

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título:

Autor:

Precio: \$330.00

Editorial:

Año: 1994

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788449300844

¿Qué significa "ser un hombre" en las distintas culturas de todo el mundo ? ¿Por qué se oye siempre la exhortación "¡Tienes que ser un hombre !" en prácticamente todas las sociedades? En este primer estudio intercultural de la masculinidad, Gilmore investiga las razones de todo ello a la luz de conceptos aportados por la antropología, la psicología neofreudiana y los más recientes estudios feministas, comparando esos ideales en culturas tan diversas como la japonesa, la india, la china, la de los países mediterráneos, la de los aborígenes de América del Sur, la de África oriental, la de Grecia antigua y la de Estados Unidos de hoy. Su conclusión es que, en ciertas condiciones ambientales, los ideales de masculinidad aportan una contribución indispensable tanto a la continuidad de los sistemas sociales como a la integración psicológica del varón en su comunidad. Pero también que, en definitiva, los beneficiarios de toda esta situación suelen ser más a menudo las sociedades en general que los individuos específicos.