


REVISTA DE LIBROS

Comentario bibliográfico

Preciado, Beatriz: *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en “Playboy” durante la guerra fría*, Barcelona, Anagrama, 2010.

Agustina Veronelli

UBA

agustinaveronelli@gmail.com

 En qué medida el estudio de la arquitectura nos sirve para comprender la producción de subjetividad en los Estados Unidos de la segunda posguerra? ¿Por qué no pensar a los espacios *posdomésticos* de esta época como dispositivos de vigilancia y control sobre los géneros, y como ámbitos para concebir una nueva masculinidad?

Todos estos interrogantes se abordan en el libro que aquí comentamos. Autora polémica cuyas obras fueron traducidas a varios idiomas, feminista y activista queer, intelectual posmoderna, Beatriz Preciado es doctora en Teoría de la Arquitectura por la Universidad de Princeton y Profesora de Teoría del Género e Historia Política del Cuerpo en la Universidad de París VIII. Se destacó por su colaboración en los inicios de la teoría queer en Francia con su ópera prima, *Manifiesto contra-sexual*.¹ Esa obra fue tomada como referente de esos estudios y de los de género, a los que contribuyó a construir, pensar y renovar como ya lo hicieron algunas de las autoras que retoma en sus escritos como Judith Butler, Donna Haraway o Teresa de Lauretis.

¹ *Manifiesto contra-sexual*, Madrid, Ópera Prima, 2002.

El trabajo de Preciado se ve también ampliamente influenciado por nuevas lecturas de teóricos posestructuralistas como Foucault, Deleuze, Guattari y Derrida. Este libro es parte de su tesis doctoral, y proviene de una inquietud que la autora descubre casi por accidente en una noche de insomnio. Quizás eso nos demuestre cómo los mismos procesos de investigación abren caminos de reflexión no proyectados inicialmente, pero igualmente ricos en calidad y profundidad. Tal fue su interés en *Playboy*, que es definida como “un laboratorio crítico para explorar la emergencia de un nuevo discurso sobre el género, la sexualidad, la pornografía, la domesticidad y el espacio público durante la guerra fría” (p.11).

La obra resultó finalista en el XXXVIII Premio Anagrama de Ensayos. Es una propuesta novedosa que de forma llevadera en diez capítulos, logra introducirnos en la historia de *Playboy* y en el modelo de masculinidad que promovía. Un desafío a la heterosexualidad y a la monogamia encarnado en una revista, una mega empresa y en la vida misma de Hugh Hefner, su creador. Si bien su trabajo se centra en el estudio de este sello, en sus orígenes, sus objetivos y propuestas en el marco de la sociedad norteamericana de la Guerra Fría; la autora lo entiende más como una producción de crítica cultural, centrado en el análisis del discurso y en una nueva lógica de concebir los espacios, y no como una obra historiográfica. Se destacan las formulaciones conceptuales, casi sin profundizar en la recepción de este discurso, lo que no opaca el análisis teórico y semiótico, rico en fuentes como artículos y reportajes, y en referencias bibliográficas. Cabe mencionar también la inclusión de un corpus de veinte imágenes al que se refiere y analiza en varias partes de la obra.

De acuerdo a Preciado podríamos enmarcar a *Playboy* en una era de lo *post* (lo postfordista, postindustrial, postdoméstico) en un capitalismo que ella llama “farmacopornográfico”, que surge hacia mediados de la década de 1940 y se consolida en el mundo occidental tras la crisis de 1973. Este término es acuñado por la autora en su anterior libro *Testo Yonqui* (2008)² e indica “un nuevo régimen de control del cuerpo y de producción de la subjetividad que emerge tras la Segunda Guerra Mundial con la aparición de nuevos materiales sintéticos para el consumo y la reconstrucción corporal” (p.118). Es una época enmarcada en una economía de súperconsumo, en

2 Preciado, Beatriz: *Testo Yonqui*, Madrid, Espasa Calpe, 2008, pp. 25-46.

la que según George Yúdice,³ el orgasmo se ha transformado en un *recurso*, en materia prima de un mercado trasnacional y de una industria magnánima. Allí se destinan grandes inversiones tanto a la carrera armamentística como a la investigación científica sobre el sexo y la sexualidad, se comercializan hormonas a gran escala, así como también psicodrogas, y estalla la producción fílmica del porno. En este libro, la autora dedica un amplio espacio a describir el proceso de autoadministración de testosterona al que se sometió, como intento de desafiar la normatividad del género.

