

FIGURAS DE HOMBRE

Rosa de Diego

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

Desde hace años me vengo interesando por las figuras de mujer en el arte, en la literatura, por el estudio de las diferentes representaciones de lo femenino desde la perspectiva de un universo creador –que ha sido mayoritariamente masculino– en nuestra tradición occidental.

Las mujeres estamos de moda en estos tiempos. No sólo como un ser enigmático o como una belleza deseable más o menos accesible u objeto de ensueño, sino como individuos reafirmados, potencialmente superiores en número, en capacidad intelectual y energética. Me estoy refiriendo, por ejemplo, a ese *¡Qué lista eres!* Y es que existen, incluso razones científicas para comentarios tan halagadores como vacíos de objetividad, tan generales como absurdos. Por ejemplo está esa explicación, apoyada en una base biológica, que sostiene y demuestra que los hombres tienen más desarrollada la región límbica del cerebro, mientras que las mujeres la cingular. Ambas regiones ocupan un lugar distinto en la escala evolutiva de las especies. Así la primera puede encontrarse en los reptiles y la segunda sólo es posible hallarla en los monos y seres humanos. Conclusión, el cerebro de las mujeres se encuentra en un nivel de evolución algo superior al de los hombres. Con tales descubrimientos la neurobiología ha aportado su grano de arena al entendimiento de las diferencias entre los sexos, hasta el momento atribuidas exclusivamente a condicionantes históricos, sociales y culturales.

Si retrocedemos hasta el año 1405, podemos aún escuchar a aquella francesa de origen italiano, Christine de Pizan, que se preguntaba: «¿Cuáles pueden ser las causas y las razones que impulsan a tantos hombres, clérigos o no, a hablar mal de las mujeres, a vituperar su conducta tanto de palabra como de escrito?». Un interrogante provocado por la lectura de un panfleto misógino de su época, en el que se decía que las mujeres eran «desobedientes, habladoras, gritonas, mentirosas, enemigas de los hombres, envidiosas, frías, avaras, lujuriosas, brujas, orgullosas, crueles, holgazanas...». Esta situación de desigualdad e inferioridad de un sexo frente al otro se ha prolongado durante mucho tiempo.

En el siglo XVIII Mary Wollstonecraft escribió en *Vindicación de los derechos de la mujer* «¿Quién ha decretado que el hombre es el único juez cuando la mujer comparte con él el don de la razón?». Este libro marcaría sin duda un antes y un después en la denominada revolución feminista.

Pero la paulatina participación de la mujer en la configuración de nuestro imaginario colectivo, ha hecho de ella no sólo un objeto de creación, sino también un sujeto creador. Este hecho está conllevando la posibilidad de una lenta desaparición de la misoginia. Evidentemente, la autonomía profesional y en consecuencia económica de muchas mujeres occidentales ha contribuido poderosamente a la disipación, entre otras, de la imagen de la mujer objeto y/o perversa. Antes, por ejemplo, era bella para así poder manipular, seducir mejor al hombre y vivir a expensas de su poder. Hoy cuida sus encantos por sí misma, por puro placer personal.

Probablemente por ello, aquellas dos figuras que tradicionalmente resumían en todas sus variantes el imaginario masculino de la mujer, una positiva y otra negativa, una angelical y otra diabólica, han conocido en nuestros días un acercamiento inusitado. La vida doméstica, la educación de los hijos, no están reñidas con una presencia estética y una actividad de carácter social, antes reservadas exclusivamente a las hijas de Lilith. Creo, que en este punto, y al menos desde una perspectiva teórica, todos podemos estar de acuerdo. Acaba de terminar el siglo XX, llamado también el siglo de las mujeres.

En este sentido es preciso admitir que en los últimos años hemos asistido a un cierto triunfalismo en lo que se refiere al papel de la mujer en nuestra sociedad. No es raro encontrar en la prensa reportajes del tipo, *El sexo fuerte, Mujeres al poder, Las nuevas escritoras, Mujeres de hoy, Las que mandan, Ellas pisan fuerte*. Es cierto que las cosas han cambiado, o al menos que están cambiando, pero seguramente estos títulos atraerán más lectoras que lectores. Sin duda las mujeres hemos avanzado con pasos de gigante con respecto a una historia que muchas veces da vergüenza recordar. Pero tampoco nos dejemos cegar por el espejismo de estas conquistas. Sabemos bien que existen aún, en la actualidad, muchas mujeres víctimas de un abusivo y terrible poder masculino.

Quizá en el terreno cultural una de las grandes conquistas del siglo XXI sea la abolición de un imaginario masculino de la mujer basado en la irreductibilidad de la diferencia de géneros. No pretendemos negar una diferencia evidente y necesaria. Pero hay que plantearla en el terreno de la equivalencia. El logro de estos tiempos se halla seguramente en la aparición de una figuración femenina del hombre, que deja de ser *voyeur*, contemplador, para ser visto, para convertirse también en objeto de observación por parte de la mujer. De creación, de análisis.

