

Instructions for authors, subscriptions and further details:

<http://mcs.hipatiapress.com>

‘The Revival of the Beard from the Artistic and Visual Practices

Alfonso del Río Almagro¹, Mariano Pastrana de la Flor²

- 1) Universidad de Granada
- 2) Universidad de Cadiz

Date of publication: June 21st, 2022

Edition period: June 2022 - October 2022

To cite this article: del Río Almagro, A., & Pastrana de la Flor, M. (2022). The Revival of the Beard from the Artistic and Visual Practices. *Masculinities and Social Change*, 11(2), 185-210. <https://doi.org/10.17583/MCS.2022.9329>

To link this article: <https://doi.org/10.17583/MCS.2022.9329>

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE

The terms and conditions of use are related to the Open Journal System and to [Creative Commons Attribution License \(CC-BY\)](#).

The Revival of the Beard from the Artistic and Visual Practices

Alfonso del Río Almagro
Universidad de Granada

Mariano Pastrana de la Flor
Universidad de Cádiz

Abstract

The main aim of this research is to develop a critical analysis on the beard boom in the last 10th western society, based on the study of various artistic and visual practices established on this corporal attribute. From an analytical and comparative methodological perspective, we have contrasted a selection of artistic proposals starting from the contributions of masculinity studies, and various publications that have recently addressed this issue, delving into the construction process and the codes of representation of the hegemonic masculinity in our culture. The results from this confrontation have allowed us to verify the capacities of artistic and visual practices to address the presence of facial hair as one of the favorite anatomical marks in the western and patriarchal social imaginary to embody, represent, consolidate and differentiate the privileged model of traditional masculinity. And, on the other, understand its resurgence as a symptom of the strengthening of emerging conservative masculinities in our days

Keywords: Artistic and visual practices, beard, hegemonic masculinity, male body.



El Resurgimiento de la Barba desde las Prácticas Artísticas y Visuales

Alfonso del Río Almagro
Universidad de Granada

Mariano Pastrana de la Flor
Universidad de Cádiz

Resumen

Este texto tiene como objetivo desarrollar un análisis crítico sobre el auge de la barba en la última década en la sociedad occidental, a partir del estudio de diversas prácticas artísticas y visuales realizadas en torno a este atributo corporal. Desde una perspectiva metodológica analítica y comparativa, hemos contrastado una selección de propuestas artísticas con las aportaciones provenientes de los Estudios de la masculinidad y de las diversas publicaciones que han abordado esta temática recientemente, profundizando en el proceso de construcción y en los códigos de representación de la masculinidad hegemónica en nuestra cultura. Los resultados alcanzados de esta confrontación nos han permitido, por un lado, comprobar las capacidades de las prácticas artísticas y visuales para abordar la presencia del vello facial como una de las marcas anatómicas predilectas en el imaginario social occidental y patriarcal para encarnar, representar, afianzar y diferenciar el modelo privilegiado de la masculinidad tradicional. Y, por otro, comprender su resurgimiento como un síntoma del fortalecimiento de las masculinidades conservadoras emergentes en nuestros días

Palabras clave: Prácticas artísticas y visuales, barba, masculinidad hegemónica, cuerpo masculino



En la última década, la barba se ha convertido en un tema de interés de numerosos los proyectos expositivos y propuestas artísticas y visuales, haciéndose eco del auge que el vello facial ha estado viviendo en los últimos años en la sociedad occidental, donde su presencia se ha instaurado con fuerza en la estética masculina (Espelleta y Boldú, 2015; Luque, 2015). Muestra de ello son las exposiciones: *Beards - Between Nature and Razor* (<https://bit.ly/3lGZoR8>, 2015) en el Museo Neues de Berlín (Alemania), en la que se examinaba la presencia de la barba en la historia del arte occidental y sus diversas manifestaciones en nuestra sociedad; o, *To shave or not to shave* (<https://bit.ly/3AFPrY8>, 2015) en la Alianza Francesa de Málaga (España), en la que se analizaba la representación del vello facial a través de diversas propuestas artísticas actuales.

Aunque estos ejemplos no son más que un mínimo indicativo del interés que este atributo corporal ha generado en la creación y la reflexión artística, el discurso artístico no ha sido el único ámbito desde donde se ha abordado su estudio en los últimos años. Entre los diversos trabajos desarrollados desde el ámbito de la antropología, la sociología, la historiografía, etc., podemos destacar: *The Bearded Gentleman: The Style Guide to Shaving Face* (2010) de Allan Peterkin y Nick Burns; *Beard Fetish in Early Modern England: Sex, Gender, and Registers of Value* (2013) elaborado por Mark Albert Johnston; *The Philosophy of Beards* (2014) de Thomas S. Gowing; *Moustaches, whiskers & beards* (2014) escrito por Lucinda Hawksley; *Of Beards and Men: The Revealing History of Facial Hair* (2015) de Christopher Oldstone-Moore; *No sin mi barba* (2015) de Carles Suñé y Alfonso Casas; la reedición de *Barbologia. Ragionamento intorno alla barba* (2017) escrito por Giuseppe V. Vannetti, *New Perspectives on the History of Facial Hair: Framing the Face* (2018) bajo la edición de Jennifer Evans y Alun Withey; *La guía práctica de la barba* (2018) de Jean Artignan; etc.

Pero, si nos detenemos a analizar estas publicaciones podremos detectar que todas ellas parten desde una misma premisa: la vinculación de la barba con la masculinidad hegemónica occidental, estableciendo ésta como un

símbolo de la hombría y una marca somática inseparable de la virilidad (Buitrago-Acuña, Vera-Rodríguez, Henríquez-Jiménez y Gutiérrez-Ortega, 2021). Un enfoque que se ha dado por sentado sin tener en cuenta numerosas consideraciones que ya se habían planteado anteriormente y que rebatían esta relación indisociable entre el vello facial y la masculinidad occidental.

Por un lado, como argumentara el historiador Christopher Oldstone-Moore, el rostro bien afeitado había sido el estilo masculino predeterminado en toda la historia de Occidente (en Vannetti, 2017, p. 15). Recortar y afeitar el vello facial era sinónimo de hombre civilizado y refinado frente a la imagen que se tenía de los extranjeros y de los salvajes, estableciéndose así una relación entre barba y barbarie (Peterkin, 2001, p. 20). Por otra parte, desde los Estudios de la masculinidad se evidenció que el modelo dominante de la masculinidad hegemónica no es una realidad estable ni atemporal (Badinter, 1993; Connell, 1996), sino una construcción cultural cuyos mecanismos de reproducción y códigos de representación que lo sustentan están constantemente adaptándose y conformándose (Cortés, 2002, p. 13) bajo diversos modelos y atributos somáticos que van cambiando. Y, por último, los cuestionamientos producidos por las teorías feministas y *Queer* (Butler, 2007; Preciado, 2002; etc.), permitieron comprender que la diferencia de sexo-género no es meramente un hecho anatómico, sino también un producto histórico y social. Estos planteamientos señalaron la importancia del aprendizaje corporal de la masculinidad y el carácter performativo del género, llegando a disociar lo masculino del cuerpo del varón. Unas disgregaciones que no sólo cuestionaban las nociones de sexo-género como algo estable y natural, sino que, como consecuencia, suscitaban la duda sobre si la barba es una cuestión solo de algunos hombres. Discusión sobre la que han profundizado, por un lado, la historiadora Pilar Pedraza en *Venus barbuda y el eslabón perdido* (2009) y la profesora María José Galé en *Mujeres barbudas. Cuerpos singulares* (2016), al indagar en la mirada abyecta que nuestra cultura ha proyectado sobre las mujeres con vello facial. Y, por otro, una realidad de la que han dado testimonio diversas propuestas artísticas como, por ejemplo: las series fotográficas: *Softgrounds* (<https://bit.ly/3mPAxtv>, 2018) del artista francés Arsène Marquis, *American*

