

ÁNGELS CARABÍ y MARTA SEGARRA (eds.), *Nuevas masculinidades*. Barcelona, Icaria, 2000.

«[...] No se nace hombre, uno se convierte en hombre» (7), dicen las editoras Ángels Carabí y Marta Segarra en su prólogo a *Nuevas masculinidades* parafraseando a Simone de Beauvoir en *El segundo sexo* (1949). *Nuevas masculinidades* es el segundo volumen de la colección *Mujeres y culturas*, y se encuadra entre *Feminismo y crítica literaria* (2000), y *Sexualidades transgresoras: una antología de estudios queer* (2002). Con este último mantiene en común su interés en la reducción de la masculinidad a un constructo cultural y textual, y por ello sujeto a modificación.

Las reconfiguraciones de mujer y feminidad articuladas desde los diferentes feminismos han provocado una reflexión masculina conocida ya como *crisis de la masculinidad*. Varios de los diez estudios que este libro aglutina coinciden en achacar la violencia contra las mujeres o el creciente interés de los hombres por la estética a la desorientación producida por la difuminación de una otredad ancestral, femenina, principalmente, que en el juego de reflejos especulares devolvía una imagen de hegemonía masculina. Centrándose en tecnologías de la representación que van del cine a la literatura y de la publicidad a la psicología, el libro se propone un objetivo claro: «no sólo efectuar una crítica de la masculinidad tradicional [...], sino también aportar sugerencias para establecer las estrategias que necesita la construcción de 'nuevas masculinidades', más libres, ricas y plurales» (8).

La construcción de esas identidades renovadas arranca de la modificación de las concepciones más tradicionales de lo masculino, tarea que pasa forzosamente por la acción social. En el primer capítulo, «Construyendo nuevas masculinidades: una introducción», Carabí ve en los movimientos por la liberación femenina y homosexual el comienzo de la redefinición identitaria masculina. Siempre planteada con relación a una recurrente otredad, y por ello sometida a alianzas temporales con el patriarcado, el imperialismo o el racismo, la masculinidad se enfrenta a la desaparición de sus *otros* a raíz de la labor desempeñada por los estudios de género y poscoloniales basados en las políticas de la identi-

dad. Así comienza el destronamiento del privilegio masculino, y por ello, concluye Carabí, «los varones están aprendiendo nuevas maneras de entender lo que significa ser hombre sin [...] establecer relaciones opresivas basadas en la subordinación» (26).

La ruptura de esa subordinación queda implícita en el título del capítulo a cargo de Victoria Sau, quien emplea la toma de conciencia femenina como sinónimo de enfrentar y devolver la mirada masculina. En «De la facultad de ver al derecho de mirar», Sau analiza los mitos de la belleza femenina y el de la identidad viril, y cómo el primero se ha puesto al servicio del funcionamiento del segundo. Desde la virilidad, condición *sine qua non* de la masculinidad tradicional, se reitera la importancia de un varón agresivo, fuerte, y, sobre todo, empeñado en «no ser como una mujer» (35). Este requisito sostiene una identidad que, de desdibujar sus límites y acercarse a lo femenino, provocaría su mismo colapso y la desidentificación inmediata.

En el capítulo tercero, Luis Bonino proporciona un acercamiento a la normalidad psíquica de lo masculino. «Varones, género y salud mental: desconstruyendo la normalidad masculina» parte de la aportación realizada por el feminismo, los estudios de género y el psicoanálisis para entender las «subjetividades generizadas» (41), y se acerca a cómo una de ellas, la masculina, se descentra como pilar de la normalidad psíquica. «La ilusión de 'normalidad' de los varones», dice Bonino, «ha dejado a éstos por fuera de los dispositivos de salud mental, donde por supuesto están infrarrepresentados» (43). La desconstrucción propuesta arranca del análisis de las problemáticas de las identidades masculinas (Pm), que se organizan sobre los ejes ético las peticiones de igualdad de otras identidades subordinadas —y teórico-clínico— que agrupa tanto a los estereotipos diseñados desde fuera del grupo como a los roles impuestos de *motu proprio* sobre lo masculino.

Como el capítulo anterior, el cuarto ve en la desfiguración de los límites de lo masculino su pérdida de poder y su disociación consecuente del factor de normalidad. La relevancia de la conceptualización de lo masculino influye directamente en el proceso por el cual el sujeto



femenino ha cruzado el espacio entre lo marginal y la generación de una voz propia. En «De eterna ironía de la comunidad a sujeto del discurso: mujeres y creación cultural», Alicia H. Puleo traza una línea de progresión de la marginalidad a la equifonía con lo masculino, y para ello elabora un marco de antecedentes y estado actual que recorre el pensamiento pionero de Virginia Woolf y Beauvoir, y acaba en la reconstrucción estratégica de los binarismos entre hombre-cultura y mujer-naturaleza del ecofeminismo de Val Plumwood.

El capítulo quinto, «Masculinidad y violencia», de Cristina Alsina y Laura Borrás Castanyer, emplea el argumento de que «ser un hombre implica un esfuerzo» (83) para investigar en la realidad de que, dada la desmitificación de la masculinidad, tal esfuerzo pasa por una inversión en violencia. Para ellas, esa violencia puede estar arraigada en las teorías activas, que proponen un precepto de violencia innata a lo masculino, y en las reactivas, que la hacen estar incardinada en el ambiente social, y por tanto, ser una construcción cultural. Optando por las últimas, y recurriendo a la guerra de Vietnam, las autoras proponen el establecimiento de una relación entre la belicosidad de la sociedad estadounidense de la época y la masculinidad, metonímicamente situada en la corporalidad del soldado, y particularmente, en su pene, y en la capacidad de matar de su fusil. Uno y otro, pene y arma personal, son epítome del falicismo social americano.

