

Essere Uomini. La virilità in una società femminilizzata

Lo stile di questo pamphlet é scorrevole, diretto, immediato, quindi intenso e accattivante: "Maschi non si nasce, si diventa... vediamo come". L'autore, già dalle prime pagine, ci fa tornare ragazzini, e con gli occhi di un quattordicenne perplesso ci affacciamo alla finestra dalla quale, alla pubertà, confusamente, si guarda il mondo: un padre assente, che si occupa di soldi e non di principi ed educazione dei figli, e una madre disponibile, pronta a fornire il suo modello, pratico, pragmatico, economico. Il soddisfacimento del bisogno, ci spiega Risé, è il presupposto attorno al quale ruota la società moderna, la società dei consumi. Tale soddisfacimento, continua l'autore, è tipicamente materno-infantile, lontano dall'ideale virile, fallico, del donare, momento fondante questo, dell'arricchimento dell'esperienza vitale, che il vigente modello culturale "economico" materno tende invece a cancellare. In un breve ma suggestivo viaggio attraverso la mitologia greca, indù e celtica, navigando dal mondo delle idee di Platone agli archetipi collettivi junghiani, incontrando Nietzsche e ricorrendo alla sua *fallica* volontà di potenza, l'autore ripropone le figure chiave del guerriero, del vampiro, dello straniero per condurci al significato originario del simbolo della cultura maschile, il Fallo, inteso come slancio, azzardo, passione, dono, creatività: un simbolo oggi giorno decaduto e "ridotto ad oggetto da pornoshop".

GIOVANNI SEGAGNI LUSIGNANI