boys project (<https://bit.ly/3AA5QgQ>,2018) de la australiana Soraya Zaman's o *Transpose* (<https://bit.ly/3lCGnza>, 2015) del canadiense Jean-Françoise Bouchard, a través de la documentación de corporeidades inter y trans.

Atendiendo a estos planteamientos, el objetivo principal de este texto es desarrollar un análisis crítico del resurgimiento de la barba en la sociedad occidental en la última década. Un estudio donde abordaremos y profundizaremos en esta vinculación entre el vello facial y el modelo de masculinidad normativo a partir de las prácticas artísticas y visuales que se han adentrado en esta temática. Para ello, desde una perspectiva metodológica analítica, crítica y comparativa, contrastaremos las aportaciones provenientes de los Estudios de la masculinidad (Badinter, 1993; Carabí y Armengol, 2008; Coles, 2009; etc.) y de las diversas publicaciones que han profundizado esta temática recientemente (Artignan, 2018; Espelleta y Boldú, 2015; Dowd, 2019; Oldmeadow y Dixson, 2016; etc.) con una selección de propuestas artísticas y visuales que han trabajado con este atributo corporal en los últimos años.

La selección de muestras de este estudio recoge desde proyectos fotográficos y pictóricos, ilustraciones, registros audiovisuales de performances, hasta películas, campañas publicitarias, imágenes extraídas de revistas y redes sociales, etc., provenientes del estudio de campo de la producción de numerosos artistas y creativos, proyectos expositivos y certámenes audiovisuales. Todas ellas realizadas en la segunda década del siglo XXI, periodo en que se produce el auge de la barba en nuestra sociedad y el máximo apogeo de trabajos en torno a este atributo, hasta la llegada de la Covid19, momento en el que las barbas han quedado ocultas bajo las mascarillas o han sido señaladas como posibles fuentes de transmisión alentando a su afeitado (de la Paz, 2020).

Todo ello nos va a permitir adentrarnos, por un lado, en el proceso de construcción del ideal somático dominante de la masculinidad en nuestra sociedad actual y en sus códigos de representación (Aguar, 2015; Coles, 2009; Fanjul, 2008; etc.), señalando tanto la importancia de la imagen corporal en la definición de la masculinidad (Cortés, 2002), como el papel

jugado por las tecnologías de la información y la comunicación como dispositivos de difusión y afianzamiento del ideal normativo (Enguix y Ardévol, 2010; Fanjul, 2008; Remondino, 2012; etc.). Y, por otro, abordar la presencia del vello facial como una de las marcas anatómicas predilectas en el imaginario social occidental y patriarcal para definir, diferenciar y afianzar el modelo dominante de masculinidad (Buitrago-Acuña, Vera-Rodríguez, Henríquez-Jiménez y Gutiérrez-Ortega, 2021; Enguix, 2012, Dixson y Vasey, 2012; Hawksley, 2014; Luque, 2015; Oldstone-Moore, 2015; etc.). Y, finalmente, reflexionar sobre las posibles causas de este resurgimiento (Lorente, 2009; Ranea 2021, etc.) y plantear las conclusiones pertinentes.

La Construcción Corporal de la Masculinidad Hegemónica

Desde los Estudios de la masculinidad se evidenció que el modelo hegemónico de la masculinidad es una construcción histórica y social (Cortés, 2002, p. 151) que adquiere significado en lo cultural (Carabí y Armengol, 2008, p. 165). A pesar de ello, éste ha pretendido imponerse como un dato atemporal y universal (Badinter, 1993, p. 26), intentado naturalizar los privilegios de los hombres que lo ostentan, así como su dominación sobre el resto de la sociedad (Coles, 2009). El ideal de la masculinidad tradicional responde a una visión identitaria de tinte esencialista (Téllez y Verdú, 2011, p. 86), fundamentada en el determinismo biológico y en la diferencia genital, que se establece como epítome de lo masculino. Lo que permite diferenciar, perfectamente, entre hombres y mujeres.

Esta diferenciación, es una de las características más determinantes de la masculinidad hegemónica occidental: su definición por oposición a cualquier sospecha de feminidad y por negación a ser considerados homosexuales o niños (Carabí y Armengol, 2008; Connell, 1996). Unos requisitos que necesitan ser demostrados constantemente para “convencerse y convencer a los demás de tres cosas: que no es una mujer, que no es un niño y que no es homosexual” (Badinter, 1993, p. 51). Es decir, la

masculinidad dominante necesita ser actuada y representada continuamente. De ahí la importancia de los “códigos discursivos y las convenciones mediante las que la masculinidad se vehicula corporalmente” (Enguix, 2012, p. 147), que determinan el ideal somático de cada momento y sociedad. Y es que “se es hombre a través de y por un cuerpo” (Aguilar, 2015, p. 274) que es construido y representado mediante unas determinadas marcas corporales distinguibles y diferenciadoras (Coles, 2009, p. 39). Unos atributos que el modelo de la masculinidad tradicional convertirá en características esenciales e indispensables en su demostración.

En los últimos tiempos, la imagen corporal ha ido alcanzando “mayor importancia como símbolo de la verdadera masculinidad” (Fanjul, 2008, p. 4). Poseer un cuerpo que resuma a la perfección los códigos representacionales de la masculinidad hegemónica no sólo es una prioridad, sino un distintivo del posicionamiento dentro de la sociedad actual (Coles, 2009, p. 38). En este sentido, hay que destacar el papel que, desde finales del siglo XX, están jugando las tecnologías de la información y la comunicación como plataformas de demostración, exhibición y difusión del modelo hegemónico (Enguix y Ardévol, 2010; Fanjul, 2008; Remondino, 2012; etc.). Y, en muchos momentos, como dispositivos de afianzamiento, perpetuación y naturalización de este ideal corporal masculino (Enguix, 2012, p. 154) que se nos impone como una idealización completamente erotizada y deseable. Una construcción elaborada y difundida por la cultura visual que las artistas españolas Cabello-Carceller resignificarán en el proyecto fotográfico *Archivo: Drag models* (<https://bit.ly/3FNHJ1W>, 2007-en proceso), en el que nos muestran la incorporación de estos modelos masculinos influenciados por la cinematografía a través de los cuerpos de mujeres.