Fruto de estas y otras reflexiones son los dos libros que acaban de ver la luz, que hemos escrito Lydia Vázquez y yo misma. Por un lado, *Figuras de mujer*, que propone diez imágenes arquetípicas de la fémica a lo largo de nuestra historia cultural, escogidas por su especial relevancia y recurrencia: la Madre, Alicia, Lolita, Carmen, Salomé, Orlando, Madame Bovary, Preciosas, La libertina, La escritor@. Una elección que no pretende ser en absoluto un listado de carácter cerrado. En *Figuras de mujer* hemos buscado abordar distintas representaciones de lo femenino desde la perspectiva de un universo creador mayoritariamente masculino en nuestra tradición occidental. El carácter innovador del libro reside precisamente en ese recorrido por el imaginario en torno a la mujer, sin ánimo de enjuiciamiento ni de reivindicación.

El otro volumen del que les hablaba, *Ellos.com* tiene un tono muy diferente, cordial, entretenido, anecdótico, escrito en clave de humor. Se trata de una aproximación al universo de los hombres, no desde el imaginario cultural y artístico, sino desde la experiencia cotidiana, no desde la reclamación feminista, sino buscando el estereotipo de lo masculino a través de nuestras vivencias de cada día.

Por todo ello voy a intentar en esta conferencia establecer una comparación y un paralelismo entre la imagen del hombre en la ficción, es decir, unas aún inexistentes, pero futuras, *Figuras de hombre*, y algunos comportamientos y tópicos masculinos en las situaciones cotidianas, que sí hemos analizado en el libro anteriormente citado. Pretendo efectuar un vaivén entre el hombre con el que convivimos y el hombre imaginado, entre algunas de las principales figuras y mitos masculinos y la realidad que nos rodea. Seguro que voy a ser selectiva. También generalizadora. E irónica. Y desde luego provocativa. He de señalar que las limitaciones temporales del marco de esta conferencia me obligan a escoger ciertos motivos y estereotipos. Tanto en las figuras míticas como en los comportamientos masculinos cotidianos. Se trata de ofrecer algunos ejemplos de un imaginario construido a lo largo de la historia cultural y que en nuestra vida actual nos resultan ya caducos e incluso ridículos. Que han podido ser motivo de tensiones, desacuerdos e insatisfacciones, pero que no constituyen arquetipos inamovibles. Esta selección no invalida sin embargo el objetivo del análisis, la presencia, obsesiva, en el imaginario artístico de ciertos modelos masculinos que han determinado muchos de los comportamientos y clichés del hombre en la actualidad. Por eso intentaré acercarme a estas actitudes tipificadas, con ironía, realizando incluso su caricatura. Porque este tratamiento genérico y mítico de la masculinidad, que ha sobrevivido sagradamente hasta nosotros, no tiene por qué ser evidente, eterno o incuestionable. No es más que apariencia, que puede relativizarse, desmitificarse, sobre todo si queremos sentirnos más libres.

Si iniciamos la reflexión en torno a los estereotipos, *la masculinidad* sería ese conjunto de rasgos comunes a todos y cada uno de los hombres, más allá de cualquier diferencia de raza, cultura, clase social o edad. Según estudios psicológicos (Hyde, 1991: 388-420) hay cuatro factores, cuatro estereotipos que inciden directamente sobre la configuración de la masculinidad: la carencia de rasgos femeninos, es decir, el hombre es más hombre cuanto más se aleja de lo femenino. Tener éxito, ser respetado y ganar mucho dinero son, por tanto, elementos viriles, altamente valorados en el universo masculino. También ser fuerte como un roble, es decir, tener fortaleza, seguridad, independencia y confianza en sí mismo. Se trata de no sentir miedo frente a nada, y si se tiene se ha de disimular. Por último ser agresivo, violento, arriesgado sería el cuarto rasgo fundamental del macho.

Resulta evidente que uno de los mitos que más rigen en la vida del hombre es el del héroe. El modelo de la imaginación heroico sigue siendo fundamental si tenemos en cuenta el papel que juega en todas las producciones culturales, desde la literatura hasta la denominada paraliteratura, pasando por el cine y la publicidad. La heroicidad es sinónimo de valentía, entereza, nobleza, fuerza, actividad, protagonismo o poder, que son los rasgos que pertenecen en exclusiva o por excelencia al varón, valores opuestos a otros considerados como femeninos. El héroe no es nunca débil, sentimental, afeminado.