Examinando un ejemplo del funcionamiento de dicho falicismo, y recurriendo a la sexualidad como «[...] el medio para mantener o cancelar la diferencia racial» (108), en «Masculinidad y etnicidad: las representaciones racistas y el mito del violador negro», Sabrina Brancato aborda la identidad de género por medio del discurso sexual fundado sobre la mitología adscrita al cuerpo del hombre negro. El sujeto negro ha sido objeto de la feminización inicial del primer contacto con el blanco en África, y de la conversión en enclave de hipermasculinidad centrada en las míticas dimensiones de su pene. Así, ha oscilado entre la figura del ignorante a proteger y el objeto de deseo que provoca miedo y atracción en porcentajes similares. Como resul-

tado, los movimientos políticos centrados en la recuperación de la autoestima personal y social del hombre negro han internalizado un modelo de identidad doblemente conflictivo: impuesto desde la hegemonía blanca y orientado exclusivamente a hacer de un pretendido poder sexual un arma para la reivindicación.

La pluralidad de masculinidades de este estudio lleva de la del macho más clásico a la del hombre gay, empleando un cruce del espectro genérico-sexual como arma para la descentralización de la masculinidad. En el capítulo siete, Rodrigo Andrés plantea que también la identidad gay se diversifica actualmente. «La homosexualidad masculina, el espacio cultural entre masculinidad y feminidad y preguntas ante una crisis» desconstruye la unidad de la imagen del gay, objeto para la identificación por oposición del heterosexual, y ofrece una contingencia para las identidades que va de la relatividad cultural a la de clase y etnia, pasando por las variaciones aportadas por las distintas temporalidades y su construcción del mundo homosexual. «En diferentes momentos históricos», sostiene Andrés, «obtenemos diferentes tipos de sujetos homosexuales». Es por ello, continúa, «que la existencia de éstos está determinada por diferentes prácticas discursivas que, no sólo los nombran, sino que de hecho los crean» (123). A pesar de la inconsistencia con la que los discursos de sexualidad dominante han representado al gay históricamente, imágenes reiterativas como la del homosexual afeminado han neutralizado la estabilidad de los pares masculino/femenino asociados con los componentes de actividad/pasividad. Las continuas asociaciones del hombre homosexual con lo femenino han dado en una apropiación de esa estética que se tradujo en el *Camp* de los setenta. Frente a ella, el universo gay de los noventa junta la exageración de la masculinidad y la feminidad, rompiendo los moldes de la dualidad y aportando el terreno para la deslegitimación de una masculinidad.

El capítulo octavo, «Del carnaval al *drag*: la extraña relación entre masculinidad y travestismo», de Annalisa Mirizio, se suma a la desestabilización de la dualidad genérica apostando por el colapso del sistema género-sexo en el acto de vestirse de la *drag*, y de hacerlo de una forma

grotescamente femenina. La *drag* es rebelde genéricamente, se mueve entre lo masculino y lo femenino y no se asienta definitivamente en ninguno; reclama un amalgamiento genérico-sexual, por lo que su existencia se conforma como ontogénica, en movimiento entre el *yo* y el *otro*. De esta forma, por medio del vestido, la *drag* revierte el discurso sobre la heterosexualidad y el ser hombre, que «no significa sólo asumir una actitud específica, sino más bien respetar una serie de expectativas sociales asociadas a aquel sexo, entre las cuales hay la de 'llevar pantalones'» (136-137).

Los dos últimos capítulos se centran en las representaciones de masculinidad en los medios de comunicación: en publicidad y prensa escrita, en el primero de ellos, y en el cine el último. «Modelos de masculinidad y medios de comunicación», de Marta Segarra, fluctúa de la representación de esa masculinidad en el contenido a la misma manifestación en el continente de los medios. Así, entabla una relación directa entre el mantenimiento de una mitología de la normalidad masculina en los contenidos y en su diseño por parte de los productores, también mayoritariamente masculinos por lo que a los ejecutivos se refiere. Deportes, estilo y moda masculinas; erotismo y pornografía dominan el mercado de la prensa, mientras la televisión reproduce profesionales liberales, de notable visibilidad social y económica para los que su masculinidad es sinónima de su éxito social. Dichas coordenadas

se traducen en las imágenes con las que las campañas de publicidad de perfumería masculina se dirigen a sus potenciales consumidores.

En el último capítulo, «La masculinidad en el cine clásico: la figura de la redención», Mercé Coll Cantín explora la mecánica por la que la expresión cinematográfica clásica tiende a integrar la mirada del espectador en la historia narrada. En ella, el héroe se define por las acciones que lleva a cabo, y éstas se constituyen como lo que diferencia al héroe de la heroína. Esto es, la capacidad de actuar en busca de la redención lo distancia de su homóloga femenina, siempre más pasiva y habitualmente ligada a la generación del conflicto que desencadena la acción inicial.

Los diez capítulos que forman *Nuevas masculinidades* apuestan por dinamizar las identidades genéricas mediante el colapso de las dualidades del sistema sexo-género. La multiplicidad de masculinidades resultante, propiciada inicialmente por la reconfiguración de feminidad, es parte también del interés creciente del individuo por romper las identidades prescritas de forma estereotípica. La performatividad identitaria que alimenta cada uno de los capítulos es actualmente un contradiscurso de la centralización de género sexual y de la concepción de la masculinidad como eje regulador de la sociedad moderna.

PEDRO CARMONA
Universidad de La Laguna