En realidad, los valores masculinos se han enraizado en los cuerpos varoniles de formas diferentes y diversas a lo largo de la historia, tal y como han dejado constancia diversas exposiciones, como: *(En) clave Masculino* (<https://bit.ly/3aCqYZk>, 2016) en el Museo Nacional de Bellas Artes, Santiago (Chile); *Masculine / Masculine. The Nude Man in Art from 1800 to the Present Day* (<https://bit.ly/3DIAoz8>, 2012) en el Museo de Orsay, París

(Francia); *The masculine masquerade, Masculinity and representation* (<https://bit.ly/3j3j5R8>, 1995) del *List Visual Arts Center* de Cambridge (EE.UU.); etc. Pero, en las últimas décadas, la imagen dominante y privilegiada de la masculinidad se ha personificado, principalmente, a través de unos determinados códigos: por una parte, mediante las posturas corporales performativizadas (Butler, 2007; Preciado, 2002), en las que se encarna y representa la virilidad más ruda e impermeable. Una imposición del discurso corporal que es puesta en entredicho en la serie fotográfica *Men-Ups* (<https://bit.ly/2YNj8Jy>, 2011), del estadounidense Rion Sabeau, en la que diversos hombres son fotografiados con las mismas poses sensuales de las mujeres que aparecen en las imágenes de los calendarios. Una estrategia similar a la utilizada por el dúo australiano artístico *Bondi Hipster* (<https://bit.ly/30gY3YM>, 2014), en la serie fotográfica en la que uno de sus miembros, Dom Nader, posa imitando a la modelo Miranda Kerr's en el reportaje realizado para la edición británica de la revista para hombres *GQ*, intentando adaptar sus mismas posturas y ademanes ante la cámara. Por otro lado, el modelo hegemónico masculino se ha encarnado en nuestra sociedad a través del desarrollo y exaltación de la musculatura, asociándola con los ideales de fuerza, dominio y poder, al más puro estilo de los actores Arnold Schwarzenegger, Sylvester Stallone o Jean Claude Van Damme en los años ochenta. De este modo, la virilidad se convierte en una mera ostentación muscular (Aguilar, 2015, p. 276), tal y como podemos comprobar en en la propuesta escultórica y fotográfica *Emaskulate* (<https://bit.ly/3v9gU3z>, 2015 - 16), del español Gabriel Andreu, en la que nos muestra la vigorización en 3D a base de yeso, barniz y resina. Un argumento Heather Cassils, de origen canadiense, resignificará en la performance *Becoming An Image* (<https://bit.ly/3BFYBVT>, 2012), al exhibir su fortaleza muscular a través de su propio cuerpo transexual. Al mismo tiempo, la presencia del vello corporal y facial también se convertirá, en ciertos momentos, en un magnífico verificador somático de la masculinidad (Enguix, 2012), como podemos comprobar en la serie de dibujos *Hair Patterns* (<https://bit.ly/3ADNpaX>, 2013), del artista norteamericano Cupid Ojala, en

la que reduce la construcción y representación de la masculinidad a la presencia del vello.

En este sentido, uno de los muchos ejemplos que podríamos utilizar como síntesis de la importancia de la imagen corporal, de la presencia de estos códigos en la representación de la masculinidad tradicional y del papel que en todo ello están jugando las tecnologías de la información y la comunicación, es el del modelo español Francésc Gascó (<https://bit.ly/3lFkNKs>). A través de los numerosos registros visuales que ha ido publicando en las redes sociales hemos podido asistir a un proceso de transformación corporal encaminado a obtener la mejor versión de su masculinidad. Un dossier visual que nos permite comprobar cómo, desde las primeras imágenes publicadas en 2012 hasta las más actuales, su cuerpo ha ido incorporando una mayor y potente definición muscular, unas poses más estudiadas, enérgicas y viriles y, por supuesto, una espesa y densa barba que le ha valido el aplauso y admiración de seguidores, revistas y certámenes de belleza masculina.

El Resurgir de la Barba en el Siglo XXI

Tras el debate en torno a la crisis de legitimación de la masculinidad hegemónica a finales del pasado siglo, nada nos hacía presagiar que, con la entrada del siglo XXI, volviéramos a asistir al resurgimiento de uno de estos códigos corporales con tanto ímpetu. La reaparición del vello facial ha llegado a instaurarse como un elemento somático imprescindible en el imaginario social occidental (Enguix y Ardévol, 2009, p. 10; Fanjul, 2008, p. 11). Su presencia se ha generalizado “no sólo en las calles, sino también en las pasarelas, las revistas de moda y por supuesto en la publicidad” (Luque, 2015, p. 40), alcanzando su punto álgido en la segunda década del siglo XXI (Artignan, 2018, p. 21).

Un florecimiento que podemos comprobar en diversas campañas publicitarias, como: *El Club de la barba* de L’Oreal Men Expert (<https://binged.it/3BIsaX5>, 2015), diseñada para publicitar productos para el perfecto cuidado del vello facial o *The Man of Today*

(<https://binged.it/3j2TfwR>, 2014) de *Hugo Boss*. Una propuesta dirigida por Anthony Mandler y protagonizada por Gerard Butler, o por el actor Chris Hemsworth en 2017, en la que se publicita *Boss Bottled*, la fragancia que revela “una nueva masculinidad”. *No sos Boss sin tu barba* (<https://bit.ly/3p1nhVn>, 2016) es el eslogan y el título de la campaña diseñada por la agencia *Rapp Argentina* para la marca de productos para el cuidado del cabello *Remington*, haciendo un juego entre: no eres el jefe, ni eres tú mismo, si no tienes barba. “Barbas por todas partes” es la frase con la que comienza la campaña *El motivado* (<https://bit.ly/3AIHWjj>, 2018), de la agencia *Publips-Serviceplan* para *Amstel Radler*, en la que se anima al rasurado de éstas a aquellos que se atrevan a dar un paso adelante sobre los dictámenes establecidos y beban cerveza mezclada con zumo natural de limón.

En este sentido, sirva de ejemplo del esplendor que ha vivido el vello facial en nuestra cultura visual, el proyecto realizado por los responsables de *Superdrug* (<https://bit.ly/3FM8HqL>, 2016), una cadena británica de tiendas de cosmética y salud. El objetivo era demostrar la subjetividad de la belleza y relativizar la presión social en los hombres por tener un cuerpo perfecto. Los encargados de esta propuesta pidieron a diseñadores de diecinueve países, desde Croacia a Australia pasando por Colombia o España, que modificasen la misma fotografía de un modelo para que resultase más atractivo según el canon de belleza y los gustos mayoritarios del lugar donde vivían. Lo más significativo es que, a pesar de los cambios en las facciones de la cara, en el tipo de peinado, en el tono de piel o las modificaciones en la complexión corporal y definición muscular, en ninguna de las imágenes fue eliminada la barba, entendida como un atributo que potencia la belleza y el atractivo masculino.

