, 43 (2), 311-326.

- Sternberg, R.J. (2000). *La experiencia del amor*. Barcelona: Paidós.
- Valls, R., Duque, E., y Puigvert, L. (2008). Gender Violence amongst teenagers: socialization and prevention. *Violence against women*, 14 (7), 759-785.
- Yela, C. y Sangrador, J.L. (2001). Perception of physical attractiveness throughout loving relationships. *Current Research in Social Psychology*. 6 (5), 57-75.

✉ **Maria Padrós** is Assistant Professor at the School of Education, University of Barcelona, Spain.

Contact Address: Direct correspondence to the author at :
Campus Mundet. Edifici Llevant, 2a planta. Passeig de la Vall d'Hebron,
171. 08035 Barcelona. Email: mariapadros@ub.edu