

Mariano Aguirre

Esther Cañadas en
Canfranc

ESTHER CAÑADAS

EN

CANFRANC

Mariano Aguirre

CC Mariano Aguirre 2014



Se autoriza la libre copia y distribución de esta obra. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.

Impreso en España / *Printed in Spain*

... ces divines, supernaturelles et extraordinaires beautez qu'on voit par fois reluire entre nous comme des astres soubz un voile corporel et terrestre (...aquellas divinas, preternaturales y extraordinarias bellezas que vemos en ocasiones rutilar entre nosotros como astros bajo un velo corporal y terrestre) (Montaigne)

Sólo quiero por riqueza la belleza sin rival (Espronceda)

... la silueta de una mujer que se destaca ligera y graciosa sobre la sábana de espuma del mar y el dilatado horizonte del cielo, ¿qué sentimientos nos despierta?, ¿cuánta poesía no tiene? Una inmensidad que apenas basta a reflejar la otra... (Bécquer)

Se amaba en Herodías su carne y lo que ella tocaba haciéndolo suyo como nimbo de su figura...sin dejar de ser ella, se vestía de todos los encantos de la castidad, de la lascivia, de la timidez, de la audacia, como de túnicas tejidas para su cuerpo y dóciles a su antojo para la tentación... no residía su hechizo sólo en su cuerpo, sino en su poder de armonía con lo que le rodeaba, haciéndolo fondo suyo y sellándolo. Como la goma que da el perfume, como el escudo que deja la vibración, así Herodías, en sus ademanes, después de realizados; en su voz, después de pronunciada la palabra (Gabriel Miró)

Como las hembras de Babilonia
no hay otras hembras tan incitantes,
arde en sus ojos de amor la llama,
buscan sus labios besos amantes;
como palmeras que el viento agita,
doblan si danzan sus cuerpos bellos,
dando en sus giros al aire ardiente
la negra seda de sus cabellos
("La Corte de Faraón", Perrín, Palacios, León)

PRIMERA PARTE: LA AÑORANZA DE LA BELLEZA

(arte, moda y publicidad)

A) TIERRA DE ASILO PARA LA BELLEZA

1. La modelo

La importancia de la modelo como personaje público, y además de gran relevancia, es algo reciente. En los últimos veinte años, aproximadamente, no sólo se han prodigado entrevistas y reportajes en diarios y suplementos de información general, fuera de los circuitos de la prensa especializada en moda, sino que incluso han llegado a acaparar portadas, algo impensable con anterioridad por considerarse frívolo en exceso y ajeno a la información seria.

En el artículo de Vicente Verdú, titulado "[Modistas en la Sorbona](#)" (El País, 3/1/95), se dice: "Armani, Calvin Klein, Jean-Paul Gaultier, Yamamoto y media docena más de consagrados reciben mayor consideración que, por ejemplo, la otra docena de arquitectos más importantes del mundo; y las modelos son tan cotizadas o más que las actrices... mientras en diarios y revistas la moda se alinea con la pintura, la literatura o el cine".

Quien fuera también modelo, la hispano-suiza Cristina Piaget, preguntada al respecto, respondía que la modelo, y en especial la *top model*, había ocupado en el imaginario popular el lugar que antes ostentaba la actriz, fundamentalmente la cinematográfica. Éstas se habían hecho más visibles y próximas, más iguales al común de las mujeres, abdicando así de ese alejamiento inalcanzable y cuasi-mítico de los héroes y heroínas, rebajándose en definitiva y dejando vacante el trono áureo de la admiración y el embeleso... cediéndolo a la modelo, con su elegancia, su sofisticación y su mayestática altivez, con su belleza simpar.

Ya nos advierte Montaigne, con su habitual talante de crítica relatividad, que ni sincrónica ni diacríticamente -sin que él, obviamente, emplee estas palabrejas de la ciencia lingüística- hay criterios firmes sobre la belleza. Dicho esto, irrefragable, aun sin lograr definirla y concretarla, el propio Montaigne afirma que "la belleza es algo de gran recomendación en el comercio humano; es el primer medio de conciliación de los unos a los otros y no hay hombre tan hosco o tan bárbaro que no se sienta ablandado por su suavidad. El cuerpo es de importancia suma en nuestro ser y ostenta en él puesto destacado; por ello su estructura y composición son de muy justa consideración". "La fiebre de la belleza". Es expresión del propio Montaigne: "*Et Antiochus print la fièvre de la beauté de Stratonice trop vivement empreinte en son âme*" ("Y Antiocho contrajo la fiebre de la belleza de Estratónice tan vivamente impresa en su alma"), con lo cual nos quiere significar que el amor surge de la contemplación de la belleza.

Que la belleza lima asperezas y concita entendimientos, que es instrumento civilizatorio, también lo afirmará más tarde Cervantes en hermosísimas expresiones, tanto en el Quijote: "... la hermosura, por sí sola, atrae las voluntades de cuantos la miran y conocen"; "... y como la hermosura tenga prerrogativa y gracia de reconciliar los ánimos y atraer las voluntades", como en "El coloquio de los perros": "por ser prerrogativa de la hermosura, que siempre se le tenga respeto". Abunda Cervantes en la cuestión pues la belleza es algo que le importa y mucho. Y así, en el "Persiles y Segismunda", leemos también: "... y es privilegio de la hermosura rendir las voluntades, y atraer los corazones de quantos

la conocen: y quanto la hermosura es mayor, y más conocida, es más amada, y estimada". No sólo eso, sino que además, a través de la hermosura, la Naturaleza otorga la verdadera nobleza desmintiendo a la sociedad, tal y como se afirma en el Quijote: "Es prerrogativa de la hermosura, aunque esté en sujeto humilde, como se acompañe con la honestidad, poder levantarse e igualarse a cualquiera alteza, sin nota de menoscabo del que la levanta e iguala a sí mismo". Y Michel de Montaigne remata así, apoyándose en una cita de Lucrecio: "La primera distinción que hubo entre los hombres y la primera consideración que otorgó las preeminencias a unos sobre otros, fue verosíblemente la ventaja de la belleza".

Hay más: que la belleza nos haga mejores, nos perfeccione, es algo que no ofrece ninguna duda a Gustavo Adolfo Bécquer ("Circo de Madrid"): "Además el espectáculo de lo bello, en cualquier forma que se presente, levanta la mente a nobles aspiraciones. Yo, que profeso esta teoría, creo de todas veras que una mujer hermosa civiliza tanto como un libro. Sin querer, al contemplarla se buscan sus afinidades y se encuentra al cabo que la virtud es, en el orden moral, lo que en el físico la hermosura".

Llega a ser tan poderoso el arrebató por la belleza que pasa a constituirse casi en motivo propio de orate. Y así, una vez más en Gustavo Adolfo Bécquer, vemos cómo esta Belleza, no es ya que tenga que ser necesaria, que sí obviamente, sino que es suficiente, a ella sola se basta, llega a ser lo único que importa y oculta y vuelve absolutamente prescindible todo lo demás. Así la mujer podrá ser estúpida.... ¡qué importa si el deseo puede más que la realidad pues la imaginación transmuta las cosas a nuestro antojo y a conveniencia de nuestro deseo! En la rima XXXIV, vemos cómo el portante de ella es "silenciosa armonía", "del himno alado cadencia rítmica"; cómo en su mirada el Universo todo "arde con nueva luz"; cómo risa y llanto son en ella "agua fugitiva" y "poema de ternura infinita" respectivamente; cómo en definitiva ella lo tiene todo: "Ella tiene la luz, tiene el perfume, / el color y la línea; / la forma, engendradora de deseos, / la expresión, fuente eterna de poesía" Y sin embargo, en la última estrofa, se nos revela su falta de luces. ¿Qué más da no haber descubierto la pólvora cuando se es y se posee todo lo previamente enumerado de forma tan poética? La inteligencia, en estas circunstancias, es pura fruslería y a Bécquer se le da un adarme:

"¿Que es estúpida? ¡Bah! Mientras, callando,
guarde oscuro el enigma,
siempre valdrá, a mi ver, lo que ella calla
más que lo que cualquiera otra me diga".

Vaya, que ser bella basta, o si se prefiere, que ser bella es, no sólo lo principal, sino lo único. Por cierto, "aprovechando el viaje", quién dijo que en Bécquer no cabía la ironía...

De la prevalencia indiscutible de esta belleza sobre cualquier otra consideración nos da fe la rima XXXIX:

"¿A qué me lo decís? Lo sé: es mudable,
es altanera y vana y caprichosa;
antes que el sentimiento de su alma,
brotará el agua de la estéril roca.

Sé que en su corazón, nido de sierpes,
no hay una fibra que al amor responda;
que es una estatua inanimada; pero...
¡Es tan hermosa!"

Aquí la cosa se nos aparece aún más seria pues se nos dice que la maldad, la insensibilidad y la crueldad quedan preteridas y anuladas si se dan o incluso concitan en una persona bellísima. Aquí, eso de que la estética lleva a la ética, queda pervertido; aquí, la estética justifica la falta absoluta de ética.

Si Cervantes, como hemos ya visto, "levantándola", igualaba la belleza de baja extracción, por la simple razón de ser bella, a "cualquier alteza", Bécquer, implícitamente, la lleva más allá, haciéndola superar con creces a la nobleza, tanto a la de sangre como a la de ánimo y alma!

En "Un boceto del natural", Bécquer describe a Julia, una joven en lo psíquico "bastante original", según la pinta someramente una prima suya, dibujando una sonrisa maliciosa en su rostro al decirlo. Julia cautiva a Bécquer y el interés y la pasión que suscita en el poeta, son espoleados por su misterioso mutismo y su impassibilidad de esfinge, que él toma por superior inteligencia, un tanto desdeñosa e irónica, y por elevación de alma empapada de poesía. "Hasta que las vi unas enfrente de otras, no se me revelaron en toda su majestad aquellas tres inmensidades: el mar, el cielo y las pupilas (debiera decir más bien "iris", pero esto es error frecuente en Bécquer -Bécquer, cero en oftalmología, que dice mi madre-, posiblemente seducido por la musicalidad de la palabra) sin fondo de Julia". Bécquer, enervado por su personalidad altamente romántica y por su fiebre de ideal, construye castillos en el aire, conjeturando y fantaseando sobre Julia. "Aquella noche la pasé en claro, revolviendo en la fantasía tanto disparate... (ya una vez en la calle en cuanto que amaneció) tratando de desechar las ideas absurdas que hervían en mi cabeza. No sé cuánto tiempo anduve vagando de un lado a otro como un sonámbulo, hablando a solas y tropezando con todo el mundo..." Pues bien, para abreviar, al final, en otra demostración de ironía fina, en esta ocasión de auto-ironía, se descubrirá que el silencio, el ensimismamiento, la lejanía de Julia, su presencia transmundana y misteriosa, su "originalidad" no se deben más que a que "es tonta". Con este descubrimiento concluye la narración. ¿Qué ocurrió luego? Lo ignoramos y además poco importa. Sabemos algo más de cómo es el romántico y el previo goce mental de Bécquer, su paraíso imaginativo, eso ya no hay quien se lo sustraiga. Como se dice popularmente: sí, sí, de acuerdo, pero que le quiten lo "bailao"...

La actriz cinematográfica ha ido despojándose paulatinamente de su aura divina, de sus atributos psíquicos y físicos inaccesibles, de su personalidad "de lujo", de su carácter despótico de "mujer fatal" para pasar a interpretar unos papeles más igualitarios por lo que

hace a la relación de los sexos, más descarnados o incluso brutalmente naturalistas, más humanos y menos áulicos (o incluso divinos, o cuasi-divinos al menos), en definitiva más partícipes del común de los mortales. Habría pues renunciado a la Belleza Absoluta y sin ambages en aras de una mayor proximidad al público, de una mayor "humanización", y habría así dejado de ser "modelo", esto es ejemplo, arquetipo o referencia que, por suscitar admiración o incluso adoración en los demás, incita a la imitación. Toca ahora a la modelo encarnar ese Ideal irrenunciable. Qué duda cabe que Cristina Piaget no anduvo desencaminada en sus sagaces apreciaciones.