Poco a poco, las barbas empezaron a ocupar multitud de portadas, convirtiéndose en un tema de interés tratado por numerosas revistas de gran tirada, en las que se abordaban parcelas de su historia, las últimas tendencias, etc. Este sería el caso de *Muy interesante* (<https://bit.ly/3v9dOMW>, 2018), revista española de divulgación y ciencia popular o las revistas estadounidenses para hombres *Men's Health*

(<https://bit.ly/2YXuyLc>, 2017) o *GQ* (<https://bit.ly/3aBhj6V>, 2017), entre otras. Entre los diversos protagonistas que aparecen en innumerables artículos y noticias en revistas, páginas web, blogs, etc., convertidos en poderosos referentes de la masculinidad exhibiendo el crecimiento de este atributo facial, podemos encontrar: multitud de deportistas de élite, desde futbolistas como David Beckham, Iker Casillas, Lionel A. Messi, Gerard Piqué, Arda Turan, etc., hasta los jugadores de baloncesto como Paul Gasol, James Harden, Kyle O'Quinn, etc.; numerosos modelos como Luke Ditella, Christopher Millington, Jymmy Niggles, Ricki Sam Hall, etc.; actores de prestigio internacional como Antonio Banderas, George Clooney, Chris John Millington, Chris Pine, Brad Pitt, Keanu Reeves, etc.; actores de la industria pornográfica, como Tim Kruger o Jessie Colter; cantantes como Juanes, Maluma, Ricky Martin, Justin Timberlake, etc., sin olvidar la mediática aparición en *Eurovisión* del cantante austriaco Thomas Neuwirth, transformado en Conchita Wurst (<https://bit.ly/30rXefZ>, 2014); además de políticos, presentadores de televisión, aristócratas y otras *celebrities* que en los últimos tiempos han lucido unas frondosas y cuidadas barbas.

En pocos años, el vello facial se convierte, además, en protagonista de diversidad de propuestas creativas. Entre otros ejemplos: el proyecto fotográfico *100 Beards / 100 Days* (<https://bit.ly/3lF24i5>, 2012) del escocés Jonathan Daniel Pryce. Un trabajo en el que documenta las barbas que va encontrando por la ciudad de Londres durante cien días y que, un año más tarde, continuaría con una segunda entrega de doscientas imágenes por otras ciudades europeas. Las ilustraciones de los dibujantes; Flanko (<https://bit.ly/3iZlkoC>), Salem Beirut i (<https://bit.ly/3p38KZd>) o Samuel de Sagas (<https://bit.ly/3BJagDk>), todos ellos ubicados en el contexto español, entre otros. Propuestas gráficas en las que la totalidad de los personajes masculinos que aparecen llevan barbas, demostrando que éstas han logrado convertirse en objeto de fascinación y deseo completamente fetichizado (Johnston, 2013) y dando muestra de la amplia *pogonofilia* social que vivimos. Una atracción desmedida por las barbas masculinas convertidas, casi, en un fetiche sexual. Pareciera que este atributo corporal lo es todo para el hombre, tal y como observamos en la serie fotográfica *Fifty fifty selfie*

barber shop (<https://bit.ly/2YLGTC2>, 2014), del director de arte brasileño Adriano Alarcón. Una propuesta en la que se afeita la mitad de la barba para sustituir el vello por la acumulación de diversos objetos cotidianos, desde juguetes hasta comida o insectos. En muy poco tiempo, nos hemos ido familiarizando con infinidad de términos especializados, estilos y tendencias, consejos y secretos para el cuidado o técnicas y experimentaciones en torno a la barba, como las decoloraciones del estadounidense Tyler Dean King (<https://nyti.ms/3jl54yH>, 2015) o las manipulaciones escultóricas del vello facial de Angela e Isaiah Webb en *Incredibeard* (<https://bit.ly/3iWcBUj>, 2014).

A su vez, hemos asistido al resurgir de las barberías con cierta estética de antaño y regusto por el pasado (Espellea y Boldú, 2015; Suñé y Casas, 2015), como nos muestra el norteamericano Franck Bohbot en la serie *Cut* (<https://bit.ly/3j3v80O>, 2014), donde documentaba la reaparición y pervivencia de este tipo de establecimientos en la ciudad de New York. Pero las nuevas *barbershops* no sólo son lugares donde arreglar la barba o adquirir infinidad de productos de higiene y para su cuidado (Artignan, 2018, p. 21). Más allá de renovarse en espacios híbridos entre librerías, cafeterías, salas de música, etc. y barberías, éstas se han perpetuado como los lugares de encuentro, ocio y socialización exclusivamente masculina, actuando de este modo como dispositivos arquitectónicos de segregación y afianzamiento de las diferencias de sexo-género.

El Vello Facial como Marca Somática Definitoria de la Masculinidad

La barba se nos presenta, por un lado, como un detonante de la importancia de lo somático en la construcción de la masculinidad tradicional (Oldstone-Moore en Evans y Withey, 2018, pp. 15-32) y, por otro, como un mecanismo de definición, verificación y confirmación de la misma (Buitrago-Acuña, Vera-Rodríguez, Henríquez-Jiménez y Gutiérrez-Ortega, 2021, pp.46-48; Dowd, 2019, p. 38), que nos permite distinguir características corporales asociadas a la masculinidad hegemónica y localizarla visualmente a través de sus códigos de representación. La

auténtica hombría, como sugiere el subtítulo y la descripción de la revista española para los hombres *Soy Barbudo* (<https://bit.ly/3mVm5A7>). Pues, en cuanto que es descrito como “rasgo sexual secundario dimórfico” (Oldmeadow y Dixon, 2016, p. 891), dentro del binarismo de sexo-género, éste viene a reafirmar las posturas más esencialistas de la masculinidad hegemónica, hundiendo sus raíces en una concepción naturalizada de la condición masculina. Algo sobre lo que parece reflexionar la serie de dibujos *Wildman* (<https://bit.ly/2YXpDtL>, 2016), del canadiense Zachari Logan, o la ilustración *Wild Gardens* (<https://bit.ly/3mT4Qzx>, 2011), del español Jacobo La bella, donde el vello y la flora se fusionan. Una conexión que afianza la fundamentación de la masculinidad en el dato biológico (Téllez y Verdú, 2011), como podemos comprobar en la serie fotográfica *Fallos* (<https://bit.ly/3DCtV8L>, 2016), del artista francés Marc Martin. En ella, la genitalidad aludida en el título de la obra es asumida por la contundencia del vello facial del modelo y artista Arthur Gillet.

