

Macho “Tropical”

Por Raydel Romero Cabo

Hace ya unos meses atrás salio en el periódico de frecuencia diaria Juventud Rebelde, de Cuba, un artículo sobre la Metrosexualidad en Cuba, el cual resulto ser bien polémico entre los medios de comunicación. Donde uno de los entrevistados, el [Dr. Julio Cesar Gonzáles Pagés](#), considera (y comparto su criterio) que “hoy día el hombre es mucho más andrógono, más “femenino”, no afeminado, sino femenino en la concepción femenina de la socialización”.

Y este es un tema en el quisiera hacer especial énfasis, para la comprensión de nuestros lectores, que de seguros ya se siente motivados e intrigados sobre lo que pueda ser y “es” la Metrosexualidad, y algunos términos o conceptos que resulten novedosos, tales, como Género y Masculinidad.

Se entiende por género al conjunto de características sociales, culturales, políticas y económicas asignadas a las personas en forma diferenciada de acuerdo a su sexo. Las relaciones de género se construyen desde las instituciones representativas de poder social, como lo es la familia, la religión, las relaciones políticas, económicas e ideológicas, en correspondencia con los intereses de cada sistema económico, político y social (Badinter, 1993).

Desde el punto de vista de la teoría de genero la masculinidad, “es el resultado de los procesos de construcción diferencial de los seres humanos en tipos femeninos y masculinos, que obedecen a un proceso histórico social basado en la atribución de cualidades y funciones a los seres humanos a partir de la apariencia externa de sus órganos reproductores. Si bien la masculinidad es una construcción sociocultural que define valores y actitudes añadidas como propias del hombre.

“No nacemos masculinos”, la masculinidad es la forma aprobada de ser hombre en una determinada sociedad; en nuestras sociedades el concepto de masculinidad dicta que el hombre adquiera ciertas características para “ser hombre”, por ejemplo: competencia, desconfianza, alejamiento, virilidad, rudeza, individualismo, egoísmo y dominio.

Una de las grades problemáticas que pudieran presentársele a los hombres, es la de preguntarse a si mismos ¿que necesitan para ser verdaderos hombres?, ¿parece que es algo difícil cuando se cuestiona el comportamiento que por natural debía ser? Si usted lo duda salga a la calle y entreviste a varias personas de diferentes edades, razas y grupos sociales, y escuchará conceptos muy diferente uno de otros, aunque hay códigos éticos de comportamiento preestablecidos. Códigos invariables que son legados ancestrales que nos vienen uno a uno de generación en generación.

Pues así mediante la tradición oral de padres a hijos, en la escuela en la casa, en el vecindario, a todos se nos ha enseñado desde temprana edad nuestro rol dentro de la sociedad, donde solos tenemos que mantener el control de emociones y situaciones en cada momento de la vida para ser un “Macho Varón Masculino”.

Pero es la Metrosexualidad un fenómeno que no escapa dentro de los ya mencionados y ancestrales cánones de calificativo social. Y que hoy en nuestro país, que ya de por sí decirlo es sinónimo de hombres rudos a la antigua, típico cuadro pictórico del campesino, donde predominan en el acervo cultural frases como “el hombre es como el Oso mientras mas feo mas hermoso”, aunque en estos tiempos muy bien podría ser comidilla de buen debate.

Masculinidad que ahora queda transversalizada por un patrón estético y diferenciado de la bellaza como normas de salud o de aceptación social.

Cuando nos referíamos a estas llamadas conductas Metrosexuales o a sus máximos exponentes (metrosexuados), los definimos por desconocimiento sobre estos temas, como hombres afeminados, con actitudes sociales propias de las mujeres, o lo más común, que tenían una diferente orientación sexual a la heterosexualidad; la homosexualidad. “Ser metrosexual no implica una orientación sexual específica, sino una conducta estética propiciada por las mujeres y reproducida por hombres”. Homosexuales, heterosexuales y bisexuales comparten esta afición hedonista de la imagen.

Fue el periodista inglés Mark Simpson, en 1994, quien la definió, como la actitud de aquel hombre joven, habitante de una metrópoli, que gusta de una vida sofisticada, cuida su cuerpo, no tiene prejuicio para hacerse la manicura, y viste ropa de diseñador. Según Simpson, el metrosexual está enamorado de sí mismo y se obsesiona por estar siempre a la moda.