Ahora bien, estas impresiones de Cristina Piaget se publicaron no sabría precisar si en "El País Semanal" o en "Blanco y Negro" hará ya veinte años o más incluso y desde entonces las cosas han cambiado. Así, hoy en día son numerosas las actrices de la gran pantalla (al igual que mujeres deportistas y mujeres cantantes del pop) que posan y protagonizan anuncios de cosméticos, perfumes y ropa, en lo que es casi intrusismo profesional; e incluso alguna se atreve con la pasarela. Recíprocamente las *top models* hacen incursiones en el cine, como es el caso de Claudia Schiffer, Elle Mac Pherson, Milla Jovovich o nuestras Esther Cañadas e Inés Sastre, sin gran éxito en general por otra parte. Asimismo tenistas, nadadoras y atletas se transforman ocasionalmente en modelos, respondiendo esto último, a mi entender, a una progresiva masculinización y musculación del canon femenino de belleza, mas de esto se hablará más tarde.

Así pues asistimos hoy en día a una disolución, con numerosas intersecciones y solapamientos, de las lindes que acotaban las distintas actividades profesionales. Al igual que actualmente se han invertido los términos en la relación entre cine y teatro para el actor pues antaño el que brillaba en el teatro solía ser reclamado para el cine (si bien sería más apropiado ahora hablar de la relación entre teatro y televisión, por la intromisión que supone ésta con su desmesurada importancia mediática ya que el público parece demandar sobre las tablas caras conocidas y familiares de la pequeña pantalla), de parecida manera y paralelamente, digo, hogaño la relación entre moda, pop y deporte es una auténtica madeja muy apretada, de hilos muy imbricados, y por ello ardua de desenredar.

2. Arte y publicidad

Caravaggio, con su realismo *popolano* que le lleva a pintar *madonne* morenas e incluso varices en las pantorrillas de los apóstoles; nuestro Barroco español; y en general la inspiración contrarreformista que dicta a los artistas proximidad con el pueblo y humanización de lo divino, rompen con la idealización de la pintura. Qué lejos, desde este punto de vista, nos hallamos ya del arte bizantino, del gótico y de ambos Renacimientos incluso. Sin embargo, no será hasta finales del siglo XIX o, por mayor precisión, hasta los ismos varios y las vanguardias de principios del siglo XX que se procederá a la subversión en el Arte y a la expulsión de la Belleza de sus ámbitos y presupuestos.

La Revolución Industrial, el desarrollo de las ciencias con sus apabullantes concreciones técnicas y el estremecedor poder destructivo de las armas puesto de manifiesto en dos cruentísimas guerras mundiales (tanto es así que la primera lleva a Freud a

formular su teoría del *Thanatos* en contraposición a *Eros*) abolen todo humanismo, desplazan al hombre del centro de gravedad estético e ideal e imponiendo el azar, la crueldad y la iconoclastia, entronizan el caos, creativo y destructivo a la vez.

Y así el expresionismo es feísta por vocación; el cubismo, desestructurador de la visión "real" y creador por tanto de adefesios ópticos; el dadaísmo, nihilista rabioso; el futurismo, violento, veloz y desbocado; el surrealismo, exaltador de monstruos y desvelador de sórdidos arcanos inconscientes; el suprematismo... acaba siendo nada, etc. ¿Y Bacon? El cólico de la carne. ¿Y Lucien Freud? Casi pornografía, lo contrario de la Belleza. Y todos ellos son antiestéticos.

Paremos mientes en que el gran mérito del arte ha sido la plasmación de la realidad, su imitación, para decirlo en términos populares "el parecido"; cuanto mayor, mejor, y si es total, insuperable. Recuérdese al respecto la anécdota de esa pintura de Apeles, en que las flores eran tan *auténticas* que en ellas, engañadas, se posaban las abejas dispuestas a libarlas. El retrato, por otra parte, cumplía una función bien práctica: fijar los rasgos del retratado para perpetuarlos para la posteridad o como recordatorio permanente (en sus distintos tamaños, desde el gran lienzo al pequeño colgante o al tallado camafeo) de la persona amada o como carta de presentación (cuántos de estos retratos no habrán circulado por las cortes antes de los enlaces regioes o principescos). Pero en esto que surge la fotografía: al alcance de todos, de fácil manejo técnico comparada con lo que es el aprendizaje ¡de años! de la pintura; proporciona de inmediato y automáticamente unas imágenes en perspectiva natural al captar *mágicamente* la realidad... Es lo que Pirenne llama la "competencia desleal". Hay más: surge el cine, la imagen en movimiento, lo que nunca podrá plasmar la pintura. Así las cosas, o la pintura (con la escultura) desaparece o habrá de dedicarse a la experimentación técnico-artística o a la exploración del mundo interior del hombre; desaparece así, en palabras de Miguel Etayo, esa "visión estable" del Renacimiento, que es "la del ser humano en su escenario, ambos perfectamente definidos" pues ahora el arte se sumerge en la pura indefinición: Rothko y su búsqueda de una perspectiva abstracta y desmaterializada; Malevich persiguiendo el espacio sin objetos; Mondrian que geometriza desligado del mundo físico, tangible; Vasarely que juega con la psicología de la percepción; Dalí buscando, en la adecuación de sus representaciones a las realidades microscópicas (espiral del ADN o estructura atómica de la materia) subyacentes a la realidad e imperceptibles, una nueva realidad superior, una auténtica y definitiva "surrealidad", podríamos decir; Manzoni desplegando su ironía iconoclasta y poniendo permanentemente en tela de juicio al artista y al mundo del arte contemporáneo, tan mercantilizado e hiper-intelectualizado, etc. En cualquier caso, el objeto no interesa ya a la pintura... Nuevamente en palabras del profesor Etayo: "La pintura se vuelve hacia adentro: el problema que interesa ya no es el objeto sino el sujeto".

El profesor Calvo Serraller establece magníficamente las tres bases del arte clásico o tradicional, de lo que siempre se ha entendido por arte, del arte hasta la época actual, para entendernos: el canon clásico de la belleza; el orden matemático cifrado en la perspectiva; por último, el argumento narrativo de carácter ejemplar, o más sencillamente la historia que cuenta el cuadro. Todo ello otorga a las artes plásticas una conformación sólida, reconocible, reconocida y aceptada por todos; con visos de eternidad. Sin embargo... esa eternidad ha

sido puesta en entredicho y, cuando menos y desde luego, entre paréntesis y en suspenso por el arte contemporáneo. Ahora bien, como el arte es producto humano, ¿qué cambios se han producido en la percepción de nosotros mismos como personas y como especie, que expliquen este nuevo estado de cosas? Si el paradigma artístico "clásico", el consagrado, el "de toda la vida", parece haber expirado, ello se debe a que el hombre no sólo no se ve ya ni como centro ni como unidad de medida de la existencia, sino que incluso se mengua a títore, a *ready made* de carne y hueso (sujetos éstos al deterioro progresivo, a la corrupción y a la disolución irreversible), fruto del azar, condenado a la más grande de las insignificancias metafísicas, defensor a ultranza de su libertad absurda y desesperadamente inmanente... la absoluta constatación de la inanidad y falsedad radicales de toda trascendencia y esto ya de forma definitiva, tras los tanteos "libertinos" nietzscheanos, materialistas y revolucionarios. Así, siendo el destino del hombre temporal y limitado, los cauces de su actividad serán asimismo sólo temporales y por tanto indefinidos y permanentemente cambiantes. ¿Dónde queda el sagrado concepto de "eternidad"?

Desde lo que Calvo Serraller llama el "antiprincipio" de la Libertad, el arte actual, ajeno a la Belleza, e incluso dándole la espalda, busca y crea perplejidad e indeterminación frente a esas fronteras bien delimitadas, frente a esas formas cerradas de los cánones y de la tradición. Como el hombre es un ser privado de sentido, el arte renunciará al significado y se erigirá tan sólo en significante, lo que Calvo Serraller llama la "desliteraturización" del arte.

Ahora bien, como todo lo anterior se erige contra el sentido común, la visión popular, motejada de gárrula y de reaccionaria por los "inteligentes", recela del arte contemporáneo, se siente burlada, alimenta hacia él prevención y animadversión y genera una viva nostalgia de aquel otro arte, el anterior, "el que se entiende", que, lejos de desasosegar, era fuente de placer al recrear la Belleza, plasmándola materialmente desde presupuestos óptico-matemáticos y recreando unas historias edificantes, míticas, superiores e idealizadas. El pueblo -y el hombre como animal simbólico y consciente, además de inconsciente- necesita del arte como factor de estabilidad emocional, como ancla de sus creencias, como marco securizante de sus certezas y por tanto, ni por asomo, puede sentirse representado o identificado con el arte actual, que lo desconcierta y desazona grandemente. El divorcio entre las gentes, ya sean espectadores o fieles, y el arte, no puede ser más abismal que el de nuestros días.

Como seres racionales, necesitamos la Verdad, única y no multiforme (las verdades) y por tanto de un arte que se defina con respecto a ella y a partir de ella, que es cuanto afirma Platón: "Lo Bello es el esplendor de lo Verdadero". Como seres creadores de mitos, necesitamos héroes pues nuestra percepción de la Historia y de la existencia sigue siendo mucho más aristocrática que democrática. Como seres religiosos, necesitamos de lo imperecedero: "Y su Reino no tendrá fin". Como seres de pensamiento mágico, necesitamos historias. Como seres mortales conscientes, tenemos miedo y necesitamos conjuras contra la muerte enemiga y no precisamente que se la llame a gritos.

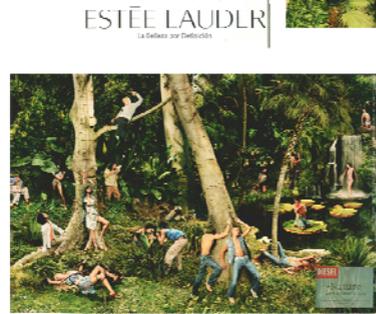
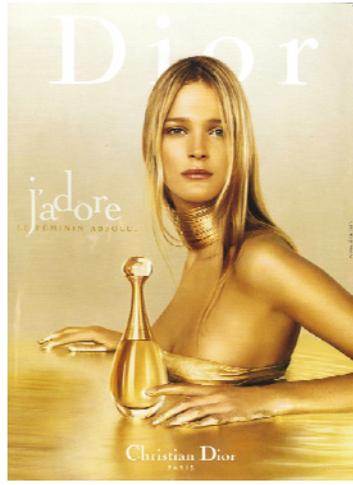
Así las cosas nada puede ser más aborrecible para el ser humano que el arte abstracto, puro significante sin anclaje, sin referente de significado y por ende palabra necia, injustificada, demencial, auténtica agresión injustificada a nuestra esencia humana. En 1915, con un año ya de Primera Guerra Mundial a las espaldas, reveladoramente, declara Paul

Klee: "Cuanto más aterrado este mundo -como hoy es el caso-, más abstracto el arte, mientras que un mundo feliz produce un arte del más acá"

Ahora bien, si el arte no cumple ya su cometido, pues el "mundo feliz" tal como lo nombra Paul Klee ha quedado definitivamente abolido por la Historia, la cultura queda desequilibrada y renquea. Por ello, rigiéndose por los principios homeostáticos, la actividad humana encuentra un nuevo acomodo a aquellas necesidades psíquicas que han quedado desamparadas y a la intemperie. Hay que dar cobijo a los desterrados. Su nuevo hogar -¿provisional?- es la publicidad.