El héroe es un ser superior, que se distingue por su valor extraordinario, por la fuerza de su carácter y también por la grandeza de su espíritu. Es una especie de superhombre en medio de un mundo mediocre. La virilidad es aquello que caracteriza al varón en virtud de su diferencia sexual. Resulta indiscutible en el imaginario figurativo occidental que la anatomía masculina ha de poseer enormes proporciones, que nada tienen que ver con la representación de un cuerpo femenino, siempre más frágil y delicado. El hombre ideal es más grande, ancho de espaldas, con gran desarrollo muscular y de constitución atlética. La imagen de Hércules constituye su arquetipo modélico. Su imponente aspecto físico es el primer síntoma de su heroicidad, de su masculinidad.

Por ello es capaz de afrontar peligros múltiples, de superar numerosas dificultades. El hombre necesita ser héroe por naturaleza, porque se cree víctima de un destino supremo, predispuesto a enfrentarse con todo tipo de problemas, a llevar a buen término enormes empresas. Por eso, por ejemplo, hay muchos puestos de direcciones ocupados por varones. Al hombre le apasiona la política y sus diferentes guerras, le gusta tomar decisiones y subrayar en todo momento su superioridad, su autosuficiencia, su autonomía. Y cuando este destino heroico carece de grandes hazañas, el hombre al menos se conforma con llevar las riendas en pequeñas esferas de poder, por ejemplo en el control de su oficina, de su coche o de su casa.

Una de sus principales armas actuales es el mando a distancia, que se convierte en metáfora, en metonimia de su dominio, de una autoridad que ejerce. El varón zapea y nos obliga a sumergirnos en un universo de imágenes vertiginoso, inconexo. Se apodera del mando y siente que así decide, organiza, impone, manda y desde luego también anula al otro. Posee así pequeñas parcelas de poder. Porque el mando es suyo, al igual que la cámara de vídeo, el coche, las cuentas corrientes o el taladro. Son las actualizaciones contemporáneas de los artefactos heroicos, con los que puede realizar sus sueños de grandeza, ese destino de caballero para el que se encuentra predestinado. Sin comprender que no hay instrumentos masculinos, como tampoco los hay femeninos. Porque al igual que se apodera del mando, abandona en manos de la mujer otras armas como la lavadora, la plancha o la olla exprés.

Este hombre cargado de energía ha de ser sin duda deportista y hercúleo. El auge de la cultura deportiva tiene mucho que ver con el deseo, consciente o inconsciente, de vencer el tiempo, y sobre todo de subrayar la masculinidad. Los gimnasios, auténticas catedrales del siglo XXI, están repletos de hombres que, entre otras cosas, hacen bíceps, tríceps y todo tipo de máquinas más o menos estáticas. Eso sí, mecanizados, con el pulsómetro. Y los domingos completan este culto desenfrenado al cuerpo con el *footing*, las bicicletas, la piscina. Quieren, incluso negando la evidencia, mantenerse jóvenes, ágiles, con unos músculos de atleta que puedan competir con los de Rambo. Todo responde a su complejo épico. A un destino heroico marcado por los dioses.

Por la misma razón el hombre es un imprudente, y le gusta el riesgo, la velocidad, los peligros, la inseguridad. Cultiva su instinto primitivo de la aventura que le compensa de la monotonía de la vida. Quiere vivir en el límite, entre pequeños lances, exponiéndose a situaciones de inseguridad permanente, tan extremas como absurdas: da igual un cursillo de parapente o un safari en África, que jugar en la bolsa o apostar en las quinielas. Su pasión por lo arriesgado reproduce igualmente los esquemas de aventuras legendarias y heroicas.

Finalmente, podemos aludir a esa pequeñas heroicidades de cada día, cuando decide hacer la comida, ocuparse de los niños un día entero, hacerse cargo de la casa cuando la mujer está ausente una semana, ir al supermercado para la compra del mes o transformarse en fontanero, albañil o electricista. Se siente satisfecho de haber realizado semejantes hazañas.

La realidad será, sin embargo, bien distinta. Tras el arrebató de cooperación en la cocina, la mujer se encontrará con un paisaje desolador. Grasa por todas las esquinas, el horno imposible, las cazuelas amontonadas y ni un tenedor limpio. Un panorama de devastación que ningún manjar podría compensar. Y cuando se mete en bricolajes, es un auténtico

artista de la chapuza. De manera que cuando este varón termine con su gesta, será el momento de llamar urgentemente al especialista.

El hombre busca reproducir, aunque sea a pequeña escala, la imagen activa, triunfal, que habitualmente encarna la definición literaria y artística del ser masculino, como consecuencia de la plena seguridad y satisfacción de lograr éxitos, hazañas, si no en la guerra, al menos en el trabajo, o en su vida en general. Y sobre todo quiere comportarse como un supermacho con la mujer, en sus relaciones sexuales.