Aunque la valoración social del vello facial ha variado a lo largo de la historia dependiendo de los contextos culturales y en respuesta a los cambiantes ideales de la masculinidad (Johnston, 2013; Peterkin y Burns, 2010), algunos de los significados que refuerzan su asociación con la masculinidad más tradicional se han mantenido, demostrando su perdurabilidad en el tiempo. De hecho, son numerosos los estudios recientes que apuntan a cómo el vello facial realza las percepciones de masculinidad y refuerzan su relación con la virilidad, autoridad, superioridad, madurez, sabiduría, dominación, agresividad, protección, poder, etc. (Artignan, 2018; Dixon y Vasey, 2012; Oldmeadow y Dixon, 2016; Rivera-Ayala, 2010). Unas profundas asociaciones que los artistas ingleses Gilbert and George han recuperado en uno de sus últimos proyectos expositivos, titulado *The Beard Pictures* (2017), presentado en la Galería Lehmann Maupin de Nueva York (EE.UU.). Un trabajo donde construyen las imágenes de las barbas con atributos vinculados culturalmente a la masculinidad y símbolos de protección, dureza o socialización entre hombres, como son el alambre de espino utilizado en la obra *Greybeard* (<https://bit.ly/3IHpwLp>, 2016) o la espuma de cerveza en *Beard Beers* (<https://bit.ly/3vdsRoG>, 2016). Pero, por

otra parte, estas significaciones también han sido cuestionadas por otras propuestas artísticas, donde el vello facial se nos presenta definido como un atributo apacible, dócil y agradable, al decorarlo con coloridas flores, plumas y mariposas o dulces galletitas, caramelos y virutas de chocolate. Este es el caso de numerosas propuestas creativas, entre ellas: la ilustración *Beard III* (<https://rdbl.co/3vpcJRn>, 2016) del brasileño Viela Valentin, la serie fotográfica *The Gay Beards* (<https://abcn.ws/3aCyMdK>, 2014) de los estadounidenses Brian Delaurenti y Jonathan Dahl o *Will it Beard* (<https://bit.ly/3ABdiZf>, 2016) del también estadounidense Pierce Thiot.

Estas conexiones también han sido evidenciadas y afianzadas, en numerosas ocasiones, por la cultura visual, en la que la industria cinematográfica ha jugado un papel fundamental (Carabí y Armengol, 2008, pp. 47-64). Muestra de ello serían las numerosas películas de estos últimos años, donde los protagonistas principales exhiben unas espléndidas barbas: desde *Robin Hood* (<https://bit.ly/3BIuOMs>, 2010) dirigida por Ridley Scott e interpretada por Russell Crowe, *Argo* (<https://bit.ly/3p2OhnC>, 2012) dirigida y protagonizada por Ben Affleck, *Capitán América* (<https://bit.ly/30ssKuj>, 2016) de los directores Anthony Russo y Joe Russo, hasta la última secuela de *Thor: Ragnarok* (<https://bit.ly/3DLRmN3>, 2017) de Taika Waititi con Chris Hemsworth como actor principal o *Aquaman* (<https://bit.ly/3DFZ4YV>, 2018) de James Wan, con Jason Momoa como protagonista, entre otras muchas. En todas ellas, los protagonistas barbudos han encarnado los vigorosos papeles de fuertes, valientes y atractivos héroes protectores, vengadores, luchadores o seductores, como décadas atrás hicieran Gary Cooper, Gregory Peck o John Wayne, con sus rostros afeitados. De este modo, dejar crecer el vello facial parece satisfacerla exigencia de demostración continua de la hombría (Buitrago-Acuña, Vera-Rodríguez, Henríquez-Jiménez y Gutiérrez-Ortega, 2021; Oldmeadow y Dixon, 2016), como reflejaba el artista español Diego de los Reyes en la serie *Narcisos* (<https://bit.ly/3p3r050>, 2013), en la que resignifica pictóricamente las imágenes de los perfiles de diversas redes sociales en los que sus usuarios se exhiben ataviados de este atributo.

La barba se propone como un dispositivo que favorece la pertenencia al grupo de los varones (Suñé y Casas, 2015, p. 18). Un vínculo que vemos reflejado en la obra pictórica *Más adelante* (<https://bit.ly/3mQvGIF>, 2016) del español Manuel Antonio Domínguez, en la que se hace patente su presencia como estrategia para redefinir las relaciones y conexiones entre hombres. Pero, en realidad, no todas las barbas son iguales. Éstas también son utilizadas como elementos de rivalidad y competitividad entre semejantes, llegando, incluso, a pugnar por las mejores y más atrayentes barbas o bigotes. Este atributo corporal se ha convertido en objeto de desafío, pugna, jerarquización y diferenciación. Bien mediante los diversos ránquines elaborados por revistas, plataformas web, etc., bien a través de los diversos campeonatos nacionales y mundiales donde cientos de aficionados y amantes del vello facial se dan cita cada año para competir en sus distintas secciones. Un ejemplo sería *The World Beard and Moustache Championships* (<https://bit.ly/3FJOLop>) que el fotógrafo estadounidense Matthew Rainwaters documentó en el proyecto *Beard* (<https://bit.ly/3FLAaZJ>, 2011).

El Vello Facial como Dispositivo de Diferenciación

La barba no sólo es uno de los códigos de representación corporal masculina predilectos en la cultura patriarcal occidental en los últimos años. Su presencia se convierte, de este modo, en un dispositivo de distinción (Enguix, 2012, p. 156), en cuanto que asume la función de señalar y marcar la diferencia, la segregación y la negación de aquello que no es la masculinidad socialmente privilegiada (Badinter, 1993, p. 51). En primer lugar, ésta señala el paso a la edad adulta del varón, dejando de ser un niño (Enguix y Ardévol, 2010) y, por tanto, un imberbe o lampiño. Un signo de debilidad física y moral en nuestro contexto cultural (Peterkin, 2001, pp. 77-78) que, en numerosos casos, genera frustración por no tenerla y no poder así disfrutar de los simbólicos privilegios sociales que ello conlleva. Un hecho sobre el que reflexionaba Michael Peeling en el cortometraje *Beards* (<https://bit.ly/3DFzDH0>, 2010), presentado en el *Sheridan's Media Fundamentals Program* en Toronto, Canadá.

Pero, a su vez, la barba responde a una concepción de la masculinidad occidental, considerada como modelo universal por excelencia (Rivera-Ayala, 2010, p. 614). Su presencia se impone, también, como frontera para marcarla distancia y las discrepancias con otras culturas no occidentales (Evans y Withey, 2018, pp. 69-89), en las que el desarrollo de este atributo corporal en los rostros ni es tan común, ni su presencia alcanza la relevancia social que ha tenido en nuestra historia y contexto. De este modo, se genera una percepción de las masculinidades no occidentales como incompletas o mutiladas (Rivera-Ayala, 2010). Muestra de esta relación entre el vello facial y la cultura occidental, así como su vinculación con el poder, sería el proyecto *Historia del arte para pogonóforos* (<https://bit.ly/3ayXWtE>, 2015) del artista español Guillermo Martín Bermejo. Una propuesta de intervención en distintas imágenes de la iconografía histórica occidental, en la que despoja de sus barbas, y con ellas de su autoridad, potestad e identidad, a distintos personajes de la realeza y de la mitología.

