

HOMBRES y OSOS

HAY un viejo refrán que dice: «El hombre es como el oso: cuanto más feo, más hermoso.»

A nosotras, como la mayoría de los dichos de esta clase, nos parece una solemne bobada. Porque si bien es verdad que la belleza no ha de ser un tanto a favor del hombre que la posea, tampoco hay por qué pasarse a asegurar que al aumento de la fealdad corresponde un aumento del atractivo.

Lo bueno es que los caballeros, ahora, demuestran estar de acuerdo con nosotras en este punto. Así lo confirma una reciente información en la que se pone de relieve el creciente interés demostrado por los hombres para mejorar su aspecto. Ya no somos solamente las mujeres quienes gastamos dinero en peluquerías e institutos de belleza. Ellos también utilizan los recursos puestos a su disposición para conservar la línea y eriar bíceps, para lucir un cutis sin la más mínima sospecha de barba, para tratar de detener la huida de su cabellera. En resumen: para gustarnos.

¿Qué significa esto? Pues ni más ni menos que los hombres no se fían de refranes, y hacen bien. La experiencia ha demostrado que pareciéndose a los osos no ganan nada, y si, en cambio, si consiguen aproximarse en lo posible al tipo ideal del hombre civilizado.

A nosotras nos resulta muy halagadora esta tendencia. Sin exageraciones, y conservándose en la medida de lo prudente, nos parece encantador que nuestros compañeros —¡por fin!— piensen que vale la pena hacer algo para atraernos.

Hasta ahora, y a diferencia de lo que ocurre en el reino animal, éramos siempre nosotras las encargadas de echarle gracia a las relaciones hombre-mujer y de conseguir, por medio de encajes, perfumes, volantes, tirabuzones y abalorios de toda clase, que los hombres se fijaran en nosotras y fuera posible que la especie no se extinguiera.

El gallo exhibe sus plumas torvasoladas, el pavo real su cola que parece de mentira, el león su melena rubio Tiziano (ese que siempre nos proponen en la peluquería y que jamás resulta como en el muestrario. El hombre, en cambio, no se tomaba la menor molestia por aumentar su atractivo. Por el contrario, trataba de disminuirlo.

Si era feo, acentuaba esa fealdad a fuerza de mechones descul-

dados, de uñas cortadas a diente y de atuendos deliberadamente desaliñados. Si era guapo, trataba de disimularlo, lleno de vergüenza, estirándose con fijador los rizos del pelo y hablando con la boca torcida para que sus congéneres más afortunados (los feos) no se burlaran de él.

Tener un aspecto agradable y, sobre todo, hacer algo por conseguirlo, era algo reñido con el tradicional concepto de la masculinidad. Algo que entraba en ese peculiar código de la hombría en el que figuraban también la obligación de fumar puros gordísimos, beber licores de pirata, soltar tacos y decir frases como «mi mujer en un altar», al mismo tiempo que «me voy con los amigos por ahí...».

Todavía hay hombres que hacen estas cosas; pero porque les gusta, no por aparecer más hombres. Los que lo hacen por esta razón están en vías de extinguirse, como el urogallo. Y así como no tenemos por qué alegrarnos de que este animalito desaparezca y fastidie a los cazadores, si nos entusiasma que los hombres decididos a imitar al oso estén abandonando el mundo. No solo porque nos gusta más Paul Newman que el jorobado de Notre Dame, Felipe de Edimburgo que esos jovencitos costrosos que creen llevar en su mugre un marchamo de intelectualidad, sino porque hay en esta cuestión un aspecto interno que nos afecta y nos conmueve profundamente.

Cuando el hombre de nuestros sueños se nos acerca oliendo suavemente a lavanda —que puede no ser una cara esencia inglesa, sino simplemente jabón— y luciendo una nueva corbata —marrrón con pintas negras, en lugar de la negra con pintas marrones de todos los días—, nos decimos: «¡Lo ha hecho por mí...! ¡Cuánto me quiero...!»

Quizá sea una exageración, pero no cabe duda de que ese ratito que ha dedicado a acicalarse para venir a nuestro encuentro, robado a sus papeles, su electrónica o sus sembrados, es una delicadeza, una prueba de atención ante la que no podemos permanecer indiferentes.

Jamás caeremos en la simpleza de imaginar que por eso de la lavanda o del brillo en los zapatos es menos hombre. Tenemos demasiado buen olfato para detectar la hombría, cuando existe, tras la gota de perfume y para saber que también puede no existir tras el más bronco aspecto de oso.

CARMEN VAZQUEZ-VIGO