Uno de los personajes característicos de los cuentos populares es el ogro, o su variante Gargantúa. Un mito literario relacionado con el gigantismo, la violencia, la deglución, la animalidad y la monstruosidad. Su naturaleza es, por tanto, viril. Pero también ambigua. Tiene algo de gigante sobrenatural y a la vez de monstruo animal. Como todo mito es ambivalente. El ogro está estructurado por la oposición vida / muerte, o por la de amor / odio. Gargantúa es como el hombre, caníbal, tragón, voraz. Porque el varón es un animal, obsesionado por satisfacer sus necesidades vitales primordiales. Por eso come por comer, de manera obligada, indiscriminada y compulsiva. Come mucho y mal, desordenadamente, sin buscar el equilibrio nutricional. E ignorando los placeres de la mesa.

El ogro es igualmente metáfora de un hombre autoritario, tirano y reprobador. La naturaleza masculina es triste, malhumorada, escéptica. El hombre tiende al pesimismo, a la depresión, al mal genio, al mal humor. Desde sus orígenes es iracundo, colérico y tirano. Un mandón. Por eso en el coche todo son imprecaciones, tacos y aporreamientos de claxon. En la oficina se oyen sus gritos y se temen sus enfados. En casa chilla a su mujer y sobre todo engulle a sus hijos con castigos y mandobles. Un autoritarismo que es un síntoma de inmadurez e inseguridad. Pero si se comporta siguiendo estas pautas, que pueden identificarse con las de un ogro devorador, únicamente encontrará soledad e incompreensión.

Otra de las figuras míticas que alientan y alimentan la existencia de los hombres es Narciso. Recordemos el mito. Narciso era un joven hermoso que provocaba el amor de todos los que le conocían; pero su orgullo era tal que despreciaba siempre el amor. Debido a una maldición o castigo divino, por no querer amar a nadie, se enamoró perdidamente de sí mismo al contemplar su imagen reflejada en las aguas, y quedó para siempre condenado a no poder alcanzar el objeto de su amor. Narciso sólo se quiere a sí mismo. El mito de Narciso ha sido un tema a menudo presente en la literatura y en el arte, sobre todo en relación con el autorretrato. Será también la base de la teoría psicoanalítica del narcisismo, que se caracteriza por un amor enfermizo a sí mismo.

El hombre actual también está determinado por un excesivo amor a su persona. Egoísmo, egotismo, egocentrismo, egolatría, son algunas de las formas de este individualismo

narcisista. Los hombres *sólo saben mirarse el ombligo*. Por ello cualquier conversación gira en torno suyo, alrededor de sus éxitos y fracasos, de sus placeres y angustias, de sus alegrías y tristezas. No conciben que el otro tenga dificultades, que necesite compartir emociones, que desee simplemente hablar. *Él es yo, mi, me, conmigo*. Y todo lo demás adquiere relevancia en su vida o en su discurso en función de la incidencia que tenga en su existencia. Por eso habla de su mujer o sus hijos. Como si su belleza, sus logros, su trabajo, sus gracias, fueran exclusivamente mérito suyo. El varón es narciso desde que nace y hasta que muere, cuando es padre porque se realiza; cuando es hijo, se acostumbra a exigir; y en la pareja termina comportándose con el mismo egoísmo. Es total amor a sí mismo, en exclusión de los demás, pensando en sí, para sí, dentro de sí, consigo mismo.

Recordemos que el primer hombre fue Adán. Aquél que los Evangelios considerarían como fuente de pecado y muerte. No en vano desde entonces los hombres arrastran el peso de esa herencia. Porque todos los hombres son hijos de Adán. De su desnudez. De una desnudez que se convierte en metáfora de desaliño, desorden, descuido, apatía. De ahí esa expresión con la que nos desahogamos refiriéndonos a ellos: *Es que son unos adanes...* El adán es un desordenado. El caos reina en su vida cotidiana, sobre todo cuando vive solo. Su coche resulta ilustrador al respecto. Por ello no es de extrañar que se rodeen de mujeres en el trabajo. Necesitan en la oficina una secretaria, una enfermera en la consulta, azafatas para sus reuniones. Una mujer a su lado. Para que les regule su horario, para que les distribuya el trabajo, para que les ordene los papeles, para que les filtre las llamadas, para que les controle los gastos. Para que les organice la vida. Adán necesita a Eva.

Molière nos ha ofrecido numerosos estereotipos del hombre. El misántropo, el avaro, el enfermo imaginario. Indiscutiblemente el varón es hipocondríaco, siempre preocupado por su salud. Necesita llamar la atención del otro y despertar su compasión. O recibir cuidados, atenciones y mimos. El hombre vive obsesionado por una hipotética dolencia, inventando los síntomas de una enfermedad que anuncia a los cuatro vientos. En el fondo se comporta como el eterno niño.