Por otra parte, la presencia de esta marca corporal permite establecer una clara oposición a la feminidad (Luque, 2015, p. 36). O, mejor dicho, al ideal normativo femenino occidental que impone a las mujeres la obligación de rasurar y depilar asiduamente sus cuerpos, ayudando a acentuar la diferencia con los hombres y evitando, así, cualquier tipo de confusión. Unos dolorosos y obligatorios ejercicios cotidianos que el artista y modelo inglés Marcus Crandon experimentó en la performance *Socially Constructed Gender* (<https://bit.ly/3BGMVT3>, 2014), en la que eliminaba su barba, pelo a pelo, con unas pinzas de depilar mostrando el dolor, las heridas y el daño producidos. Mientras que la exhibición del vello facial en los cuerpos de los varones es sinónimo de virilidad, autoridad, sabiduría, poder, etc. (Artignan, 2018; Dixson y Vasey, 2012; Oldmeadow y Dixson, 2016), en el de ellas es interpretado, simplemente, como antinatural, antiestético, repulsivo, circense o motivo de burla y discriminación (Pedraza, 2009). “¿Serías capaz de besar a una mujer con barba?”. Ésta es la pregunta que origina, en tono jocoso, la campaña publicitaria: *Would you kiss you?* (<https://bit.ly/3BGnaIO>, 2013), de la agencia *Young and Rubicam* de Nueva Zelanda, para la marca *Schik* de maquinillas de afeitarse para hombres. En ella aparecen diferentes mujeres con

barba en el interior de un automóvil, sentada en una mesa de restaurante o reposando sobre la cama, a la espera de ese afectuoso momento que nunca parece llegar a causa de la presencia del vello facial.

Pero, la existencia del vello en el rostro no sólo es cuestión de hombres, como dan testimonio las investigaciones *Venus barbuda y el eslabón perdido* (2009) de Pilar Pedraza o *Mujeres barbudas. Cuerpos singulares* (2016) de María José Galé, o como documenta el fotógrafo inglés Brock Elbank en *#project60* (<https://bit.ly/3FG9ABj>, 2015). Un trabajo en el que fotografía las mejores barbas del mundo y entre las que aparecen las de la británica Harnaam Kaur o las de la *drag* sueca Stefan Boström. Ya sean éstas consecuencia del hirsutismo o de cualquier iniciativa de recodificación corporal, la presencia de la barba en los cuerpos femeninos supone una resistencia a las estrategias de normalización en la construcción de la masculinidad y, con ello, un cuestionamiento de la superioridad y el dominio masculino en la sociedad (Oldmeadow y Dixson, 2016). Una argumentación ante la que diversos colectivos y artistas feministas han tomado partido mostrando su vello facial, como es el caso de *Som barbarie* (<https://bit.ly/3FOq6iL>, 2020), o utilizando el postizo como estrategia de reivindicación frente a la subordinación o invisibilidad de las mujeres. Este fue el caso del movimiento feminista francés *La barbe* (<https://bbc.in/3mRRSIM>, 2012) o de la artista española Verónica Ruth Frías con la instalación artística *No* (<https://bit.ly/3aEHjwK>, 2016). En ambos casos subyacen varias ideas similares: por un parte, la firme creencia de que si no posees los atributos asignados a los hombres no conseguirás ser tenida en cuenta ni escuchada en nuestra sociedad, convirtiéndose la barba, de este modo, en un dispositivo de visibilidad y reconocimiento social. Y, por otra, en los dos trabajos se evidencia el carácter simulado, teatral y artificioso, tanto del pelo postizo a lo largo de la historia (Carr en Evans y Withey, 2018, pp. 189-211), como de la barba, en cuanto que artefacto preceptivo para representar la masculinidad.

Además, esta oposición a la feminidad que despliega y facilita la barba, curiosamente, también ha sido utilizada en los últimos años dentro del colectivo gay para diferenciar entre homosexuales afeminados y amanerados

y los de apariencia ruda, viril y heterosexual, como nos muestra el artista español Santi Ruíz en la propuesta visual *100% masculino* (<https://bit.ly/3vcsnkn>, 2014). Un proyecto en el que analizaba las imágenes publicadas por usuarios homosexuales en distintas aplicaciones de contactos. Y en las que, en un intento por exhibir su masculinidad, entendida y asociada a la heterosexualidad, las barbas cumplían un protagonismo destacado. Es tal el calado que este atributo corporal ha llegado a tener entre la comunidad homosexual occidental que basta con revisar los ganadores de distintos certámenes y concursos de belleza gay en los últimos años para comprobar su popularidad y su interpretación como un elemento atractivo y seductor: *Míster Gay Pride España* (<https://bit.ly/3aIXk4t>), *Míster Gay Word* (<https://bit.ly/2YKGTG7C>), etc.

En este sentido, debemos recordar que la utilización del vello facial dentro de la cultura homosexual ya se produjo con anterioridad en la comunidad *Bear*. Una estrategia de resignificación ante la imagen enfermiza que los medios de comunicación estaban ofreciendo en plena crisis del sida del varón homosexual (Enguix, 2012), como podemos comprobar en la propuesta española: *Osos, especie protegida*, dentro de la campaña *Osos contra el Sida* (<https://bit.ly/3DhgWTi>, 2008). Frente a la construcción mediática del hombre homosexual débil, indefenso, de apariencia andrógina y casi moribunda, este grupo reivindicaba y realizaba características somáticas alejadas de cualquier vinculación con el afeminamiento. Unos excesos de masculinidad que, si bien cuestionaban este ideal normativo y sus códigos de representación, también terminaban reforzando los roles tradicionales y exaltando la heterosexualidad como ideal normativo vinculado a la salud, belleza y perfección.

El Auge del Vello Facial como Síntoma de Fortalecimiento de la Masculinidad Hegemónica

Para algunos autores esta recuperación del vello facial en la última década podría atribuirse a diversas estrategias de mercado y al surgimiento de los fenómenos *híster* y *lumber* (Luque, 2015, p. 40). Otros señalan la

importancia y el eco que ha podido tener el movimiento internacional *Movember* (<https://bit.ly/3DFDtzF>), que propone dejarse bigote durante el mes de noviembre como imagen de sensibilización ante la lucha contra el cáncer de próstata. Unos planteamientos que el fotógrafo estadounidense Justin James Muir utilizaría en el proyecto *A book of Beards* (<https://bit.ly/3p2GciA>, 2012), relacionando la utilización de la barba con campañas de concienciación del cáncer de testículos. Para otros, el auge de las barbas no sólo coincide con la crisis financiera y social vivida en los países occidentalizados a partir de 2008, sino que esta situación habría contribuido a su resurgimiento e implantación (Janif et al., 2014). Incluso hay quienes apuntan a las influencias de los dictámenes estéticos del ejército a raíz de la guerra contra el terrorismo internacional, llevada a cabo por Estados Unidos y otros aliados (Saner, 2013). Un conflicto donde el vello facial se convirtió en un elemento clave para pasar desapercibido, camuflándose bajo la apariencia del ideal somático masculino de la sociedad musulmana, donde la barba es asumida y potenciada como una práctica cultural entre sus habitantes masculinos. Sirva de ejemplo a este respecto las transformaciones que sufren en sus rostros los soldados protagonistas de muchas de las películas de la amplia filmografía existente sobre esta temática, como: *Man Down* (<https://bit.ly/3vdjx4n>, 2015) dirigida por Dito Montiel, *A war* (<https://bit.ly/3AK6CYT>, 2015) de Tobias Lindholm, *El único superviviente* (<https://bit.ly/3j2tqNg>, 2013) de Peter Berg o *Guerras sucias* (<https://bit.ly/3veCOSK>, 2013) de Rick Rowley, entre otras.