3. Algunos ejemplos de "belleza en la publicidad"

Echemos un vistazo, con unas rápidas glosas, a algunos anuncios de perfumes, ropa y complementos, aparecidos mayormente en las revistas femeninas de moda "Elle", "Telva" y "Vogue". Ya sólo en los eslóganes se nos revelan los términos y conceptos de los que estamos necesitados, pero que el arte actual ha expulsado a las tinieblas exteriores. "*Quelque chose en moi d'éternel*" (Algo eterno en mí) -perfume "Organza", de Givenchy; "*le féminin absolu*" (el femenino absoluto) -perfume "J'adore" de Dior; "*Kingdom*" (Reino) -perfume de Alexander Mac Queen; "*Le baiser du Dragon*" ("El beso del Dragón", siendo este animal, en su irrealidad y en su magia, algo muy propio de la iconografía cristiana como representación del Mal; de ahí que lo incluyamos en esta relación de temas o tópicos ajenos al arte contemporáneo) -perfume de Cartier; "*Truth*" (Verdad) -perfume de Calvin Klein; "*Eternity*" (Eternidad) -perfume de Calvin Klein; "*la Belleza por Definición*" (maquillajes de Estée Lauder): nótese las dos mayúsculas, se trata de absolutos, pues, y no de ejemplos; "*La beauté est plus intime lorsqu'elle intrigue*" (La belleza es más íntima cuando intriga) -juego de maquillaje "*Prisme miroir*" de Givenchy; "*Beauty has its reasons*" (La Belleza -con mayúscula- tiene sus motivos) -complementos Baccarat; "*... quatre somptueuses raisons... la beauté s'affirme jour après jour*" (... cuatro suntuosos motivos... la belleza se afirma día tras día) -Noir couture, un "mascara" de Givenchy; "*Forever*" (Para siempre) -rejuvenecedor de Yves Saint Laurent; "*Rencontres avec les beautés de la terre*" (Encuentros con las bellezas de la Tierra) -prendas de Hermès; "*Love it while it lasts*", en clara alusión al "*Carpe Diem*" -prendas vaqueras Diesel; "*Eternal Beauty*" (Belleza Eterna) reza el anuncio de las joyas Bulgari; "*celui de la perfection*" (el de la perfección) -comentario de la foto de portada de un número de "Elle" en que aparece la modelo Daria Werbowy.



ESTÉE LAUDER
La Belleza por Definición

Benozzo Gozzoli. Florencia, la "nuova Atene". Bajo la cultísima y muy sensible liberalidad de Lorenzo el Magnífico y los Medici en general, surge el Primer Renacimiento, ebrio de belleza y consciente de su importancia histórica. Esta conciencia del propio ser y de la propia actividad generan una confianza sin confines, un entusiasmo arrebatado y una portentosa creatividad de insuperable dominio técnico y de exquisita delicadeza. Aquella Florencia del Quattrocento, irrepetible, que irradió su magia y su vitalidad a toda Italia, fue paraíso terrenal (y quizá sobrenatural) para todos los artistas que, gozosos, tomaron parte en esa insuperable aventura estética. En el palacio florentino Medici-Riccardi, el fresco "El cortejo de los Reyes Magos", "Il Corteo", sería no sé si el mejor, pero sí soberbio ejemplo de ese arte tradicional que no sólo cuenta una historia, que es narración, sino incluso cuyo valor artístico es función de la importancia de la historia que representa. Según la poética aristotélica, una vez establecida la primacía de la escritura sobre las artes plásticas, éstas sólo pueden adquirir relevancia y prestigio, si glosan una historia, si son en definitiva ilustración. No sólo eso sino que cuanto mayor sea la subordinación de la pintura al Ideal, esto es cuanto más y mejor se sublime, mayor será la calidad del producto artístico. Aquí, en este fresco florentino, tenemos belleza de cuerpos, ropas y arreos varios; lujo, en vestimentas, peinados, tocados, animales exóticos; oro y dorados prodigados con extraordinaria largueza; predominio de la juventud, de la salud, de la lozanía; estilización de ademanes, portes, miradas; donosura y comedimiento áulicos; paisajes quintaesenciados. La forma pulquérrima genera la felicidad.

Néstor Luján lo ve y comenta así: "Nadie como Benozzo Gozzoli... desarrolla una cabalgata de Reyes más arrogante y bella. Jamás se volverá a repetir... Su composición, la atmósfera luminosa y tensa, sus magníficos y mentirosos aduladores retratos de la familia de los Médicis... Resplandecen en ella el oro, los verdes frescos y los rojos crepusculares, a veces incendiados."

En cuanto a la historia, en realidad condensación, casi onírica, de dos, no puede tratarse de algo más excelente: el Concilio de Florencia que persigue la reunificación de la cristiandad escindida se solapa con un idealizado cortejo de los Magos de Oriente que, siguiendo la estrella, persiguen conocer y adorar al Redentor. Lo sagrado y lo profano, lo antiguo y lo contemporáneo (en aquel momento en que Gozzoli afrescó las paredes), Occidente y Oriente, se dan la mano y, confundiendo, crean un mundo perfecto, esférico, sin fisuras. Le viene a uno a la mente el verso sublime de Baudelaire: "*Là, tout n'est qu'ordre et beauté, luxe, calme et volupté*", si bien el poeta estuviera recordando un puerto de mar del Extremo Oriente. Orden, belleza, lujo, calma, sí, ciertamente. ¿Voluptuosidad? No manifiesta, pero sí sugerida, intuida, pues no debe olvidarse que el Renacimiento es también carnalidad pagana.

Este fresco lo abarca todo, es omniexplicativo y, penetrado de Ideal, retrata la Belleza en todo su esplendor inmarcesible. El Arte persigue lo eterno, frente a las contingencias actuales tan secularizadas, reductibles a la actualidad más somera, y refiere todo suceso de importancia a unos arquetipos inamovibles por ser míticos; y es así como Florencia y la Toscana se emparejan con Tierra Santa y con el Oriente, los Medici con los Reyes astrólogos y sabios, y la belleza itálica se subsume en la idealidad.

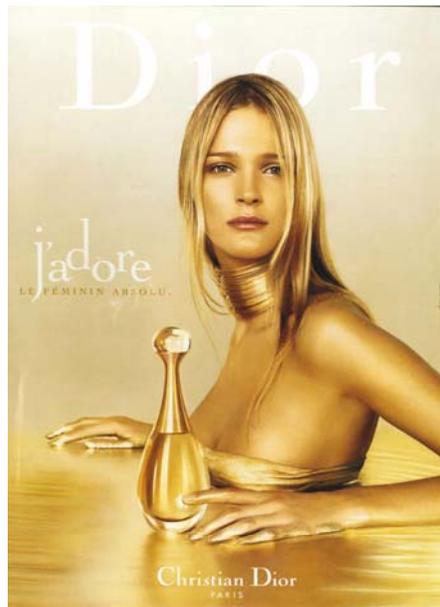
Volviendo a esos anuncios de la revista "Elle", veamos a qué historias se refieren y a qué iconos nos remiten o cuáles expresan. El perfume Organza de Givenchy recrea, a través de la forma del envase, no sólo la elegancia del fuste acanalado de las columnas clásicas, coronado con un tapón que es una reelaboración del capitel jónico, sino también la silueta de la cariátide que, cual Galatea, hubiera cobrado vida y ostentara una cándida clámide de organdí plisado, "pendant" carnal al mármol ideal y al perfume líquido, que quedan así eróticamente feminizados.



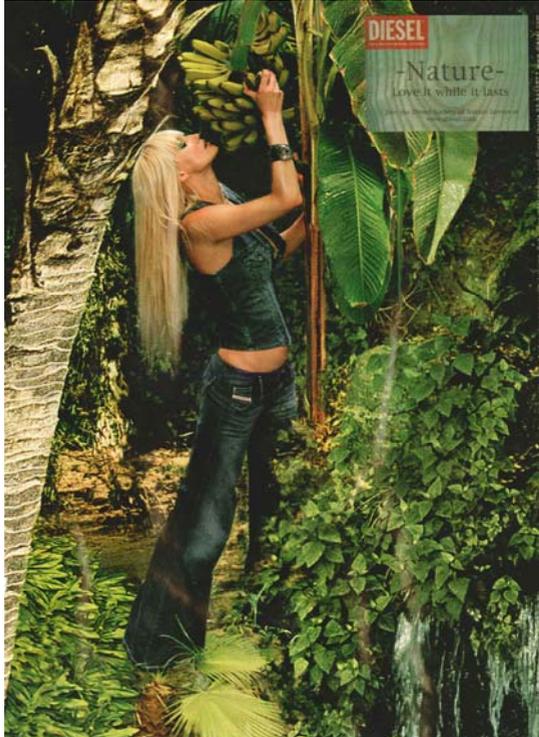
Dolce e Gabbana recrean, contra las ásperas rocas de un ascético paisaje a lo Cosmè Tura o a lo Andrea del Castagno, el icono arquetípico del Moscóforo y por tanto del Buen Pastor (o al menos del Bautista) en una Giselle Bündchen que fija intensamente la cámara. Dice el Salmo: "Bello entre los hijos de los hombres" (XLV, 3) y no hemos de olvidar, por otra parte, que en nuestra religión resucita la carne. "...y los muertos resucitarán en un estado incorruptible y entonces nosotros seremos inmutados...cuando este cuerpo mortal haya sido revestido de inmortalidad, entonces se cumplirá la palabra escrita: la muerte ha sido sorbida por la victoria" (Pablo - I Corintios- XV, 52-54); "La expresión *resurrección de la carne* significa que el estado definitivo del hombre no será solamente el alma espiritual separada del cuerpo, sino que también nuestros cuerpos mortales un día volverán a tener vida" y "Así como Cristo ha resucitado verdaderamente de entre los muertos y vive para siempre, así también Él resucitará a todos en el último día, con un cuerpo incorruptible..." (Compendio del Catecismo de la Iglesia católica).



"J'adore" de Dior nos remite al rey Midas. Todo es oro, mas aquí, a diferencia de cuanto aconteciera a aquél, no hay exceso punible sino exaltación "áurea" de la perfección. El oro es incorruptible y es eterna juventud que esplende.



Los anuncios del perfume "Kingdom" de Mc Queen y de la ropa vaquera "Diesel Nature" recrean el Jardín de las Delicias, con su voluptuoso erotismo, su despreocupación y, en el segundo caso, su lotofagia narcótica y ensimismada. En el primero hay amalgama; en el segundo, introversión, siendo ambos fábulas del placer.



Custo recrea, secuencialmente, como en una novela visual por entregas, la leyenda de Píramo y Tisbe en su primera parte, previa al trágico desenlace, con la feliz superación del muro que obstaculizaba el amor de los dos jóvenes.



Kookai, quizá demasiado implícitamente, hace hincapié en el archiconocido motivo de la Pietà.



“Chance”, perfume de Chanel, recrea las bacanales míticas y uno no puede por menos recordar el magnífico lienzo de Tiziano, desbordante de felicidad erótica, que se encuentra en el Prado, con una bacante ebúrnea en su desnudez, derribada por el vino y ofreciéndose, y más allá un fauno vencido por el sueño etílico, olvidado de todo y feliz en su intoxicación.



“La bacanal de los Andrios” Tiziano (1526)



Chanel, edulcorándolos, ha reunido a ambos, tumbándolos sobre la convexidad superior de una redondez dorada, respectivamente la forma perfecta (esférica o al menos circular) que ostenta el frasco y el color perfecto que luce el perfume.

La cosmética de "Prisme noir" de Givenchy y las joyas "Viceroy" evocan abiertamente la historia de Narciso absorto ante su propio reflejo. Participando de ello, los guantes de Prada evocan el ensimismamiento del melancólico e incluso el estupor del catatónico. También el perfume "Paris" de Yves Saint Laurent pone en escena, entre inquietantes ambigüedades eróticas, la fascinación del espejo y de la belleza en él desdoblada y duplicada.



VICEROY
BOUTIQUE

Chaussée d'Antoine 186-188 et 111-113



YVES SAINT LAURENT

parfums



GIVENCHY

La beauté est plus intense lorsqu'elle intrigue.



Prisme
miroir

Nouveau Prisme Miroir.
C'est un double maquillage
à l'heure romantique.
L'ensemble est composé pour
mettre à l'épreuve l'homme
qui regarde.
Ses yeux sont attirés par
l'effet du jeu de l'ombre
et du jeu de la lumière.
C'est un jeu de miroir
qui se joue à l'heure
romantique à la praline. Prisme
Miroir est destiné pour le regard
et les épaules.

www.givenchy.com



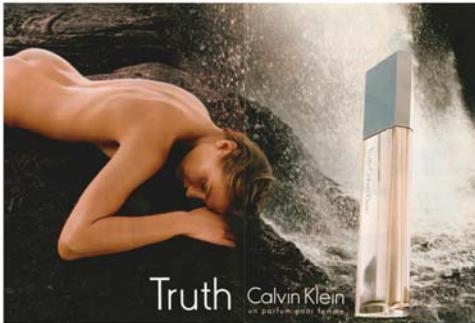
PRADA

Hermès recrea a Ofelia flotante, pero participando ambivalentemente de la vida y de la muerte, vampíricamente... the undead.