También es tacaño, avaricioso, ahorrador, usurero. Por ello protesta, por ejemplo, por encender la calefacción, porque es más sano estar con un jersey en casa, y el calor reseca las fosas nasales. Tampoco se puede dejar ninguna habitación con la luz encendida porque el consumo eléctrico se dispara. La ducha es otro motivo de su preocupación. Y las facturas telefónicas son siempre astronómicas.

El hombre es miedoso, cobarde, apocado. O huye, o se esconde. Ante cualquier problema el varón se aísla. Al contrario de la mujer, se niega a hablar, elude cualquier conversación y se encierra en sí mismo. En lugar de afrontarlo, intenta distraerse mediante el

trabajo, la televisión, el deporte, los amigos. O dormita. Si no comparte sus preocupaciones, es por cuidar su virilidad. Porque cualquier intento de diálogo es interpretado por él como consejo, consuelo, compasión, lástima. Se siente entonces débil, inferior, ignorante. Su sabiduría, su fortaleza, su masculinidad, su autoestima se tambalean.

Resulta imprescindible hablar del doble, del alter ego. Se trata de dos personas que muestran un parecido asombroso hasta el punto de ser confundidas. Una figura idéntica a la de original, que muchas veces es antagonista de esta. Hermanos de alma, siameses, yo y el otro. Son distintas maneras de expresar la relación binaria sobre la que se organiza el pensamiento primitivo, por ejemplo a través de gemelos idénticos (Esaú y Jacob, Cástor y Pólux). El tema del otro responde a la necesidad de una antítesis, consecuencia de un deseo innato y universal de contrastes. El doble es la alternativa del yo.

El tema del doble, conocido desde la Antigüedad, sufre un cambio de morfología en la literatura de los siglos XIX y XX. Está el ejemplo de *Orlando* «un solo y mismo individuo, con una sola y misma identidad, que existe bajo una o dos formas en dos o más mundos distintos». Orlando difiere de los gemelos en que en estos hay «bajo una sola forma y en un mismo mundo» una distinta identidad. Encontramos, por tanto, dos encarnaciones alternativas de un solo y mismo individuo que coexisten en un único mundo de ficción. Puede producirse una fusión en un solo personaje de dos personalidades diferentes, una escisión de un sujeto en dos personificaciones o una metamorfosis de un individuo en diversas formas aparentes que, a su vez, pueden ser reversibles. Dr. Jekyll y Mr. Hyde de Stevenson es un buen ejemplo de ello.

El doble supone disfraces, responde al deseo de ser otro, exige ambigüedades y mentiras. En una astucia con la que el individuo obra dando a entender lo contrario de lo que siente. Como si estuviera habitado por otro ser de carácter perverso. La doblez supone la coexistencia de dos formas de ser, dos maneras de sentir, dos voluntades. Como las caras de una moneda. Como los rostros de Jano. Un ser único con dos facetas, pero también dos presencias condenadas a una única esencia.

El varón vive en la contradicción. Entre la apariencia y la esencia. Porque el hombre finge constantemente ser otro, adopta una apariencia falsa para engañar, para persuadir, para seducir, para sentenciar. El hombre es camaleónico porque necesita sentirse exclusivo y reconocido. Adopta máscaras para disimular sus carencias. Fingir es todo un arte, el arte del disimulo. Oculta la verdad, el pensamiento o el sentimiento. Manifiesta alegría cuando está triste, satisfacción en la derrota. Utiliza la mentira como arma arrojadiza. O como instrumento de presunción. Para convertir cada uno de sus actos en obra de arte, sus trabajos en hazañas, sus posesiones en riquezas y sus proyectos en éxitos consumados.

El hombre moderno no vive la unicidad del yo, sino que busca la posibilidad de múltiples ellos, vive un yo que le parece intercambiable y móvil. Elige su disfraz, en la vaguedad, la incertidumbre, la duda, con mayor o menor acierto. Resulta ridículo, unas veces provoca ira, otras pena.

Supongo que a estas alturas estarán extrañados de que aún no haya nombrado a Don Juan. Don Juan no es un mito clásico, sino que es literario. Se trata de un mito que nace en la literatura y que se convierte de inmediato en un aspecto esencial de nuestro imaginario, de nuestra reflexión y de nuestra cultura. Don Juan es el hombre de las mil máscaras, aquel que es incapaz de asentarse en una actitud, de fijarse en un objeto, de elegir una única mujer. Es seductor, libertino y caprichoso. Es presumido y farolero, un presuntuoso que ama a todas las mujeres y se enfrenta a la muerte en la inconsciencia.