Aunque son muchos los factores que se entrelazan en el resurgimiento de esta marca corporal, lo cierto es que ésta ha ido reapareciendo en determinados momentos a lo largo de la historia para afianzar el ideal somático asociado a la concepción más tradicional de la masculinidad (Enguix, 2012, p. 155; Evans y Withey 2018, pp. 15-32). En este sentido, el regreso del vello facial parece ir más allá de una tendencia de moda y viniera a satisfacer una serie de demandas del sistema patriarcal en la actualidad (Ranea, 2021). Pues, desde el punto de vista de su función como marca distintiva y de pertenencia o como dispositivo de segregación, diferenciación y jerarquización, entendemos que, tal y como argumenta el historiador Alun

Withey, el resurgir de barba se convierte en un síntoma de reafirmación y fortalecimiento de los códigos de representación más conservadores de la masculinidad hegemónica (Wells, 2015). Una reacción ante las interpelaciones realizadas desde distintos frentes, desde finales del siglo pasado, que son asumidas por las masculinidades conservadoras emergentes como hostigamientos y amenazas a su posición de privilegio y una pérdida de sus parcelas de poder y prestigio (Lorente, 2009, Ranea 2021). De este modo, la presencia del vello facial habría evolucionado como un diagnóstico de la situación en que se encuentra el modelo de la masculinidad hegemónica (Dixson y Vasey, 2012), imponiéndose con fuerza en tiempos de dificultad y crisis (Wells, 2015). Como ha sucedido en otros muchos momentos de la historia (Hawksley, 2014), cuanto más cuestionada siente su posición de autoridad, cuantos más logros en igualdad, derechos y visibilidad pública se han conseguido por parte de los colectivos de mujeres, LGBTIQ o de otras masculinidades periféricas y subordinadas, más largas y frondosas se han dejado crecer las barbas y mayor ha sido su valoración y aceptación social. Y, como estamos comprobando, estos atributos corporales “crecen como la espuma” en los últimos años, como viene a señalarnos el fotógrafo norteamericano Mindo Cikanavicius, en *Bubbleissimo* (<https://bit.ly/2YVCY5K>, 2016), al añadir este elemento jabonoso sobre la piel imberbe de los modelos.

Conclusiones

El llevar a cabo este estudio sobre la presencia de las barbas en la sociedad occidental actual, nos ha permitido comprobar varias cuestiones. En primer lugar, hemos podido constatar el resurgimiento que este atributo corporal ha ido experimentado a lo largo de estos primeros años del siglo XXI. Un acontecimiento del que se ha hecho eco la multitud de prácticas artísticas y visuales, desarrolladas principalmente en la segunda década, con las que hemos ido contrastando y confrontando este análisis.

En segundo lugar, este trabajo nos ha permitido demostrar que adentrarse en el estudio de las barbas significa profundizar en el proceso de

construcción del modelo dominante de la masculinidad tradicional. Éstas, aún no siendo sólo una propiedad exclusiva de los varones que se adecuan al modelo de la masculinidad hegemónica, siguen, por un lado, evidenciando la importancia que tiene el discurso corporal en la actuación y representación de este ideal normativo, cuya imagen y apariencia cada vez tiene más valor en nuestra sociedad. Y, por otro, continúan funcionando a modo de uniforme de virilidad, midiendo la hombría, masculinizando los cuerpos y configurando las identidades varoniles. La presencia del vello facial sigue estando vinculada y asociada a la masculinidad en nuestro imaginario cultural occidental, reapareciendo en ciertos momentos de cuestionamiento y crisis como una de las marcas somáticas predilectas de la masculinidad hegemónica que sustenta, aún en pleno siglo XXI, su definición, representación y demostración.

En tercer lugar, al ser considerado como un signo de la auténtica virilidad y de la hombría, la barba es utilizada también como un elemento de rivalidad y competitividad entre iguales y como una segunda piel que señala y jerarquiza las diferencias entre hombres de distintas culturas. Asimismo, el vello facial opera también como una prótesis de género utilizada por el sistema patriarcal como coartada para marcar las diferencias y perpetuar la segregación entre hombres y mujeres. De este modo se nos muestra como un atributo neutro, sin conflictos ni contradicciones y justificado como datos biológicos pertenecientes al orden establecido, a través de la naturalización de los códigos de representación y actuación de la masculinidad tradicional, aunque éstos estén completamente intervenidos. Pues lo biológico, como hemos argumentado, no sólo es variable, mutable y transformable, sino que es, ante todo, culturalmente definido, significado e interpretado.

En cuarto lugar, la barba no sólo es un signo de distinción y garantía de la masculinidad dominante utilizado para alejar la más mínima sospecha de feminidad, sino, también, una mascarada de heterosexualidad, que oculta cualquier atisbo de feminización en la homosexualidad. Un dispositivo de afianzamiento y verificación de la masculinidad normativa, heterosexual y occidental, que queda inscrito en relación a los valores de dominación, autoridad o superioridad, entre otros. De este modo, el vello facial se exhibe

como un trofeo que posibilita el acceso a un estatus privilegiado y elogiado en nuestra sociedad. Un tentador corsé normativo que se nos presenta un emblema atractivo completamente erotizado desde numerosas plataformas mediáticas, cuyo papel es fundamental en su difusión.

En quinto lugar, el discurso artístico no ha quedado al margen del papel jugado por estas tribunas de exhibición y ha contribuido, de igual modo, a su producción y afianzamiento. Las prácticas artísticas se han convertido, por un lado, en un ámbito privilegiado para comprobar y documentar el papel jugado por el vello facial en la construcción de las narrativas discursivas hegemónicas de la masculinidad. Y, por otro, en magníficas herramientas con capacidad de: intervenir sus mecanismos de representación, resignificar su vinculación con determinadas significaciones, visibilizar su presencia en otras corporeidades marginadas no sujetas al ideal somático masculino occidental y cuestionar los relatos hegemónicos que se desprenden de la representación de la masculinidad normativa como un suceso natural en el que las barbas vienen a funcionar como verdaderas musculaturas.

Y, por último, este estudio nos ha permitido comprender que la exhibición del vello facial sigue funcionando como instrumento que determina, detecta y revela la situación en que se encuentra el modelo de la masculinidad hegemónica en cada momento. Si adentrarse en el estudio de las barbas es profundizar en la construcción del modelo privilegiado de masculinidad, investigar su resurgimiento en nuestros días significa evidenciar el fortalecimiento de este ideal en la actualidad. El auge del vello facial en estos últimos años se nos presenta como un síntoma de la reafirmación de los valores que han sustentado el arquetipo de la masculinidad más tradicional que se resiste con contundencia a los cambios sociales y trata de recomponerse. Ante los cuestionamientos que la masculinidad hegemónica ha recibido desde distintos sectores y las amenazas de feminización de nuestra sociedad, los códigos de representación y actuación reaparecen fortalecidos bajo nuevas envolturas y semblantes en las masculinidades conservadoras emergentes en la sociedad occidental actual. Pues, no podemos obviar que la crisis de legitimación de la masculinidad hegemónica puede ser sólo un espejismo que nos tenga

entretenidos/as mientras oculta su reestructuración bajo seductoras marcas somáticas y sugerentes atributos corporales.

