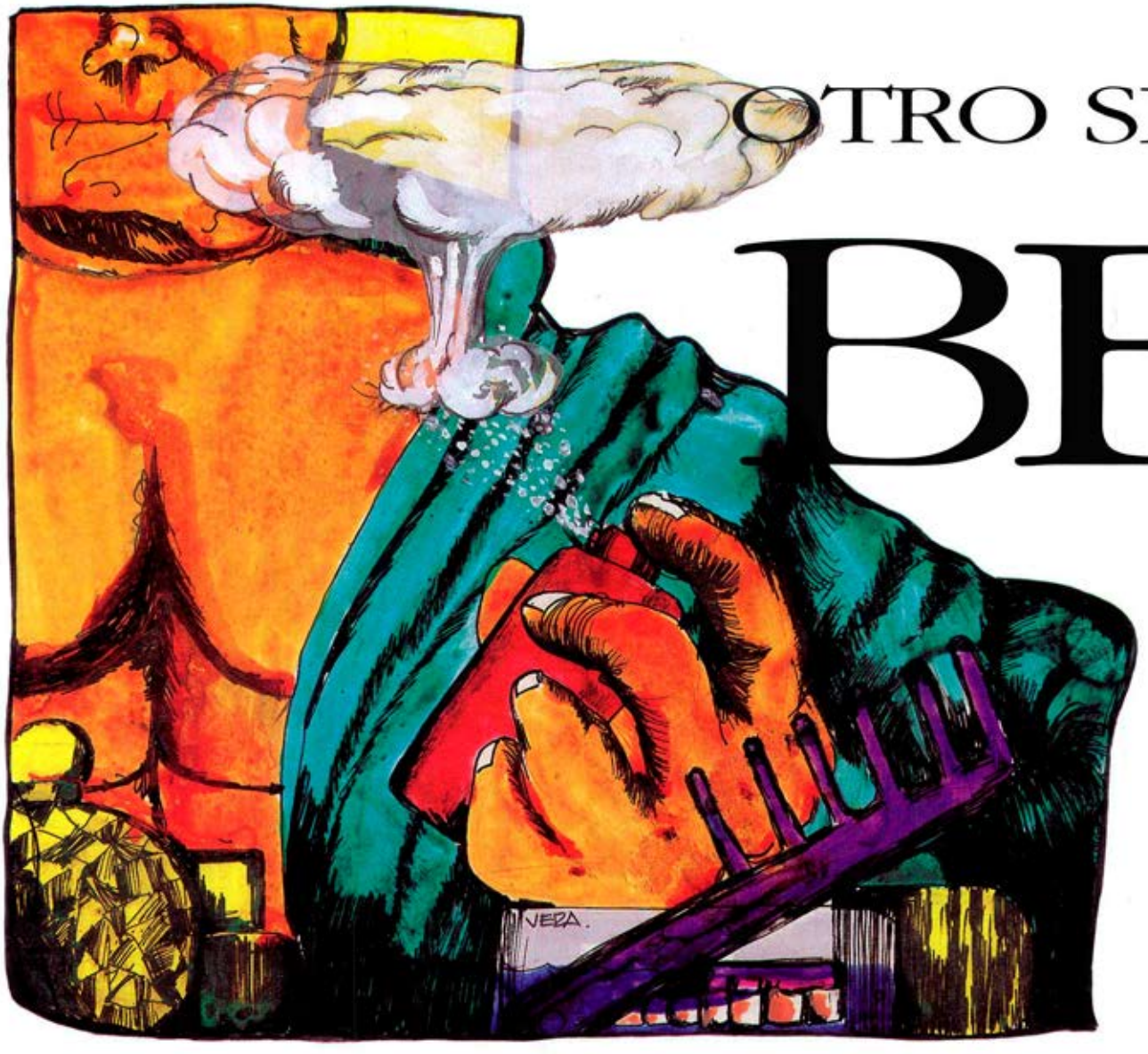
OTRO SIM

BE



BOLO TRANSITORIO DE LLEZA

JORGE ENRIQUE ADOUM

Que los patrones de belleza son una cuestión de geografía es innegable; se me ocurre que, para los negros del sur de Africa, la Venus de Milo resulta tan extraña como la Venus Hotentote para los europeos quienes, por no ser tildados de "eurocentristas", se ven obligados a encontrarla hermosa. Que esos patrones cambian con el tiempo, dentro de una misma cultura, es más difícil de explicar.