Don Juan es un mito forjado a través de los textos literarios, pero ha existido siempre. El arquetipo del joven seductor y sin escrúpulos que burla a la muerte es el protagonista de numerosos cuentos y leyendas a lo largo de la historia en toda Europa. En 1624 Tirso de Molina escribe la obra de teatro *El burlador de Sevilla y convidado de piedra*. El joven es noble y se llama Don Juan Tenorio. Es mujeriego y enamorado, pero profundamente creyente. Después de haber conquistado a varias mujeres, durante un duelo mata al padre de una de sus conquistas. Desafía a su estatua funeraria, que cobra vida. La versión de Tirso insiste en la posibilidad del arrepentimiento y de la contrición para una vida licenciosa y disoluta. Después los italianos pondrán el acento más en la sensualidad que en la moral, más en la seducción que en la reflexión, más en su desenfado que en su arrepentimiento. Cuando Molière elige esta figura, la define como un gran señor sin escrúpulos y con ambiciones, rodeado de mujeres, dispuesto a seducirlas a todas. Deseo de saber y de poder, deseo de poseer a todas las mujeres, orgullo y rebeldía frente a la sociedad, frente a Dios, frente a toda norma. Don Juan es constante en sus obsesiones, monótono en su donjuanismo. Por eso no cambia de refrán: *¡Qué largo me lo fiáis!* Su burla es siempre la misma, las mujeres objeto de su seducción se parecen.

El deseo de posesión de mujeres constituye inequívocamente uno de los rasgos principales de la masculinidad a lo largo de los tiempos. La naturaleza varonil ha de mostrar con soltura, si no con voracidad, sus impulsos sensuales y eróticos, y esta exhibición le condiciona en la relación sexual, donde su rol es siempre de iniciador y seductor. No sólo su papel es activo, frente al de la mujer, que posee una actitud más receptiva, o incluso resignada. La tradición cultural ha considerado siempre que la sexualidad era algo habitual en el hombre, porque para las mujeres era algo excepcional. Y cuando no era así la mujer se hacía fatal, perversa, incluso un poco hombruna.

Uno de los arquetipos de este donjuanismo tradicional es el amante, que ha tenido numerosas representaciones tanto literarias como iconográficas. Su aspecto físico es siempre impecable, su apariencia externa espléndida, por eso el hombre cuida su imagen, y es narciso. Resulta un seductor irresistible. En *Don Álvaro o la fuerza del sino*, del duque de Rivas, el majó dice de Don Álvaro: «Es verdad que es todo un hombre, muy duro con el ganado y muy echado adelante», a lo que Preciosilla responde: «Y muy buen mozo». Don Juan es *libre, rico y bien parecido*, dice Lord Byron y todas las mujeres *aplaudían con sus miradas cualquier palabra que salía de su boca*.

Si revisamos la pintura y la escultura del siglo XIX, y sobre todo la romántica, los amantes (que proceden muchas veces de la mitología, como Apolo y Dafne, Céfalo y Procris, o de la literatura, como Rinaldo y Armida, Romeo y Julieta, Fausto y Margarita) reproducen el rito de la seducción, siguiendo el esquema siguiente: el hombre inicia el ritual, despliega sus encantos ante mujeres indecisas, de apariencia frágil o turbada. Recordemos las populares pinturas tituladas *El Beso* (de 1859 de F. Halles, o de 1816 de H. Fuseli). El varón es por lo tanto, por su condición masculina, el motor de las relaciones sexuales, el que pone en acción *todos sus sentidos para una conquista feliz* (Vázquez, 1996). Es *voyeur* y mirón, porque ante una mujer que exhibe su bello cuerpo, consciente o inconscientemente, el hombre la contempla curioso, extasiado. Posteriormente, sabrá susurrar palabras dulces al oído de su presa, embriagarla con sus perfumes o despertar en ella el sentido gustativo y genésico. Por último el goce del tacto conseguirá finalizar con éxito el proceso de la conquista. El sentido del tacto es la prueba palpable y consumada de una conquista.

Así que la masculinidad es sexualidad, mejor aún hipersexualidad, frente a su carencia, considerada como un defecto, como un síntoma de la pérdida de virilidad. De ahí la obsesión, casi neurótica, de la prensa española finisecular, repleta de anuncios destinados a hombres con alteraciones sexuales, como el priapismo. Se les recomendaban Píldoras, Urania, Perlas de Oro, Granulados Virilina o cinturones magnéticos Hércules y Electrovigor (Litvak, 1979: 149). A lo largo del siglo XIX se fue forjando con insistencia la idea de que la masculinidad contiene en sí algo de hombre fatal, de peligro y engaño para la mujer, es decir, de donjuán. Sin duda el donjuanismo ha sido un tema recurrente en el arte y en la cultura.