Referencias

- Aguar, J.C.G. (2015). ¡Ámame por ser bello! Masculinidad= cuerpo+ eros+ consumo. *Revista de Estudios de Género, La Ventana*, 1 (8), 269 - 283. <https://doi.org/10.32870/lv.v1i8.381>
- Artignan, J. (2018). *La guía práctica de la barba*. Editorial la esfera de los libros.
- Badinter, E. (1993). *XY La identidad masculina*. Alianza Editorial.
- Buitrago-Acuña, R., Vera-Rodríguez, J., Henríquez-Jiménez, C. y Gutiérrez-Ortega, A. (2021). La barba como epítome de la masculinidad contemporánea ante la transgresión de los modelos sociales clásicos. *IPSA Scientia, revista científica multidisciplinaria*, 6(1), 36-63. <https://doi.org/10.25214/27114406.1072>
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.
- Carabí, Á. y Armengol, J.M. (Eds.)(2008). *La masculinidad a debate*. Icaria.
- Coles, T. (2009). Negotiating the field of masculinity: The production and reproduction of multiple dominant masculinities. *Men and Masculinities* 12, 30-44. <https://doi.org/10.1177/1097184X07309502>
- Connell, R. (1996). *Masculinities*. Polity Press.
- Cortés, J. M.G. (2002). *Héroes caídos. Masculinidad y representación*. Generalitat Valenciana.
- De la Paz, Cintia, (2020, 9 de marzo). Cómo la barba favorece el contagio del coronavirus (COVID-19). *El Español*. <https://bit.ly/3p2ceLN>
- Dixson, B. J. y Vasey, P.L. (2012). Beards augment perceptions of men's age, social status, and aggressiveness, but not attractiveness. *Behavioral Ecology*, 23 (3), 481-490. <https://doi.org/10.1093/beheco/arr214>
- Dowd, M. (2010). Beards: an archaeological and historical overview. En G. Cooney, K. M. Davies y U. Mac Conville (Eds.), *A glorious gallimaufry*:

- a collection of interesting things in honour of Nick Maxwell*(pp. 38-42). Wordwell, Wicklow.
- Enguix, B. (2012). Cultivando cuerpos, modelando masculinidades. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 67 (1), 147-180. <http://dx.doi.org/10.3989/rntp.2012.06>
- Enguix, B. y Ardévol, E. (2010). Cuerpos ‘hegemónicos’ y cuerpos ‘resistentes’: el cuerpo-objeto en webs de contactos. En J. Martí y Y. Aixelà, (Coord.), *Desvelando el Cuerpo: Perspectivas desde las Ciencias Sociales y Humanas* (pp. 333–351). Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Institución Milá y Fontanals.
- Espelleta, G. y Boldú, S.(Dir.) (2015). *Las barbas de tu vecino*. Radiotelevisión Española. <https://bit.ly/3DGSyKc>
- Evans, J. y Withey, A. (Eds.) (2018). *New Perspectives on the History of Facial Hair: Framing the Face*. Palgrave Macmillan.
- Fanjul, C. (2008). Modelos masculinos predominantes en el mensaje publicitario y su influencia social en la psicopatología del siglo XXI: La vigorexia. *Prisma Social* 1, 1–26. <https://bit.ly/3FLfnWa>
- Galé, M. J.(2016). *Mujeres barbudas. Cuerpos singulares*. Ediciones Bellaterra.
- Gowing, T. S. (2014). *The Philosophy of Beards*. The British Library.
- Hawksley, L. (2014) *Moustaches, whiskers & beards*. National Portrait Gallery.
- Janif, Z. J., Brooks, R.C. y Dixon, B.J. (2014). Negative frequency-dependent preferences and variation in male facial hair. *Biology Letters*, 10 (4), 20130958. <https://doi.org/10.1098/rsbl.2013.0958>
- Johnston, M. A. (2013). *Beard Fetish in Early Modern England: Sex, Gender, and Registers of Value*. Ashgate Publishing, Ltd.
- Lorente, M. (2009). *Los nuevos hombres nuevos. Los miedos de siempre en tiempos de igualdad*. Ediciones Destino.
- Luque, L. (2015). De rostros pilosos. Simbología social y representaciones artísticas de la barba a lo largo de la historia. *Galería Abierta*, 1, 35–42.
- Oldstone-Moore, Ch. (2015). *Of beards and men: the revealing history of facial hair*. University of Chicago Press.

- Oldmeadow, J. A. y Dixson, B.J. (2016): The association between men's sexist attitudes and facial hair. *Archives of sexual behavior*, 45 (4), 891-899. <https://doi.org/10.1007/s10508-015-0637-7>
- Pedraza, P. (2009). *Venus barbuda y el eslabón perdido*. Siruela.
- Peterkin, A. (2001). *One Thousand Beards: A Cultural History of Facial Hair*. Arsenal Pulp Press.
- Peterkin, A. y Burns, N. (2010). *The Bearded Gentleman: The Style Guide to Shaving Face*. Arsenal Pulp Press.
- Preciado, B.(2002). *Manifiesto contra-sexual. Prácticas subversivas de identidad sexual*. Editorial Opera Prima.
- Ranea, Beatriz,(2021). *Desarmar la masculinidad. Los hombres ante la era del feminismo*. Cátedra Editorial.
- Remondino, G. (2012). Blog y redes sociales: un análisis desde las tecnologías de la gubernamentalidad y el género. *Athenea digital*, 12 (3),51-69. <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v12n3.1073>
- Rivera-Ayala, S. (2010). Barbas, fierros y masculinidad dentro de la mirada colombina. *Bulletin of Hispanic Studies*, 87 (5),603-618. <https://doi.org/10.3828/bhs.2010.20>
- Saner, E. (2013, 24 de julio). Have we reached peak beard? *The Guardian*. <https://bit.ly/30vjwNV>
- Suñé C. y Casas, A. (2015). *No sin mi barba*. Lunwerg.
- Téllez, A. y Verdú, A.D. (2011). El significado de la masculinidad para el análisis social. *Revista Nuevas tendencias en antropología*, 2, 80-103. <https://bit.ly/3BNBety>
- Vannetti, G. V. (2017). *Barbologia. Ragionamento intorno alla barba*. Armillaria.
- Wells, J. (2015, 5 de septiembre). Will the 'beard boom' ever end?. *The Telegraph*. <https://bit.ly/3FRKDCP>

Alfonso del Río Almagro es profesor titular en el Departamento de Escultura de la Universidad de Granada, España..

Mariano Pastrana de la Flor es profesor asociado en la Universidad de Cádiz, España.

Contact Address: Alfonso del Río Almagro, Facultad de Bellas Artes, Universidad de Granada, Avenida de Andalucía, n^o 27 18014, Granada, España. email: delrio@ugr.es