Esto no solo ha sido un fenómeno de nuestro siglo. Históricamente muchos hombres se preocupaban conscientemente por su apariencia, aunque casi siempre este comportamiento se vinculaba con su estatus de clase, ya que se implicaba como figura pública en la sociedad de la época. La revista electrónica (lahaine.org), en un artículo titulado “Cuba no escapa de la llamada Metrosexualidad” señalaba que los productos y servicios puestos por el mercado en función de la belleza se venden más después que los medios han legitimado el surgimiento de un “nuevo hombre” —que no es un “hombre nuevo” - al que no le importa violar los límites acuñados por la cultura falocéntrica.

En nuestro país, la metrosexualidad ha sido un fenómeno que no se ha mantenido exento de nuestros jóvenes que se reúnen en los espacios de conciertos de música Rock, Trance o House, en la Ciudad de La Habana (Cuba), como “El Salón Rozado de La Tropical”, o como popularmente se le conoce “La Tropical” -ubicado en el Municipio Playa en la avenida 41 - el mismo que popularizaría con sus singulares conciertos el reconocido cantante cubano Beny More.

Es en estos espacios, de la tropical donde salen a relucir, modas, estereotipos y conductas. Donde la observación participante podría ser el mejor de los métodos para entender lo que conceptual y teórico podría parecer.

Jóvenes con un promedio de edad de 14 a 28 años, atléticos, de brazos y piernas depiladas, cejas arregladas, uñas con esmaltes y cutis maquillado y tratados con crema. Donde mujeres y hombres en ocasiones cuesta diferenciarlos, ya que llevan cortes de pelos y ropas muy similares o Unisex. Una conducta estética donde el uso de estos atributos, costumbres y hábitos, hasta ahora eran reservados a las mujeres. Pero una cosa es lo que se parece y otra es la que se es.

Sabemos que para este clima exageradamente tropical, donde estas llamadas impropias costumbres del hombre, podrían ser muy higiénicas y muy cómodas. Aunque si bien el fenómeno global de la metrosexualidad, que nos sugiere la moda, es el hombre como diría el profesor González Pagés “femenino, pero no afeminado”, incluso este hombre que visualmente pudiera parecernos afeminado, bien podría ser, y es el caso,

de una masculinidad hegemónica o un machismo disfrazado. La estética ha transgredido la imagen pero no aún las trascendentales costumbres machistas.

Pero ahora nos podemos percatar que la moda y los estereotipos se han encargado de redefinir lo que socialmente se había conceptualizado.

Y he aquí lo polémico y lo contradictorio que nos pudiera parecer, estos conceptos. La masculinidad, al ser una construcción sociocultural, definía valores y actitudes como propias de los hombres, o sea que la metrosexualidad como bien decíamos anteriormente, no era una conducta digna de todo hombre que socialmente se definiese así mismo como Masculino.

Ahora, cambios estéticos que nos propone la moda, donde en sus revistas y publicidades, incluso en series televisivas extranjeras, pudieran ser estas inyecciones directas al subconsciente. Ya que cada vez nos queremos parecer al mundo y no a nuestros padres.

Aunque si bien la moda, a logrado todo aquello que la sociedad desechó en un momento determinado y que ahora se cuestiona desde una óptica de asimilación, que solo queda en el discurso de las instituciones representativas de poder social, dominadas por las retóricas y ancestrales costumbres patriarcales.

El antropólogo australiano Robert W. Connell, gran estudioso de estos temas, distingue cuatro tipos de masculinidades: hegemónica, subordinada, cómplice y marginalizada, paradigmas de comportamiento que se desarrollan históricamente y que nacen de las relaciones sociales de género.

De las mencionadas por Connell, la forma hegemonal de la masculinidad, es la más representada por los hombres, y estos jóvenes no escapan de su clasificación, ya que la masculinidad hegemónica legitima el patriarcado y asegura la dominación de los hombres y la subordinación de la mujer.

Se puede usted dar cuenta sin ser objeto de estudio, que estos “nuevos hombres”, parecen lo que no son. Ropas, maquillajes, hedonistas y estilizados, toda una representación preformativa del liberalismo masculino, en cuanto a la enorme cruz que llevábamos, que estéticamente se nos había impuestos.

Hoy Cuba a pesar de su legado histórico de hombres rudos y héroes victoriosos, de bloqueo económico impuesto por los Estados Unidos, por la ortodoxa formación Occidental de la desaparecida URSS o crisis de Periodos Especiales, no ha pasado desapercibida de estos cambios en su sociedad que requiere como es debido de una economía individual estable para poder sustentar la compra de los costosos productos para el cuidado. Esto lo podríamos denominar como “cambios que producen cambios”.

Publicado por [julio cesar gonzalez pages](#) en 06:12

[0 comentarios](#) 

Etiquetas: [julio cesar gonzalez pages](#), [masculinidades](#), [red iberoamericana de masculinidades](#), [relaciones de genero](#)