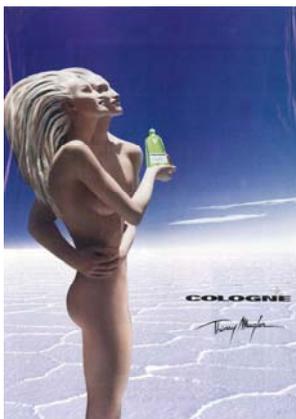
"Ofelia" John Everett Millais (1852)

Los perfumes "Céline" y "Truth" de Calvin Klein, así como los complementos de Baccarat y de Daniel Swarovski, ponen en escena la lluvia de oro (o plata) que fecunda a Dánae, sin llegar al atrevimiento de Ticiano quien pinta a la joven en pleno acto onanista, lo cual no deja de ser, no sólo plástica sino temáticamente, todo un acierto, al establecer entre ambos fenómenos, placer solitario y eyaculación divina, una relación mágica de causa-efecto, ilustración de lo que Freud llama la "omnipotencia de las ideas".



"Dánae" Tiziano (1554)

El agua de "Cologne", de Thierry Mugler, se hace eco, si no en la forma, sí al menos en la idea, del mito aristofanesco del andrógino primigenio, del ser perfecto que reúne por siempre los complementos y funde en sí los opuestos. Ambos (o uno, en realidad) recortan su dichoso perfil contra un cielo de un intensísimo azul, casi sobrenatural, que no es otro que el de la felicidad.

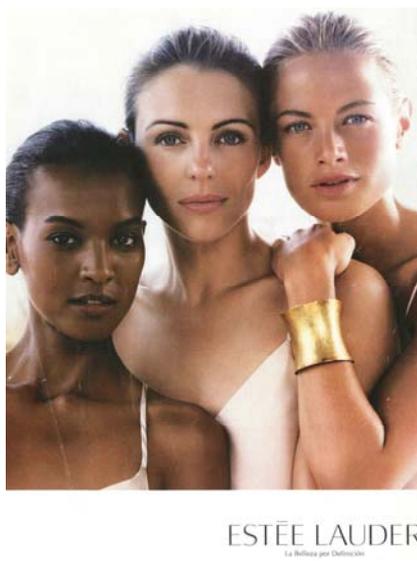


El perfume "Chacok" recurre a las Tres Gracias, que en realidad es una misma modelo triplicada, girando grácilmente torno al envase.



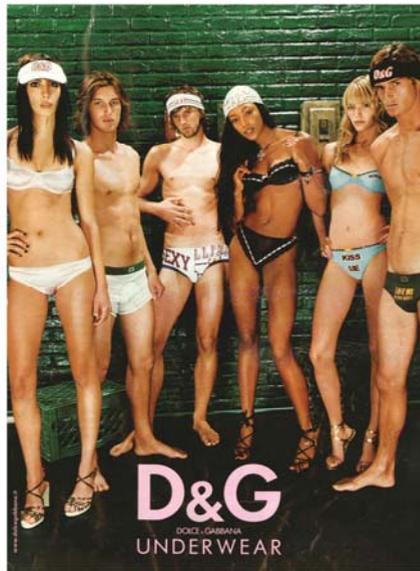
Y más, muchísimo más, que no podemos aquí ni tan sólo enumerar pues la lista sería interminable.

Por otra parte, si bien sea cierto que son numerosos los anuncios que no cuentan una historia, no son tantos -como dejándose llevar por las apariencias, podría uno pensarlos que no remiten a la iconografía tradicional. Tomemos el de Estée Lauder previamente citado, "La Belleza por Definición".



En escala, de la más baja a la más alta, se nos ofrece un primer plano de tres galanas, distintas todas ellas, mas todas ellas donosísimas: la negra, luego la blanca morena y por último la rubia. Como Tres Gracias confraternizando en su hermosura. Desprovistas de todo ornamento, casi tan sólo "con la cara lavada". Miran las tres fijamente a la cámara. ¿No comprendemos que son ángeles?

El Renacimiento nos brinda multitud de tablas de altar con una maternidad rodeada de santos y santas, cada uno de ellos fácilmente reconocible por su objeto iconográfico identificativo (las flechas de San Sebastián, la parrilla de San Lorenzo, los pechos de Santa Águeda, la rueda quebrada de Santa Catalina, etc.) Dolce e Gabbana son italianos y poseedores de una gran sensibilidad. No es extravagancia suponerles concedores del gran arte del Quattrocento y del Cinquecento y así numerosísimos anuncios de la firma, ya sean de ropa o de lencería, son en grandísima medida esas *pale d'altare* mencionadas, que, aunque desprovistas de madonna con niño, se muestran saturadas de santos erotizados si bien huérfanos de símbolos iconográficos concretos, esto es laicizados. Tanto en los de un, pongamos por caso, Piero della Francesca como en los de Dolce y Gabbana, el mismo ensimismamiento, la misma ausencia de comunicación entre ellos.



Es una santa Casilda o una santa Isabel de Portugal, a lo Zurbarán, esta frágil muchacha de Valentino, protagonista de este anuncio cuyo tenebrismo exagera el contraste entre, por una parte, el fondo de tinieblas y el negro vestido y, por otra parte, la palidez álica, santa, de la carnación de la modelo, coronada por la aureola áurea de sus cabellos.



*Izquierda: Santa Casilda
Abajo: Santa Isabel de Portugal.
Ambas obras de Francisco*



La Transfiguración del Monte Tabor. Cristo esplende literalmente. Nos dice el padre Jesús Higuera que "era tanta la belleza del rostro del Maestro" que Pedro, Juan y Santiago quedaron trastornados y así contemplaron "lleno de gloria" a aquél que, al menos Juan, verá luego desfigurado y dislocado en la Cruz. Lo del Monte Tabor fue prefiguración de la Resurrección y de la Ascensión. ¿Cómo será nuestra carne en la Vida Eterna y Bienaventurada? Así, tal y como se explaya, dichosa y gozosa, en los cuerpos celestiales de ese segundo plano del Tondo Doni, obra maestra de Miguel Ángel. Desnudos y sin rubor. Inocentes; más aún que los Primeros Padres en el Edén puesto que nosotros habremos pasado por el trance purificador de la muerte.



Pues bien, Valentino, a quien cabe aplicar las mismas consideraciones que a Dolce e Gabbana, en el anuncio del yate, si bien en él no se dé la desnudez íntegra de los cuerpos (no ya sólo por aquello del decoro, sino sobre todo porque pretende vender ropa), recrea, bajo una luz gemela, esa dicha de la carne incorruptible.



Consideremos, al margen de toda consideración estética, cuán inteligente es este procedimiento. La vida es lucha, derrota, "valle de lágrimas" como reza la Salve, desfiguración, envejecimiento y fealdad, dolor. El escándalo del sufrimiento, el nuestro, es también el escándalo de la Cruz. Ahora bien, Cristo, en su calidad de Hijo del hombre, porque compartió con nosotros nuestra condición mortal, reside en todo aquel que sufre, se manifiesta en su tortura. "¿Cuándo, Señor, tenías sed y no te dimos de beber, etc." La pasión de la humanidad es la de Cristo y recíprocamente la de Cristo es la humana. Ahora bien, el tortuoso, accidentado, áspero y desabrido, inmisericorde sendero de la pasión va a dar en las puertas del Cielo... La ropa de Valentino nos transfigurará y aunque no nos revista de incorruptibilidad, sí al menos, remedo de la Transfiguración del Monte Tabor, será su heraldo. Mágicamente -y la publicidad es artera magia basada en la psicología, la sociología, el arte y la intuición-, las prendas y la marca anunciada se nos ofrecen como jordán de belleza y juventud eternas, primas hermanas de la inmortalidad.

La Belleza reinaba como monarca absoluto en el Arte. La revolución iconoclasta de las vanguardias la forzó al exilio, pero no hubo regicidio. Hubo persecución, sí, pero Belleza supo acogerse a sagrado -como Esmeralda salvada por la diligencia y la presteza aérea del buen Quasimodo-, sabedora de que la fe y la religión siempre estuvieron de su parte y que los males del mundo y sus propios males vienen de la desacralización de la vida; si bien, ciertamente, sería más justo decir que, expulsada de sus dominios, la Belleza exiliada pudo fijar su residencia en un país de acogida, más modesto que aquel primero en que ocupaba el trono, pero que le brinda respeto y seguridad, y, lo que es más importante, le garantiza el desenvolvimiento de su función compensatoria en la psique humana, que no es otra que la revelación de un mundo perfecto y feliz, así como la concreción del anhelo arquetípico, del proto-anhelo, de la necesidad de Ideal y trascendencia. Si el Arte ha dejado de glorificar la belleza femenina ("carne de la mujer / madre del Arte", que escribe Manuel Machado), y la belleza requiere siempre de su exaltación, habrá de hacer las maletas y mudarse a otro lugar donde se la siga ensalzando. Por otra parte, no es descabellado afirmar que, si bien -dentro de una perspectiva intelectual clásica o culta- el contexto en que actualmente se manifiesta

la Belleza no sea ya el superior del Arte, el mundo de la publicidad que la ha acogido es, en nuestros días, de una influencia social mayor a la del propio Arte y comparable a la que ese mismo Arte tuviera en tiempos pretéritos. Cabría por tanto hablar de cómo la Belleza, conoedora de los tiempos, con inteligencia, astucia y sexto sentido, ha sabido adaptarse para seguir brillando y enamorando.

También, por poner dos ejemplos de comprobación irrefutable en lo tocante a la relación entre iconografía y publicidad de la moda, Dolce e Gabbana así como la marca de ropa "Cimarron", nos remiten respectivamente a aquella pintura tan desconcertante de Giovanni Bellini, "Alegoría Sagrada", de un gran hermetismo, en que unos santos, ajenos todos a la presencia de los demás, se abisman, repartidos por una gran terraza, en su mundo interior o, quizás, en una visión; así como en el segundo caso, a aquel autorretrato de virtuoso del Parmigianino joven, "Autorretrato en el espejo" en que, por efecto óptico de un espejo convexo, sus manos, en primer plano, aparecen agigantadas con respecto al rostro.



"Autorretrato en el espejo"
(Parmigianino joven)



"Alegoría sagrada" (Giovanni Bellini)

Si la publicidad mira hacia atrás, hacia el arte y su iconografía clásica, también -y no es de extrañar- mirará y buscará en el arte del siglo XX: el cine. Como ejemplo, valga el primer plano en blanco y negro de un reportaje de Vogue, en el que las dos modelos citan claramente la película "Persona" de Ingmar Bergman.



"Persona" (Ingmar Bergman)

4. La nostalgia de la perspectiva

Desde el Renacimiento, desde Masaccio, el arte se elabora desde la perspectiva, ese maridaje de la geometría y la pintura. El hombre deja de ser mero espectador, abandona su pasividad antropológica, para convertirse en actor y autor de su destino y en medida de todas las cosas, constituyéndose en el centro de la existencia; por ello representará las cosas no cómo son, sino cómo él las ve, en actitud cuasi soberbia, ya que el hombre es consciente de que está falseando la objetividad y, a pesar de ello, impone esa transformación fraudulenta y antropocéntrica. Así, por ejemplo, sabedor intelectual, conceptualmente, de que dos líneas paralelas no pueden converger, él impone la otra verdad, la subjetiva, la visual y las líneas paralelas acaban por converger. Se ha impuesto, con la geometría proyectiva, la naturalidad. En definitiva, que representaremos las cosas no cómo son, sino cómo las vemos, esto es el hombre impone su visión propia.