También en la vida. El hombre es un seductor obsesivo, un cautivador compulsivo, un conquistador innato, un aspirante a galán. Es mujeriego, faldero, ligón, burlador, aventurero. Es amigo de planes, amoríos, romances, noviazgos, idilios. Tiene, en definitiva, complejo de donjuán.

El tacto es fundamental para hacer su corte. Cuando saluda a una mujer, le pasa la

mano por la espalda. Cuando le cede el paso, la coge por la cintura. Para dar un consejo le mantiene asida la mano. Y le agarra del brazo o del hombro.

Es un maestro de halagos. Ensalza la fragancia de un perfume. El tono de un carmín. El brillo de unos pendientes. El color de unos ojos. La originalidad de un traje. La espectacularidad de un peinado. La elegancia de una joya. Y todo para concluir con el tópico de *qué guapa estás*.

El mito de Edipo ha sido identificado con frecuencia con la tragedia inspirada en él, *Edipo rey* de Sófocles. De manera que del mito, del relato original, a su versión y posteriores versiones, Edipo ha perdido fuerza, o al menos ha modificado sus rasgos característicos y diferenciales, en función de las distintas épocas y autores, insistiendo más en su aspecto dramático, o en el lírico, como alegoría o como parodia. Es un mito incomprendido, mal comprendido, o parcialmente comprendido (Brunel, 1988: 1059-1070). Sin embargo, el psicoanálisis ha obligado a descender a Edipo a la calle, y se ha convertido en una referencia cotidiana primordial y universal. Freud habla del *complejo de Edipo*. No es momento ahora para interpretaciones sobre la sexualidad y sus complejidades. Sí me interesan, sin embargo, dos aspectos edipianos claramente presentes en el universo masculino: el eterno niño y esa indisoluble unión con la madre.

El hombre no sabe aceptar su madurez e iniciar, en la vida, nuevas etapas. Ha nacido para vivir en grupo, en tribu, en clan o en pandilla. No sabe estar solo. Cuando abandona el seno materno, necesita seguir sintiéndose arropado y protegido. Y el núcleo masculino resulta un espacio ideal, donde no se sentirá extraño. La amistad masculina es una forma de alcanzar, de afianzar su masculinidad, frente a ese otro mundo opuesto y propio de las mujeres. Gay (1986) señala que en el siglo XIX, tanto en el mundo real como en el arte hay un elogio exacerbado de la amistad entre hombres, no sólo por misoginia. «Se trata de algo esencial para la búsqueda de la virilidad». La amistad con mujeres tenía el riesgo de un contagio, de volverse afeminado. También la pintura se ha hecho eco de la exaltación de la amistad viril, identificada con situaciones adversas y heroicas. En el cuadro de David, *Leonidas en las Termópilas* (1814, París Louvre), la amistad aparece sin duda como un sentimiento noble, masculino, figurada en un mundo guerrero y emotivo a la vez.

Por ello el varón, en cuanto puede, se inscribe en peñas, corales, equipos deportivos. Funda corporaciones más o menos exclusivas, más o menos privadas, más o menos secretas. Organiza tertulias, hace corros, se reúne en salones. Cualquier actividad le sirve de pretexto para formar agrupaciones y demás pandillas. Va al fútbol con compañeros, se reúne con amigos para comidas o cenas. Y se hace socio de clubes y sociedades recreativas. El varón se reúne en colectivos masculinos y excluyentes, autónomos y superiores. En realidad

es porque sigue siendo niño, algo insustancial, y necesita vivir en un mundo de diversión e intrascendencia.

Y ¿cuál es el arquetipo, cuál es el modelo del imaginario que responde a la imagen de un ideal, de un hombre del siglo XXI? Sin duda el mito del andrógino revela la esencia del adán futuro. El andrógino aparece, desde sus orígenes, como un estado de perfección absoluto, y se transforma a lo largo de los siglos en una forma utópica de igualdad socio-política entre los seres humanos, de solidaridad y justicia a través de una humanidad concebida como un todo indiferenciado. Figura de la ambigüedad, el andrógino se repite, desde sus comienzos y hasta hoy, en multitud de formas artísticas, desde la literatura y hasta la publicidad, pasando por la fotografía, el cine, la pintura. Es sin duda una manera de evitar las clasificaciones y sus diferencias en materia de sexos y de afirmar un estado de perfección mítica y primordial.

El andrógino es la figura que representa un ideal perdido y a la vez deseado de plenitud y de unidad. Porque el andrógino o la –ginandra– representa la bisexualidad, la síntesis de dos sexos, la confusión de dos géneros con todas sus peculiaridades morfológicas y psicológicas. Una alquimia sintética que aspira a la totalidad.