Los "sex symbols" (que en eso convirtió el siglo XX, gracias al cine, lo que antes fue arquetipo de belleza, modelo de armonía física, supuestamente sin connotaciones eróticas) han ido caracterizándose por rasgos y partes del cuerpo diferentes. Recuerdo apenas a Jean Harlow y, cuando ya adulto, vi en las cinematecas a Tedha Bara y Gloria Swanson, no pude comprender, evidentemente, por qué fueron ídolos de multitudes. De modo que las piernas de Marlene Dietrich -ya en la época de *El ángel azul* aseguradas en lo que valían: un millón de dólares- fueron seguramente para la juventud de mi generación, el comienzo de esa dolencia, generalizada e imprecisa, con que la atracción sexual se disfraza de imposible amor. (Después, la única heredera autorizada de ellas, aunque ya adelgazadas según el gusto de la época, parecen haber sido las del Sid Charise.) Entre las dos hubo un viraje del gusto, impuesto y difundido por Hollywood, hacia los pechos de Jean Mansfield (qué importa, frente a la esplendidez, que la

Verónica Avila

actriz haya pedido en Atenas que le mostraran el Coliseo?), ya devorados por afortunados gusanos cuando se impusieron los de Gina Lollobrigida.

Pero el deseo, insaciable y esclavista, pedía algo más que piernas o pechos. Así, la imagen de Heddy Lamarr cabalgando desnuda, junto al mar, un caballo sin silla, fue imborrable, por lo menos para una generación, hasta que Marilyn Monroe se apropió de todos los patrones, más o menos abstractos, de perfección e impuso los de su cuerpo, quizás por primera vez unidos a una suerte de resplandor interior. Después vendrían, como para demostrar que ni el cine ni la belleza eran exclusivamente norteamericanos, Silvana Mangano, más desnuda con su ropa húmeda adherida al cuerpo que dejaba adivinar; Kim Novac, cuya sensualidad mal disimulada aumentaba su expresión de inocencia en la que brillaba una chispa de perversión; y Brigitte Bardot, descalza y desgreñada, símbolo irremplazable del síndrome de Lolita. Hasta llegar, ahora, a Madonna y a Kim Bassinger, sin ambages, sin necesidad de explicación. Pese a todo, con la excepción de la Monroe, y por vericuetos inexplorados del alma que también tiene sus cosas, el público de los cines de Occidente (pienso que los de la India y el Japón también) amó, y más aún que a las otras, a mujeres de las que rara vez pudo entrever algo más que las rodillas: Greta Garbo, Laureen Bacall, Rita Hayworth, Ava Gardner, Elizabeth Taylor, Catherine Deneuve...

Porque en una sociedad de cultura masculina los "símbolos del sexo" son, evidentemente, mujeres. Y ellas no han querido, en lo que sería una justa revancha del espíritu y del instinto, elegir su equivalente entre los varones: han preferido buscar y decidir cuáles son, simplemente, los más "sexies" o sensuales. Y, volubles como nosotros, sus patrones de belleza masculina también han variado, desde los más "lindos" (no siempre muy viriles que digamos) -Rodolfo Valentino, Robert Taylor, Tyrone Power, Elvis Presley, Alain Delon...- hasta los más "duros" (no siempre tan brutos que digamos) -Douglas Fairbanks Jr., Clark Gable, Humphrey Bogart, John Wayne (con su exaltación de la guerra), James Dean, Rock Hudson, Yves Montand, hasta llegar hoy día a Michael Jackson, Micke Rourke y Tom Cruise-. Sin embargo, parecería que las mujeres optan por algo más que el sexo o que, a diferencia de lo que sería la tendencia masculina, la sexualidad para ellas está formada por otros ingredientes a más del cuerpo (salvo el caso de Arnold Schwarzenneger que, por no tener nada más que eso, posó desnudo para una revista), tales como la fuerza, la serenidad, la madurez o la ternura.