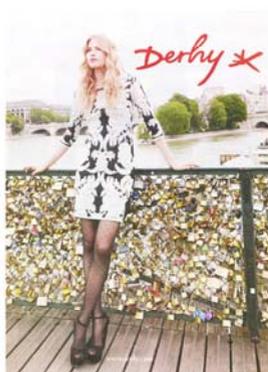
Esta conquista consagra una visión securizante desde el punto de vista psicológico por estable, por humana, por previsible, por su virtud de calidez, mas también porque reposa en unas leyes científicas, de cálculo, fruto del estudio, expresión de una verdad, de una objetividad.

Desde el momento en que, por no responder ya a las inquietudes del hombre, a sus anhelos o temores más profundos o genuinos, a las nuevas circunstancias sociales e históricas, se revoca, abandona, tortura, escarnea, abandona y sepulta la perspectiva, el hombre ve aumentar su ansiedad antropológica, su desasosiego histórico pues ha pasado de la sólida convención universal al espacio impreciso, movable, amenazante, casi esquizofrenógeno, del espacio subjetivo, que lo empuja a una especie de compulsión desquiciante a la transgresión o a la exploración y búsqueda, permanentemente insatisfechas y burladas.

La perspectiva es el marco geométrico de la Belleza. Gracias a la publicidad volvemos a la antigua puesta en escena que se nos arrebató y el espacio vuelve a constituirse en lugar a la medida del hombre, un espacio humano que nos reconoce y en el que nos reconocemos. Gracias a la devolución de la perspectiva, mientras contemplamos los

anuncios de moda con sus figuras, respiramos de nuevo un aire familiarmente natural, conocido, equilibrado y conjuramos el nuevo arte, campo de tensiones entre fuerzas muy diversas y enfrentadas, cambiantes y cargadas de emociones neuróticas y neurotizantes. Gracias a la publicidad y al mundo recreado en perspectiva, los nuevos antivalores (multisensoriales, asociativos, exploratorios, alucinados, desquiciados, inducidos o no por psicótrópos, etc.) ceden y se nos devuelve a esa suerte de paraíso que fuera el arte del Renacimiento.

En la primera imagen, la cosa es tan evidente, tan meridianamente expresada por las vías del tren con su punto de fuga resuelto al fondo del llano, que no merece aclaración ni comentario alguno. En la segunda imagen, como Tod's anuncia zapatos y bolsos, la perspectiva queda truncada y vuela bajo, decapitando capiteles y techos; para reforzar la importancia de calzado y complementos, se prescinde asimismo de tronco y cabeza de la modelo, multiplicada por cierto, creándose así un efecto de cierta inquietud. En cualquier caso, la conjunción de sólida arquitectura en que predomina el blanco, el *pendant* que le hace la cándida carnación de la modelo, quien por otra parte contrasta su liviandad a lo macizo de las pilastras, así como esa síntesis en a la vez el mármol del suelo y el bolso que aúnan lo blanco del edificio y lo negro de vestido y botines, enmarcado todo ello en la perspectiva, confiere al conjunto una solemne elegancia basilical.



intimissimi

DANS LES BOIS

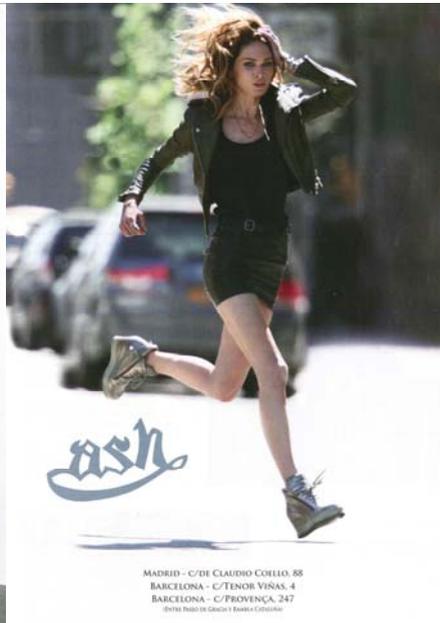
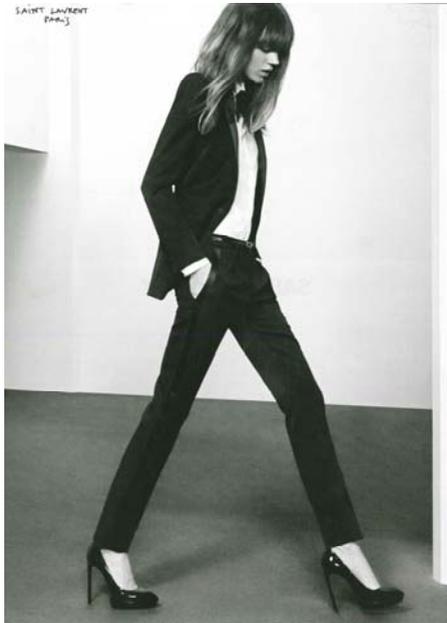
En la tercera imagen, la perspectiva fluvial y urbana, mediante el punto de fuga de los dos brazos del río convergiendo justamente tras de la modelo, realzan a ésta, la figura central y principal, y con ella ponen en evidencia también ese pretil contra el que ella descansa, cuajado de candados de amor, apoyándose así mutuamente belleza y pasión.

En la cuarta imagen, la perspectiva es vegetal y el haz de luz solar que incide en el ramaje la corrobora y fortalece, creándose de esa manera un ligero contraluz que, como un aura, envuelve a la modelo y la dota de carácter sobrenatural, convirtiéndola en auténtica aparición.

B) MORFOLOGÍA Y PSIQUE DE LA MODELO

1. El físico de las modelos

Quien fuera hasta hace poco presidenta de la Autonomía de Madrid, estableció un umbral mínimo de índice de masa corporal para las modelos que desfilasen en la pasarela Cibeles. Argumentaba que las muchachas excesivamente delgadas constituían un pernicioso ejemplo que podía desembocar en la anorexia para muchas adolescentes. En el 2006 se estableció, para poder desfilarse en el futuro, un mínimo de índice de masa corporal de 18, siguiendo las indicaciones de la Organización Mundial de la Salud pues según esta organización toda cifra que quede por debajo de 18,5 deja de ser saludable. Preguntada Eileen Ford, fundadora de la mayor agencia de modelos del mundo, si éstas no exhiben una delgadez enfermiza que además la fomentaría en las muchachas que, identificadas con ellas, buscan la misma apariencia, contesta tajantemente: "No". Y añade luego: "En España hubo mucho revuelo al respecto. Dijeron que no contratarían a modelos delgadas pero, obviamente, terminaron haciéndolo. ¿Cómo, si no, van a vender ropa y maquillaje?" ("Mujerhoy", suplemento femenino del ABC, 26/5/2012), desmintiendo así aquella regulación restrictiva que, posiblemente, sólo haya llegado a afectar a la pasarela Cibeles. Personalmente pienso que una vez más la rigidez burocratizante, la demagogia política y el dislate nomotético se revelan injustos. Una mujer con un índice de masa corporal inferior a la cifra 18 puede ser muy delgada e, independientemente de ello, presentar un aspecto de lo más saludable y gozar también de una excelente salud; y a la inversa. Un reconocimiento médico previo a los desfiles revelaría quién está de verdad consumido y quién no. Por otra parte, ¿no constituye un abuso a todas luces, llegando a ser inconstitucional, el denegar un puesto de trabajo fundándose en una apariencia, en un fenotipo? Cabe preguntarse, por ejemplo, si en el anuncio en blanco y negro de Saint Laurent la finísima modelo llega a alcanzar ese mínimo de masa corporal y en el caso muy probable de que la respuesta fuera negativa, si se la ve desnutrida, enferma, presta al colapso. Obviamente, no. Es así de constitución, amén de muy jovencita. Es un primor, en cualquier caso, y eso es de lo que se trata. Misma pregunta e idéntica respuesta para el anuncio de Ash; a pesar de su gran delgadez, no parece que la muchacha, en plena carrera y a pesar de calzar zapato alto, se nos vaya a descuajaringar, como una Olimpia o una Coppelia. Es más, ¡cuántas atletas féminas de semi-fondo y fondo no poseen un idéntico fenotipo y van las tías y baten récords y todo y nadie les prohíbe participar en, pongamos por caso, unos Juegos Olímpicos, por no alcanzar el umbral mínimo de índice de masa corporal que establece la OMS!



Josep Font, diseñador, no ocultó su discrepancia al respecto: "Mi opinión es que las modelos deben ser altas, guapas y delgadas. Y lo de medir la masa corporal me parece pasarse un poco de la raya. Se puede estar delgado y sanísimo. Las modelos deben ser esbeltas porque una pasarela también es magia y tiene algo de irreal". Ilustrando las palabras de Josep Font valga la estampa tan buida de esta modelo, evidenciada aún más por el contrapicado fotográfico. No es tampoco casualidad o mero capricho del fotógrafo que en el anuncio de Mango, la modelo se erija delante de los rascacielos de Manhattan; con ello está reivindicando su estilización, el porte juncal que les es propio a las modelos y que requiere la moda. Permítaseme, llegados a este punto, la petulancia de reproducir la glosa que en mi diario personal hice en su momento de estas declaraciones del señor Font, tras haberlas leído en la prensa; pido disculpas por adelantado por cuantas veces pueda repetir yo, en la auto-cita, algunas de las ideas ya expuestas anteriormente. Dice así: "¡Cuánta razón encierran estas palabras! Frente a la demagogia y el "metomentodismo", las exigencias de la estética corporal. Una modelo no puede no ser esbelta y cuanto más alta sea, mejor. Y todo lo demás es falso. Se nos dice ahora que hay modelos de buen año, *atacadas* de quilos por emplear la terminología taurina, y que representan el futuro porque son "normales", porque la gran mayoría se reconoce en ellas. Afirmar la tal cosa es no haber entendido que precisamente la modelo no puede ser "normal" en el sentido habitual, esto es estadísticamente frecuente, pues sólo puede extraer sentido de su excepcionalidad: un talle, una estatura, unas formas, unos andares, unos rasgos estadísticamente raros, utópicos para la gran mayoría de los mortales, pero hacia los que tender (aunque sólo sea con el pensamiento) desde el asombro y la admiración. Si no se dan la "magia" y la "irrealidad" de que habla Josep Font, no puede haber ni publicidad ni en definitiva belleza. La pasarela está

en las antípodas de lo anodino, lo habitual, lo frecuente, lo vulgar. El mundo de la moda aspira a crear un mundo mágico de juventud y hermosura. No caben las modelos que no sean bellas. Esto es de cajón.



Y hay más y es que en nuestro mundo, en que el arte se ha contrahecho en *ismos* entre los extremos del feísmo deliberado y el hiperrealismo fotográfico, la Idea de Belleza, consustancial al ser humano y sin la que éste no puede vivir, se ha refugiado en el mundo de la publicidad, la moda y las pasarelas, que es el mundo que enseñorean las modelos. Ellas son las nuevas, y también las únicas ya, Afroditas, Artemis, Dánaes, Helenas, Judits, Susanas, Iseos, Ginebras o las distintas santas de la Leyenda Áurea: Taïs, Inés, Bárbara, Catalina...