Una aproximación intelectual del andrógino en el siglo XX nos conduce a definiciones contradictorias, a una figura equívoca, un sexo ambiguo, un género neutro.... Se intenta en definitiva acceder a un mundo hasta entonces hermético y prohibido. El imaginario contemporáneo cultiva indudablemente la interferencia de los sexos en todos los ámbitos, en el terreno de las artes, en el de los medios y en el de la vida cotidiana. Intersexuales, transexuales, bisexuales, hermafroditismo, travestismo... distintas apelaciones de una misma figura ambigua que revela la crisis de la pareja tradicional, de los roles sociales masculinos y femeninos, y a la vez la nostalgia de una perfección en un deseo siempre insatisfecho.

En este sentido para Virginia Wolf, una mujer que escribe debe hacerlo como una mujer que ha olvidado que es mujer. Hay muchos ejemplos de hombres que supieron introducirse en el pensamiento femenino o de escritoras que se deslizaron en la piel de un hombre. De músicos disfrazados de mujer para poder sobrevivir *con faldas y a lo loco*, o de travestís y formas de mutación de roles, de conversión del yo en el otro, como ocurre en la película de Blake Edwards *Víctor o Victoria* o en la de Sydney Pollack *Tootsie*. La cantante Sinéad O'Connor lleva la cabeza afeitada y Laurie Anderson se viste de hombre en sus actuaciones musicales. La voz de ambas contiene distorsiones y ambigüedades, sensualidad en la duda. Algo similar podría decirse de los cantantes Prince y Michael Jackson. Simbolizan un mundo sin género, sin raza, es decir, sin clases ni minorías. El andrógino es

la metáfora del hombre –de la mujer– posmoderno, democratizado e igualitario. Se trata de conseguir un *nosotros* en la escritura, la síntesis del diálogo en el arte. El *unisex*, como en los trajes de esmoquin para mujer de Yves Saint-Laurent, que recuperó Armani, o en los perfumes de Jill Sanders y Calvin Klein.

También el hombre del siglo XXI ha de huir de aquellos tópicos que ya no funcionan. El cuidado del aspecto físico, la inquietud por la propia estética, el orden y las tareas de la vida serán aspectos comunes a ambos sexos. No ha de haber roles superiores ni estereotipos dominantes. Terminaron los héroes de pacotilla y los donjuanes previsibles. Al contrario el adán futuro buscará la complicidad con la mujer, estimulará su ilusión, sin sentirse rival, sin ser posesivo. Se trata de entender la diferencia como una virtud, la discrepancia genérica como un enriquecimiento, la divergencia como una suerte.

Parafraseando a Simone de Beauvoir, cuando afirma que *La mujer no nace, se hace*, podríamos decir que aunque se nace hombre o mujer no tiene por qué haber modelos universalmente válidos que se correspondan con la diferente realidad sexual de cada uno. Porque el patrón masculino también puede ser modelado, modificado, el arquetipo del hombre tradicional puede ser subvertido, transformado, y pueden buscarse estrategias para construir nuevas masculinidades, más libres, plurales y justas.

Bibliografía

- AA.VV.(1990): *L'Androgyne dans la littérature*, Coloquio de Cerisy, París, A. Michel.
- BYRON, LORD, (1861), *El vampiro o la Sangre de las víctimas*. Obras, Barcelona, Plaza y Janés.
- BRUNEL, P. (1988): *Dictionnaire des mythes littéraires*, París, Ed. Rocher.
- DE DIEGO, E. (1992): *El Andrógino sexuado*, Madrid, Visor.
- DE DIEGO, R. y VÁZQUEZ, L. (2002-a): *Ellos.com. ¡Cómo son los hombres!*, Madrid, Ediciones Minerva.
- (2002-b): *Figuras de mujer*, Madrid, Alianza Editorial.
- GAY, P. (1984–1986): *La experiencia burguesa. De Victoria a Freud. I: La educación de los sentidos. II: Tiernas pasiones*, México, Fondo de Cultura Económica, 1984–1986, 2 vols.
- GUBERN, R. (2002): *Máscaras de la ficción*, Barcelona, Anagrama.
- HYDE, J. S. (1995): «La psicología de los hombres» en *Psicología de la mujer*, Madrid, Morata.
- LITVAK, L. (1979): *Erotismo fin de siglo*, Barcelona, Antoni Bosch ed.

MONNERON, F. (1994): *L'Androgyne romantique*, Grenoble, Ellug.

– (1996): *L'Androgyne décadent*, Grenoble, Ellug.

REYERO, C. (1996): *Apariencia e identidad masculina*. De la ilustración al decadentismo, Madrid, Ensayos Arte Cátedra.

SEGARRA, M. Y CARABÍ, A. (eds.) (2000): *Nuevas masculinidades*, Barcelona, Icaria.

VÁZQUEZ, L. (1996): *Elogio de la seducción y el libertinaje*, San Sebastián, R&B, col. sexto sentido.