En aquel contexto, hacia 1953, se publicó el primer número de la revista en la ciudad de Chicago, que contenía una provocativa, y hoy famosa, foto desplegable de Marilyn Monroe. *Playboy* constituía un proyecto disruptivo, contrario a la reafirmación de la monogamia y la familia nuclear que habitaba las casas de los suburbios equipadas hasta con refugios antinucleares. Con la labor del senador McCarthy se dio lugar a un recrudescimiento de los “modelos performativos de género”, una remarcación de la “perfecta ama de casa” y el “padre trabajador”. Tal era el control que, según Hefner, llegó a ser necesaria una “bocanada de aire fresco” para el soltero americano. Eso fue el ático del soltero del que da cuenta Preciado, un hogar *posdoméstico*, un espacio propio para el hombre, donde podía alejarse de aquellas estrictas pautas y “volver al hogar”, contradiciendo así la norma victoriana de división de esferas público/privadas y su respectiva asociación con la díada masculino/femenino. Sin embargo el espacio doméstico en el que se practicaría la nueva forma de “masculinismo”, era un hábitat muy diferente al de las familias americanas. Allí se encerraba el “joven conejo”, leía su revista y tenía encuentros sexuales con chicas de quienes se aseguraba ahuyentar el deseo de familia y procreación. Él “cazaba” a su presa ayudado por un combo de dispositivos tecnológicos “garantes de la mecanización del flirteo” como el bar y la cama giratoria, las cortinas translúcidas, la cocina ultratecnificada y cubierta tras una mampara de fibra de vidrio.

El logro de *Playboy* fue entonces conducir a los hombres a un espacio exclusivo para ellos: la oficina, el ático, el coche, los clubes, mansión y hoteles de la firma, donde no se buscaba reproducir la unidad familiar, sino generar pleno placer. Muchas alusiones a las fotografías

3 Yúdice, George: *El recurso de la cultura*, Barcelona, Gedisa, 2002, pp. 23-56.

reiteran la relevancia de la imagen de Hefner trabajando en pijamas, representando a “un hombre de interior”, exhibiendo públicamente su intimidad.

Lo atractivo de la revista era que además de mostrar fotos de provocativas mujeres, publicaba reportajes y notas de conocidos diseñadores y arquitectos. Y así como la masculinidad fue redefinida, lo mismo le sucedió a la sexualidad femenina: la revista admitía que a las chicas también podía gustarles el sexo. Las madres, esposas y amas de casa serían excluidas de ese nuevo ámbito posdoméstico. La compañera ideal era “la chica de al lado”, la vecina provocativa, joven, sin ansias de casarse y formar una familia.

Pero además Preciado profundiza en el análisis de los espacios. Por eso es que elabora el concepto de *pornotopía*, que indica un uso particular del espacio, un tipo de *heterotopía* (que remite según Foucault a “un espacio otro”, un lugar donde se unen y superponen espacios y conceptos “incompatibles” ajenos a las normas morales) dedicado solamente a la sexualidad, practicada en tiempos del capitalismo farmacopornográfico. Cuando la autora analiza lo porno, lo entiende como un espacio en el que se jugaban modelos y pedagogías de sexualidad. La pornotopía *Playboy* incorporó un conjunto de tecnologías como las habidas en los distintos ámbitos del Archipiélago de la firma (clubes, hoteles y mansiones). Allí el ocio se encontraba marcado, casi coreografiado, por momentos vigilado, por dispositivos técnicos como los sofás plegables, las camas giratorias, las cámaras. Esos ámbitos también eran “productos espaciales” que escapaban a las normativas legales o morales. Serían, tomando la denominación de Agamben, lugares de excepción, en los que los propios espacios tenían capacidad performativa y transformadora. Allí los hombres “devenían” en *playboys*, en consumidores de la pornotopía sexual y de los productos de la firma.

Situada en tiempos de posfordismo, placer y trabajo fueron tenidas como esferas no escindidas. De esta forma Hefner, que siempre se mostraba trabajando en sus pijamas de etiqueta, había hecho construir en sus oficinas de Chicago un departamento en el que vivía, y luego trasladó su espacio laboral a su propia casa. Incluso la cama con sus conexiones multimedia era tanto un lugar para el descanso como para las obligaciones, al estar articulada con cámaras que permitían grabar y difundir lo que ocurría en ella; lo que lleva a la autora a afirmar que ésta “había dejado de ser sinónimo de sueño para convertirse en una perpetua vigilancia mediática” (p. 153).

El trabajo de Preciado es interesante, de forma amena y llevadera nos propone pensar en la masculinidad como algo que se construye, y no de una única forma. Al mismo tiempo da cuenta de la producción de una subjetividad heterosexual, analizando una firma que fue clave para la sociedad norteamericana desde la década de 1950.

Se trata de una contribución original a los estudios de la Guerra Fría, etapa que este trabajo entiende no tanto como la del enfrentamiento entre Oriente y Occidente. Aquí más bien este proceso, incluso concebido como una época de paz, sirve de escenario en el que emerge esa industria farmacológica y pornográfica que buscará instalarse y arraigarse en los Estados Unidos de la segunda posguerra. Y desde allí mira a *Playboy*, haciendo foco en una crítica cultural, que parte desde una posición política, teórica y filosófica que merece ser tenida en cuenta para los análisis históricos.