La pasarela arrogante, afectada, indolente, aristocrática, bizantina, es el desfile maravilloso, la parada deslumbrante de los cortejos femeninos regios de los libros de caballerías: surge una doncella, a pie o montada en soberbio palafrén y uno, lector, y otro, caballero andante protagonista, creen estar viendo ya a la más bella, la reina o la princesa, la dama de los pensamientos amada antes de haberla conocido (lo que se llama "enamorarse de oídas" y que no representa absurdo alguno, sino por el contrario algo plenamente aceptable y aceptado por lógica interna en la literatura del amor cortés; se trata de l'amour lointain del provenzal Jaufré Rudel; don Quijote, por otra parte, excelente erudito de toda esa literatura, declarará al buen Sancho no haber visto nunca a la simpár Dulcinea, siendo su amor de oídas) ... *cerrad los ojos, / imaginadla, soñadla, / reflejada en el cambiante / espejo de vuestra alma* (Gerardo Diego); mas no es así pues a continuación llega otra aún más bella y sin duda será ésta, sí, la de mayor prez y la escogida, mas tampoco, pues que inmediatamente después arriba una tercera que, aunque sea harto difícil y parezca muy ardua proeza, aventaja a las anteriores en gracia y bizarría; y así sucesivamente, y la procesión o el desfile o el cortejo (esas pasarelas) puede hacerse interminable hasta que por

fin se presente, "aparezca" (en la primera acepción del término, en su sentido más fuerte, de manifestarse causando sorpresa y admiración, como se aparecen los dioses) Ella. Y porque desprende una luz casi preternatural y un halo luminiscente la envuelve y entonces *"streams of a holy perfume floated... and the winds... came laden with soft signs"* (flotaron efluvios de perfume sagrado... y los vientos... llegaron cargados de muy suaves señales) (Edgar Allan Poe); y porque ella parece flotar más que caminar, *"no parece que se apoya, /flota, navega, resbala"* (Gerardo Diego); y porque el corazón le ha dado un vuelco en el pecho y, luego, en palabras de Chrétien de Troyes, el caballero andante lo *traerá dolido en el vientre*; y porque ese palpito y una voz interna y una predestinación insospechada que, de pronto, toma forma y se expresa estentóreamente dentro del silencio del alma como la voz de Dios en su templo y en su Hostia, le declaran y revelan su llaga, que ya nunca se podrá ligar; porque la ha reconocido si bien no la conociera (*Je t'aimais bien longtemps avant de t'avoir vu et je te cherchais partout... Tu étais mon rêve*) (*Te quería desde mucho antes de haberte visto y te buscaba por doquier... Tú eras mi sueño*), le dice Clarimonde al protagonista de "La Morte amoureuse" de Théophile Gautier y Bécquer: *Yo no sé si ese mundo de visiones / vive fuera o va dentro de nosotros, / pero sé que conozco a muchos gentes / a quienes no conozco!*); porque se sabe suyo más allá de la Muerte y de un amor tristánico que la Parca no podrá doblegar; porque Ella es, Ella es la Amiga, la Hermana, la Amada y es Ella, de entre todas las bellas, la más grácil, la más agraciada, de más admirable compostura, la de talle más cimbreño (*"Veremos el talle de la doncella y por él tantearemos la cortesía que se le debe"*, declara el Duque con respecto a la condesa Trifaldi en el Quijote), la de aliento más perfumado, agua viva de amor sin fin.

Es portentoso este cortejo como de mosaico de Ravenna, jerárquicamente ordenado, sucesivo y ascendente y que culmina en prodigiosa aparición, la de la Bella entre Bellas, Emperatriz ideal de la hermosura, carne incorruptible y esplendente" (fin de cita del diario).



Tras las efusiones líricas, volvamos a poner los pies en la tierra y al análisis e interpretación más serenos. Preguntémosnos cómo es la modelo e incluso cómo es la top model, mas en primer lugar qué es una *top model*. Responde Pancho Saula, director de la agencia Élite en España: es aquella modelo a la que el público en general reconoce y puede poner nombre. Como una marca deportiva. Ahora hay grandes modelos, pero no son conocidas fuera del ámbito especializado de la moda" (El País Semanal, 2001).

Oído esto, volvamos a plantearnos la pregunta inicial, desdoblándola: ¿Cómo es la modelo (o *top model*) en lo psíquico y cómo es en lo físico?

En lo psíquico. Una vez más Saula responde, mencionando las condiciones necesarias de "mucha personalidad, mucha ambición y mucha constancia". Añade, nostálgico: "Y estos requisitos ya no los tienen la mayoría de las modelos". Mucha personalidad... ¿qué se entiende por ello?, ¿cómo concretar el término para que sea algo más que una vaguedad insustancial que en realidad no dice nada por abarcar demasiado y ser por tanto excesivamente vago? ¿Cómo "operativizarlo"? La personalidad es término psicológico científico y hay tests de personalidad que por tanto la cuantifican, mas dentro de los distintos tipos de personalidad (los cinco vectores de Eysenck), eso de nula, poca o mucha personalidad, aunque se empleen términos cuantitativos, se nos revela excesivamente cualitativo e improcedentemente subjetivo. Quizá, "mucha personalidad" se entendería mejor con una definición negativa, diciendo lo que no es: no ser anodino, no pasar desapercibido, no pecar de insignificancia social o de irrelevancia intelectual, no ser tonta, desmintiendo así al irónico Bécquer en su "¿Que es estúpida? / ¡Bah! Mientras, callando...". Creo, sinceramente, que esto de la "mucha personalidad" deba entenderse como ser distinta o, por mejor decir, ser más que la media y que lo habitual, es decir sencillamente ser más bella, ser mucho más bella que la gran mayoría; así pues, se aludió, engañosamente, a un rasgo psíquico cuando en realidad se trata de algo físico. "Mucha personalidad" o eso tan empleado del "carisma", o eso de "ser interesante" (Steven Meisel, autor de las campañas de Versace, declara: "... chicas interesantes con las que trabajar. Chicas que le inspiran a uno como Linda Evangelista") no sería más que ser "doncellas sobre el mismo sol hermosas".

Eso de "mucha ambición" se entiende bastante mejor, si bien no sea algo privativo del trabajo o del mundo de las modelos. Otro tanto puede decirse con respecto a la constancia y así Giselle Bündchen se define como "persona responsable... pues si no se es seria y profesional, no vale de nada la belleza" (Mujerhoy, revista semanal de moda de ABC, 14/7/2012)

Algo más de precisión encontramos cuando el ya mencionado Saula añade a la lista de condiciones requeridas, que una modelo, imagino que llevada de su ambición, tiene que "hacer incursiones en otros campos y asistir a fiestas y demás", esto es se trata de dejarse ver en las citas del *glamour* a las que asiste gente importante con quien establecer contacto y que pueda promocionarla, y donde los medios de comunicación se hagan eco de su presencia y de sus cualidades, siendo esto último una excelente publicidad. Dentro de este ámbito se hallaría también el escándalo que, en una sociedad como la nuestra, tan liviana y amarillista, tan ávida de indiscreciones y que ha abolido casi las fronteras de la vida privada y

de la intimidad, manejado con habilidad y mano izquierda, puede reportar pingües beneficios, erigiéndose en valor añadido incontestable; valga como ejemplo la adicción a los estupefacientes de Kate Moss a quien, tras un breve período de reprobación pública, alguna hipócrita cancelación de contrato y de ostracismo, le ha supuesto una auténtica revalorización profesional; tanto es así que más de uno se malicia que aquellas fotos en que se la veía esnifando fueron deliberadamente tomadas y difundidas.

En lo físico ahora. Recurramos a la no demasiado contrastada teoría fenotípica de Kretschmer. Según este neurólogo, los humanos respondemos a tres tipos físicos que se correlacionan significativamente con tres tipos de personalidad e incluso con tres tipos de enfermedad mental. Se trata de:

a) el **leptosomático o asténico**, en quien predomina lo longilíneo y que en lo psíquico manifiesta frialdad e indolencia, con clara tendencia a las conductas esquizoides y, en caso de patología seria, a enfermar de esquizofrenia.

b) el **pícnico**, en quien predomina lo ancho adiposo o redondez y que, en lo psíquico, manifiesta emotividad, con tendencia a la efusión sentimental y a la labilidad; en caso de enfermedad mental grave, por sus rasgos ciclotímicos, caería en la psicosis maniaco-depresiva.

c) (posiblemente el menos documentado) el **atlético**, con evidente predominio del músculo y que, tenaz y perseverante como se muestra, evidencia maneras viscosas y conductas obsesivas, consistiendo sus patologías psíquicas en trastornos obsesivo-rumiativos.

Que las modelos, como señala Josep Font, han de ser "guapas" es casi perogrullada. Lo que aquí nos interesa es que "guapa" se es de muchas formas: esbelta, sí, como la modelo *quattrocentista* Simonetta Vespucci (o si se prefiere Simonetta Cattaneo); atlética, como Brunilda, como Atalanta, como Bradamante; redonda como las mujeres de Rubens o de Jordaens; también, a este respecto, piénsese en las formas de una Marilyn Monroe, que tanto han sido ensalzadas y reproducidas. Mas Josep Font añade "alta" y "delgada" y esto es realmente relevante. En la modelo, en especial la de pasarela, ha de predominar la esbeltez. Y en este punto es menester citar a algunos autores románticos en sus descripciones de mujeres que caen fuera del ámbito habitual e incluso natural, presentándose como de destacada estatura.

a) Gustavo Adolfo Bécquer, en "El rayo de luna": "... a una mujer alta... porque ella es alta, alta y esbelta, como esos ángeles de las portadas de nuestras basílicas, cuyos ovalados rostros envuelven en un misterioso crepúsculo las sombras de sus doseles de granito" (encontramos aquí, junto a la aventajada estatura, la esbeltez y la apariencia sobrenatural, angelical); en "Un boceto del natural": "Julia era alta, delgada, pálida y ligeramente morena" (estatura, esbeltez y palidez). En "Tres fechas", describe así a la novicia que en aquel preciso

momento está profesando, tomando el hábito: "... aquella figura blanca, alta y ligerísima" (estatura, palidez, liviandad).

b) Théophile Gautier, en "La Morte amoureuse": "Elle était assez grande, avec une taille et un port de déesse" ("Ella era bastante alta, con un talle y un porte de diosa") (aquí, asimismo, aventajada estatura, esbeltez, apariencia sobrenatural); "Cette femme était un ange ou un démon, et peut-être tous les deux; elle ne sortait pas du flanc d'Ève, la mère commune" ("Esta mujer era un ángel o un demonio, o quizá ambos; no salía del costado de Eva, la madre común") (origen sobrenatural); "Je ne sais encore si c'est une réalité ou une illusion; je crus voir y glisser sur la terrasse une forme svelte et blanche qui étincela une seconde et s'éteignit. C'était Clarimonde!" ("No sé aún si es realidad o ilusión; creí ver deslizarse en la terraza una forma esbelta y blanca que relumbró un segundo y se apagó. ¡Era Clarimonda!" (esbeltez, irrealidad)

c) Hoffmann, en "El hombre de arena", describe a la autómatas Olimpia, hija del doctor Spalanzani: "Una mujer alta, de bella figura y muy bien proporcionada... su bellísimo rostro angelical...jamás había visto una criatura tan hermosa" (estatura aventajada, esbeltez, apariencia sobrenatural); en "Don Juan", el autor, el propio Hoffmann se lamenta de que la tiple, de bellísimo rostro y extremada voz, amén de poseer una gran expresividad, no hubiera sido "más alta, de talle más delicado y un tanto más majestuosa al andar" (aventajada estatura, esbeltez, *ars incedere*)

d) Sheridan Le Fanu, en "Camilla": "Era de estatura algo superior a la media de las mujeres... Era esbelta y asombrosamente elegante. Sus movimientos eran lánguidos... muy lánguidos en verdad..." (estatura aventajada, esbeltez, elegancia, indolencia)

e) Edgar Allan Poe, en "Ligeia": "In stature she was tall, somewhat slender and in her latter days even emaciated" ("Era alta, un tanto frágil y en sus últimos días incluso emaciada") (estatura aventajada, esbeltez, palidez... casi espectral, emaciada); cuando Ligeia, en un caso horrendo de vampirismo, debido a su extraordinaria voluntad y al ardiente deseo -una fe "que mueve montañas"- de su marido, se sustituye al cadáver de la segunda esposa y cobra vida a través de él, recobrando su ser primero y la integridad de su envoltura carnal, el marido, que sigue estando enamorado de la que fuera su primera mujer, Ligeia, y que percibe la diferencia y el cambio, sin ser aún plenamente consciente de cuanto allí está ocurriendo, se exclamará, refiriéndose a la que fuera su segunda mujer: "... but had she grown taller since her malady?" ("¿pero es que ha crecido durante su enfermedad?"); nuevamente Poe, esta vez en "Eleonora": "the loveliness of Eleonora was that of the seraphin... In stature she was tall, and slender even to fragility" ("El encanto de Eleonora era el del serafín... Era alta y frágil en su esbeltez") (aparición sobrenatural, estatura aventajada, esbeltez, fragilidad)

De todo lo anterior se desprende que para los mencionados autores, la mujer que describen, y que desde luego les agrada cuando menos, se corresponde con el tipo leptosomático o asténico, lo cual no es de extrañar ya que, aunque tan sólo sea

intuitivamente, lo espigado, lo juncal, se relaciona con la elegancia. En esta mujer, llamémosla romántico-gótica, predomina lo largo sobre lo ancho, lo agudo sobre lo redondo, en una palabra lo longilíneo o filiforme, lo ahusado. Es alta, pero ello no basta, pues también lo es una estantigua. A lo que hemos llamado "aventajada estatura" se le ha de añadir la esbeltez, cifrada ésta en un talle fino, en unos miembros largos y en la delgadez. A ello se añade la apariencia sobrenatural (ángel, serafín o demonio, etc.), pero a esto último nos referiremos más tarde, en la segunda parte, más literaria, de este estudio. (Con respecto a lo longilíneo, ¿han observado ustedes cómo a las personas esbeltas se les arruga mucho menos la ropa?).