Estas reflexiones previas -mucho más agradables y excesivamente largas en relación con lo que sigue- han ido suscitadas por la noticia, por muchos lados confirmada, de que para millones de personas en Estados Unidos, el general Norman Schwarzkopf es el nuevo ideal de varón: incluso su físico "ha hecho desmayar a más de una americana". Basado en una encuesta, el *National Enquirer* considera a ese gigante de 1,90 m por 110 kg de músculos y grasa, como "el hombre más sexy de Estados Unidos": el "Oso" Schwarzkopf da la impresión de ser "compasivo a la vez que competente, un buen compañero a la vez que un líder". Para los europeos, en cambio, según el periodista Jean-Claude Buffle, simboliza todo lo que ellos reprochan a la intervención americana contra Irak: "la falta de mesura en el empleo de la fuerza, la tecnología más avanzada al servicio de la violencia más bruta". Pero, añade; "los norteamericanos siguen amando todo lo que es gordo y grande: sus automóviles, sus raciones alimentarias, sus jugadores de baseball y, en otro tiempo al menos, los pechos de sus mujeres".

Como confirmación de que "sexy" no significa solo un cuerpo (ni solo en opinión de las mujeres), sobre todo en el caso del general norteamericano, sino el mensaje que transmite, una revista suiza recuerda que, en los años setenta, el

actor Alain Alda (el cirujano de M.A.S.H.) dio a los varones norteamericanos el "derecho de llorar"; en los años ochenta, Silvester Stallone les devolvió con Rambo el "derecho de ser bestias". Scwarzkopf constituiría la síntesis: "Se ha reconciliado con sus emociones, escribe el editorialista Ellen Goodman, pero no está paralizado por ellas. No teme a la violencia pero tampoco la ama".

Imaginar a Schwarzkopf en la Casa Blanca es el pasatiempo norteamericano favorito.

Decir que el pueblo norteamericano es apolítico, resulta ya lugar común. Pero la victoria en la guerra del Golfo más que una cuestión política se parece ahora a una resurrección como nación. Un semanario europeo señala que después del "empate con que terminó la guerra de Corea", hubo la derrota de Francia en Indochina y Argelia, luego la derrota americana en Vietnam, y la derrota de Portugal en Mozambique y Angola y, en fin, la derrota de la URSS en Afganistán. Así, desde hace cuarenta años, en las guerras de larga duración, los pueblos del Sur triunfaron siempre sobre las potencias del Norte, aunque haya sido al precio de millones de muertos: la Guerra del Golfo es la primera en revertir la tendencia". Por su parte, Piero Gleijeses, de la Universidad de John Hopkins, historiador especializado en el estudio crítico del intervencionismo de Estados Unidos a través de los siglos, señala que "el aplastamiento del ejército iraquí, a fines del siglo XX, recuerda las guerras coloniales del siglo XIX, en las que los indígenas se hacían masacrar por un enemigo blanco provisto de una inmensa superioridad técnica". Por todo ello, Schwarzkopf aparece, no solo como ideal de varón "sexy" sino además como el héroe soñado: en las encuestas de mayo último, votaron por él 93% de los entrevistados. Su *briefing* de la victoria, el 27 de febrero, quedará en la memoria de los norteamericanos como uno de los más grandes trozos de su historia desde que existe la televisión: por lo pronto, la cadena ABC ha lanzado un videocasete que ha vendido ya centenares de miles de ejemplares.

Acabo de enterarme de que imaginar al "Oso" en la Casa Blanca es ya un pasatiempo favorito en los Estados Unidos. El único adversario de importancia, según un consultor político demócrata, sería la prensa que el general neutralizó en el Golfo y que aprovecharía la ocasión para desquitarse. Con ironía se pregunta: "¿Qué va a decir si se le interroga sobre economía: 'Avanzamos hacia el norte'?"

Un hombre de negocios de Texas ha dicho: "si a nuestros problemas de competencia con el Japón dedicáramos el mismo grado de profesionalismo, de celo y entusiasmo que en el Golfo, todo es posible". Y Frank Greer, publicista demócrata, tiene la receta para el triunfo: "Hay que dar a Norman Schwarzkopf la imagen de un ciudadano que simpatiza y desea mejorar la suerte de las familias medias". Esto, unido a la figura de un general victorioso, que además es capaz de eliminar, por fin, el déficit presupuestario y resolver el problema de los sin abrigo, le dará la imagen con la que "será invencible".

¿Invencible? Difícil. Porque su adversario mayor no sería la prensa sino el propio presidente Bush. Y -siempre voluble el público norteamericano- una vez derrotado en las elecciones por alguien menos "chic y sexy", nadie querrá parecérsele: cuando más los adiposos sin músculos y sin gloria que consumen toneladas de *pop corn* y de *ice creams* mientras recorren Disneyworld, desentendidos de lo que sucede en la Casa Blanca.