De ello se colige que el tipo de la modelo o de la top model se corresponde con el ideal romántico, incluso con el romántico-gótico. Toca hacer aquí una aclaración. Por "gótico" se ha de entender el espíritu que inspira la llamada novela gótica del siglo XIX (en general de escaso valor literario, bastante pueril, a pesar de la admiración que suscitaron en los surrealistas, pero es que Breton y los suyos pecaban en bastantes ocasiones de infantilismo, la verdad), caracterizada por la fatalidad, el exotismo en tiempo y espacio, la angustia, la maldición, los marcos y ambientes lóbregos y lúgubres, los espectros, etc. y, en ningún caso, el ideal de belleza física femenina que inspira la Baja Edad Media. Es ésta la figura de ritmo sigmoidal o sigmoideo por su semejanza con la letra griega "sigma", nuestra S latina. La profesora Ana Ruiz Zapata la define con precisión: "cabeza adelantada, parte superior del cuerpo encorvada, vientre destacado y una pierna avanzada... las figuras femeninas encarnan un ideal de belleza grácil y exquisito (facciones menudas, altos senos, talle fino), lleno de distinción y algo afectado en las actitudes." La belleza gótica consagra el predominio de la cadera ancha ("ancheta de caderas", como reclama el arcipreste de Hita) o muy ancha y más bien baja, con un corte del vestido que lo evidencia (si bien, como leeremos algo más abajo, en el poema de Villon, la mujer que discurre sobre su pasado de esplendor físico, evoque sus caderas "elevadas"), hombros más bien estrechos, pechos pequeños, muslos rotundos. Cedamos en este punto la palabra al propio François Villon, en "Les regrets de la belle heaumière", en que se lamenta ésta de los estragos del tiempo y rememora, con sentida nostalgia, su pretérita y ya marchita belleza. Se trata pues de un "ubi sunt" y, así, adónde...

Ces gentes épaulés menues,
Ces bras longs et ces mains traictisses,
Petits tetins, hanches charnues,
Elevees, propres, faitisses
A tenir amoureuses lices;
Ces larges reins, ce sadinet
Assis sur grosses fermes cuisses
Dedans son petit jardinet?

(aquellos graciosos hombros menudos / aquellos largos brazos y las manos finas, / Pequeños pechos, caderas carnosas / Elevadas, limpias, bien hechas / para sostener amorosas lizas; /

Aquella ancha riñonada, y aquella mi naturaleza / bien dispuesta entre recios y gruesos muslos / dentro de su pequeña almunia).

Añadamos cómo nuestro buen Arcipreste de Hita, cautivado ante el donaire de doña Endrina caminando por la plaza, ensalza su esbelto cuello: "... ¡qué alto cuello de garza!"; de la misma manera, en consonancia con lo anterior, reclamará para la mujer la esbeltez: "busca mujer esbelta..."



Es fácilmente observable que en las modelos actuales no se cumple lo sigmoideal debido entre otras cosas a una progresiva masculinización y musculación del ideal estético femenino, cuyos máximos exponentes, hoy en día, serían Naomi Campbell, de atléticos muslos que nos la asemejan a una atleta de 400 metros u 800 metros lisos, y Elle MacPherson cuyas anchas espaldas, fino talle y caderas relativamente escurridas la aproximan al físico de las nadadoras. Y así esta masculinización se cifraría en unas caderas estrechas y altas (la antítesis pues del ideal tardo-medieval), unos hombros insoslayables y un tono muscular evidente asentado en unos miembros fibrosos y una tabla abdominal bien expresada. Una mujer que hace deporte. La imagen de la salud. Y es que la moda no puede permanecer ajena a las tendencias sociales de lo bio, lo ecológico y la cultura de gimnasio y

por ello, hoy en día, las modelos siguen entrenamientos de musculación que, sin hincharlas claro está, las endurezca y las "marque" al menos un mínimo (en este sentido diré que yo he visto a Esther Cañadas entrenarse en la sala de musculación de un gimnasio ibicenco; "Hago tai chi y he empezado a hacer una variante que se llama thi chu. También me gustan las pesas", de una entrevista a Esther Cañadas en la revista Punto GQ)). En el anuncio de Versace hallamos un cuádriceps insoslayablemente manifestado, una parecida musculación, un tono físico evidente, dentro de una explícita demostración de briosa gallardía. El precedente mítico de la actual realidad cabe encontrarlo en Helena de Troya, la más bella mujer del mundo antiguo, quien, como buena espartana que era, se entrenaba desnuda en el gimnasio, junto con los hombres. Llegados a este punto puede ser interesante citar a Casanova en la descripción en francés -lengua en que, para brindarles mayor proyección, escribe sus memorias- que lleva a cabo de la monja M.M. del convento de Murano: "... ce que je trouvais d'admirable et surprenant était sa main avec son avant-bras que je voyais jusqu'au coude: on ne pouvait rien voir de de plus parfait. On ne voyait point de veines, et au lieu de muscles je ne voyais que des fossettes" ("...lo que encontraba admirable y sorprendente era su mano con su antebrazo que veía hasta el codo; no se puede hallar nada de mayor perfección. No se veían las venas y, en lugar de músculos no apreciaba más que hoyuelos"). Casanova alaba lo *potelé* del brazo, lo regordón, que lo asemeja al de un rorro de buen ver, con esos "hoyuelos" que se mencionan en lugar de los músculos. No es, ciertamente, cuanto se lleva actualmente, qué duda cabe, en que predomina la delgadez, la fibra y lo atléticamente sano.

Creo no equivocarme si digo que actualmente el cuerpo codiciado por la mujer y más admirado por el hombre, sería el de la jugadora de voley-playa o el de la surfista; por ello, no en vano, Elle Mac Pherson se ha fotografiado con su tabla de surf bajo el brazo.

Esta relativa masculinización o musculación de la modelo es reflejo de lo que ocurre en una sociedad que concede cada vez más importancia a la forma física y al cuerpo "duro". También, cómo no, se hace eco de la irrupción, muy mediática, de la mujer en el mundo del deporte, que actualmente halla un eco impensable años atrás y así tenistas, nadadoras, atletas, jugadoras de balón-volea o de voley-playa pueden suscitar no sólo un vivísimo interés en la sociedad, sino además en modistos, firmas de ropa y de cosmética, y acaparar reportajes y portadas de revistas de campos diversos. Ejemplo clarísimo de ello sería la Sharapova.



No es, sin embargo, ejemplo de belleza para una modelo la musculatura, desaforada (y fruto en gran medida del dopaje, como más tarde se demostraría) de una Marion Jones y de cuantas velocistas féminas compiten actualmente a alto nivel, pero en cierta medida pueden marcar una cierta tendencia; en cualquier caso, lo importante es que hoy en día hay mujeres que exhiben un tal poderío muscular, algo inimaginable hasta hace bien poco, lo cual significa un notable cambio en la percepción de la imagen del cuerpo femenino y establece un innegable requerimiento socio-cultural de dureza muscular a la fémina. Dicha "dureza" es expresión externa de un requerimiento o de unas formas profesionales y también afectivas de independencia, determinación e iniciativa. Actualmente, en el campo del deporte femenino, se dan modalidades como el fitness, el "bikini fitness" e incluso el culturismo, en que la mujer, a base de entrenamientos, "sustancias" y cirugía, se dota y exhibe un cuerpo que es todo un tratado de anatomía en movimiento; sin embargo su estudio, si bien interesantísimo, excedería con creces los límites de este ensayo.



El cuerpo como constructo social responde, interpreta y expresa las nuevas ideas, los cambios socio-culturales, la nueva sociedad. La relación entre hombre y mujer se ha modificado; del dominio de un sexo sobre el otro se está pasando a la relación de igualdad. El cuerpo de la fémina no quiere ni puede, ni debe, ser ya el de un alfeñique. Al igual que va cobrando una importancia y una responsabilidad social nunca vistas hasta ahora, y va

asumiendo puestos de mando importantísimos, influyendo cada vez más en los hábitos y conductas y pensamientos colectivos, su cuerpo habrá, irrefragablemente, de virilizarse. Es lo que ya Fray Luis de León entendía por "virilidad" o "varonil o valor " o "mujer varonil": "quiere decir virtud de ánimo y fortaleza de corazón, industria y riqueza, y poder y aventajamiento...". El buen Fray Luis lo entiende dentro del ámbito familiar y doméstico. Nuestra época lo ha extendido a toda actividad y dominio.

Ciertamente la mujer atlética pierde en espiritualidad y en delicadeza; sin embargo, si el talle fino queda preservado, la esbeltez no debiera resentirse. En sus escenas sorianas y vascas de "Tipos y costumbres", Bécquer (y no puede darse, desde luego, mayor apologeta que él de la mujer espiritual u espiritualizada) canta a la mujer bella y musculosa, "virilizada" hasta cierto punto por las labores del campo o de la pesca que ella ha de asegurar, trabajando igual o más que un hombre. Y así:

- En " De Soria", "Las segadoras", dice de éstas que compiten con los segadores gallegos que bajan a Castilla: "... las varoniles costumbres y el tipo especial de estas aldeanas; tipo especial que, en su desaliño y rudeza, tiene algo de sencillo y grandioso". Y en "Panadera de Almazán": "... (este tipo) tiene algo de varonil que le hace simpático e indica la armonía de la belleza unida a la fuerza..."
- En "Del País Vasco", "La sardinera": "... estas muchachas, tipo acabado de agilidad y gallardía, en que se reúnen la hermosura de la forma y la fuerza y elasticidad de los movimientos... corren a lo largo de la costa, trepan con una pasmosa seguridad por los peñascos..."
- También, en la Carta V de "Desde mi celda", de las muchachas de la localidad de Añón, en el Alto Aragón, escribe " ... sus rasgos de belleza nada comunes y su aire resuelto y gracioso", para añadir más lejos: "Más esbeltas que altas, en lo erguido del talle, en el brío con que caminan, en la elasticidad de sus músculos, en la prontitud de todos sus movimientos, revelan la fuerza de que están dotadas y la resolución de su ánimo".

En definitiva la mujer gallarda, aguerridamente bella, la mujer de fuste y brío; de ella nos ocuparemos más tarde. En cualquier caso qué lejos nos hallamos de las señoritas remilgadas y atildadas, dengosas y gazmoñas, que ornaban los salones frecuentados por nuestro poeta y cuyo prototipo puede encontrarse en la narración "¡Es raro!", esa niña "de voz armoniosa y ligeramente velada", "la niña de los ojos azules".

Nada nuevo bajo el sol, sí, de acuerdo, pero no es menos cierto que bajo el sol nada permanece quieto, que todo se modifica, evoluciona, se transforma. Simonetta Vespucci, o si se prefiere Simonetta Cattaneo por preservarle su nombre de doncella, de soltera, es la mujer más celebrada, por su hermosura, de todo el Renacimiento: la "Reina de la Belleza" tal y como se dio en llamarla, retratada tantas veces por Botticelli, mas también por Piero di Cosimo (quien la pintara además de memoria o de oídas puesto que cuando aquélla murió, nuestro pintor contaba tan sólo con trece años de edad), exaltada por los neo-platónicos Poliziano y Ficino; y muy posiblemente constituya además la modelo pictórica más conocida y reconocida, más prestigiosa de cuantas haya habido ni habrá nunca. A mí, personalmente, si en algo cuenta mi modesta opinión, no me resulta humana

de tan *divinamente* bella como la encuentro. Sin embargo, por significativo y bien razonado desde la documentación, leamos cuanto Néstor Luján escribe a propósito de Simonetta: "Quizá hoy no se nos antoje un dechado de perfección. El cuerpo humano, singularmente, el femenino, es un producto de las ilusiones y las costumbres de la sociedad. Para ello baste examinar una antología del arte del retrato de todos los tiempos. En la Edad Media, la mujer es grácil, lánguida, con el vientre prominente, con un lánguido y delicado cuerpo, rubia, desde luego, como gustaban las cabelleras de los griegos, pues ya Homero nos habla de la "dorada Venus". Esta silueta o este cuerpo se transforma años más tarde en una mujer completamente distinta, si bien conserva los cabellos rubios y rizados -matizando, más que corrigiendo a Néstor Luján, yo diría "ondulados"- . Una mujer de frente abombada, cutis blanco, es la modelo de los grandes pintores italianos y franceses, desde Piero della Francesca o Botticelli, hasta los refinados de la escuela de Fontainebleau. En el siglo siguiente, el XVII, modificaron el cuerpo femenino hasta los desnudos de Rubens, que hoy nos parecen deformes, celulíticos, quizá poco tentadores por demasiado carnales. Y así sucesivamente hasta la exigente esbeltez de nuestros días". Y concluye: "Las sociedades, las civilizaciones trabajan incesantemente la estatua de la desnudez. Así pues, el cuerpo humano, y sobre todo el cuerpo femenino, obedece a modos y modas vestimentarias y a los prejuicios que imponen las sociedades". Irrebatible.

Ya los hermanos Goncourt, tan observadores y tan sagaces, afirmaban en el siglo XIX que "el cuerpo humano no posee la inmutabilidad que parece tener". Philippe Perrot, en 1985, más sociologista, escribe, muy certero, lo siguiente: "El cuerpo humano es un producto social, cultural e histórico que nunca ha cesado de cambiar de sentido, variando, incesante, la apariencia de diversas motivaciones. Cada sociedad, cada época lo modela a su gusto, le infunde un mensaje preciso, regulando su definición y sus usos".

2. La belleza tísica

En "Monsieur Vénus", de Rachilde, se afirma que "la carne sana y fresca es la soberana del mundo". Sin embargo...

Si bien, como ya se ha indicado, se va superponiendo a la esbeltez, compenetrándose con ella -que no sustituyéndola- el aspecto saludable y atlético, lo que hemos llamado la progresiva "masculinización" del canon de belleza femenina, qué duda cabe que la base, lo que constituye la "esencia" de la belleza de la modelo se halla muy vinculada a la apariencia tuberculosa, a la "belleza tísica".

Desde Nefertiti a la Dama de las Camelias, ya sea la Marguerite Gautier de Alejandro Dumas o la Violetta la Traviata de Giuseppe Verdi, pasando, claro está, por Simonetta Vespucci y Giovanna Tornabuoni, tal como fuera retratada por Ghirlandajo, el doctor Cortejoso pone en evidencia cómo aquellas mujeres, víctimas de la tuberculosis, presentan en su fenotipo una serie de características que, por su esbeltez y elegancia, cautivan el alma masculina. Dichos rasgos son la exhibición de un cuello "esbelto, ondulado, de cisne (o de garza, como matiza Néstor Luján, siguiendo en esto al buen Arcipreste de Hita), inclinado sobre los hombros y las espaldas caídas", así como un marcado relieve del

esternocleidomastoideo. Laignel-Lamartine afirma de las mujeres jóvenes altas, grandes, delgadas, frecuentemente de cuello largo, su predisposición a la tuberculosis, incluyéndolas en el grupo de las "endocrinoneuróticas".

"Es tu cuello terso y blanco como torre de marfil... Elevada y majestuosa es tu cabeza, como el Carmelo..." (Cantar de los Cantares, VII, 4 y 5)

Anuncio de Laurèl. Lo extremado del larguísimo cuello de la bella, esa exagerada tirantez y prolongación, le confiere una extrema elegancia, la de la verticalidad mimbreña. Que un cuello muy largo atrae poderosamente, lo han sabido tanto las mujeres kayan de Birmania como las negras de alguna tribu africana, ambas "mujeres-jirafa", en su alargamiento artificial mediante anillas de las que ya no podrán prescindir nunca si no quieren ver su cuello tronchado. Ya en lo personal diré que siempre me ha llamado la atención lo exquisitamente esbelto del cuello de nuestra Maribel Verdú, que constituye sin duda uno de sus mayores encantos y contribuye grandemente a su airoso porte.



El suplemento femenino de moda y belleza de ABC, "mujerhoy", con fecha de 21 de septiembre del 2013, dedica tres páginas a los cuidados del cuello para evitar, conjurar o al menos retrasar al máximo su envejecimiento, sus manifestaciones de cansancio, ese perigallo o cuello de tortuga o de pavo que tanto afea a las personas viejas. Bajo el título

"Cuello de cisne", comienzan sus autoras con estas palabras: "Firme pero delicado, suave y terso, sin manchas ni arrugas... un cuello sublime es un arma de destrucción masiva", dejando traslucir así la influencia que el rais Sadam Huseín ha ejercido en nuestra sociedad y en nuestro lenguaje. Añaden luego: "Nos encantaría tenerlo largo y delicado, sin surcos ni arrugas" y nos advierten sobre su fragilidad cutánea ya que la piel del cuello, de tan sólo dos milímetros de grosor, es la mitad de fina que la de las mejillas. El objetivo de todos los consejos, sugerencias, ejercicios, productos e intervenciones estéticas que expresan, persiguen el conseguir que "puedas llevar bien alta la cabeza".

Siguiendo con el doctor Cortejoso, durante el brote evolutivo de la tuberculosis, van cobrando evidencia las "mejillas rubicundas resaltando sobre la palidez del conjunto; el brillo de los ojos; la longitud de las pestañas; el ligero tinte cianótico de los labios; la abundancia del cabello..." ¡Caramba! Así las cosas, ¿qué mujer no querría contraer la enfermedad, aun a riesgo de perder la vida ("Toso continuamente, pero lo maravilloso es que, en vez de afearme, me da un aire lánguido que me sienta muy bien", Marie Bashkirtseva, diario 1887) y qué hombre no querría amar a una tísica, aun con el temor de tener que perderla bien pronto, cuando no, de paso, de quedar él también afectado? A ello hay que añadir "ese fino temblor, esa hiperactividad que traduce el fuego interior que enciende y consume la carne", esto es una ansiedad de un erotismo (para el observador o espectador) subido y que parece coincidir, o al menos confundirse, en todo no sólo con la que precede al encuentro amoroso, sino también con la que precede al coito.

Llegado a este punto, se pregunta Leopoldo Cortejoso "si los clínicos alemanes (como Neumann) han hecho bien o mal en bautizar a este conjunto de detalles anatómicos con el nombre evocador de belleza tísica" e implícitamente responde afirmativamente.

Antes de proseguir, ya que se ha mencionado la dimensión supuestamente erótica de la apariencia tísica, digamos que sí, que la creencia popular ha atribuido al tuberculoso un deseo y una vida sexual intensos. Curiosamente también a la lepra (remitamos al rijo de los leprosos que toman posesión de la Reina Iseo en la leyenda de Tristán e Iseo, así como al estro carnal de que hacen gala los malatos en "El Vizconde demediado" de Italo Calvino). Preguntado al respecto mi padre, que era médico, contestó con su proverbial sentido común y su enemiga por las consejas, que, cuando la salud queda en entredicho, lo primero que se retrae es el apetito sexual por no ser necesario para la supervivencia individual. Pero claro, a ver quién pone puertas a la imaginación y a los fantasmas del inconsciente.

La Grecia antigua conoció estas características y así Hipócrates y Areteo de Capadocia describieron a los flemáticos, rubios, imberbes y de ojos brillantes, febriles, como candidatos a la tuberculosis.

Mas prosigamos con el elenco de atributos físicos de la "bella tísica". En el "Retrato de una dama joven" de Domenico Veneziano, la muchacha "tiene más marcada la espalda, que forma un amplio arco a nivel de las vértebras cervicales". Y también, en este tipo de belleza, están las manos, tan galgueñas, acendradas en finura, delicadeza y elegancia, la llamada "mano de madonna", de dedos largos y finos, "uñas en garra" afiladas y cilíndricas.



En "La historia de San Michele", Axel Munthe describe así la belleza tísica, en esta ocasión haciéndose presente en un niño: "Se había convertido en un niño bello; bello como el genio del amor o el genio de la muerte... ¿O era la muerte, el gran escultor, que trabajaba ya con su mano de maestro en reformar y afinar las facciones del niño antes de cerrarle los párpados? La misma frente pura, la misma curva exquisita de las cejas, las mismas largas pestañas..."

Por su parte el doctor Pittaluga, glosando la figura de esa Simonetta Cattaneo, ligur de nacimiento y toscana de adopción, de extremada belleza, afirma cuanto también puede aplicarse a las modelos: "Síntesis viva de sentimientos y sensaciones, síntesis de todas las gracias, satisfacción placentera de sentir las, conocerlas y de saber que existen encarnadas en un ser humano". Afirma también el doctor Cortejoso que el gran mérito de Botticelli fue el de acertar a ver en la desnudez de Simonetta lo que había en ella de mármol, no de fuego; y es que, efectivamente, la tisis, al "desencarnar" y "marmorizar", espiritualiza afinando tanto; paradójicamente esta espiritualización se erotiza al máximo, debido a que singulariza y manumite del canon y de lo genérico y crea, además, imperfección; de ello se hablará más adelante. En cualquier caso, creo que lo justo, matizando al doctor Cortejoso, sería afirmar que el mérito de Botticelli reside en que acertó a ver en la desnudez de Simonetta lo que había en ella de mármol y además cómo ese mármol era animado por un fuego intenso, el mismo que le coloreaba de rosa encendido sus mejillas de tísica; el mismo también que animará a las mujeres-estatua o mujeres-espectro del Romanticismo.

En "Un boceto del natural", Bécquer nos ofrece la siguiente descripción de "belleza tísica": "Julia era alta, delgada, pálida y ligeramente morena. Tenía los pómulos acusados, la nariz fina y aguileña, los labios delgados y encendidos, las cejas negras y casi unidas, la frente un poco alzada y el cabello oscuro, crespo y abundante... ojos como los suyos confieso que no había visto jamás. Eran pardos, pero tan grandes, tan desmesuradamente abiertos, tan fijos, tan cercados de sombra misteriosa, tan llenos de reflejos de una claridad extraña, que al mirarlos de frente experimenté una especie de

alucinación y bajé al suelo la mirada... ojos pardos y grandes, tan grandes que, como vulgarmente se dice, le cogían toda la cara".

La mujer tuberculosa es, por antonomasia, la mujer romántica.

La enfermedad es un valor, irrenunciable, significativo, de máxima relevancia. Y así lo afirma Goethe: "A lo clásico lo llamo lo sano, y lo romántico, lo enfermo. Según esto, los nibelungos son tan clásicos como Homero, pues ambos son sanos y fuertes. En cambio, la mayor parte de lo moderno no es romántico por ser nuevo, sino por ser débil, blando y enfermo; al paso que lo antiguo no es clásico por antiguo, sino por fuerte, fresco, alegre y sano". No olvidemos que Werther se quitará la vida, pues el suicidio es el acto romántico por antonomasia.

"La moda de la mujer del siglo XX (con su culto de la delgadez) es el último bastión de las metáforas ligadas a la idea romántica de la tuberculosis de fines del siglo XVIII y principios del XIX... (la de las) jóvenes descoloridas de pecho hundido...", escribe Susan Sontag en "La tuberculosis como metáfora". Tanto es así que "una apariencia de tísico había de considerarse atractiva, como señal de distinción, de buena crianza", probándose así, una vez más, cómo el ser humano, en tanto que especie cultural, llega a contraponer sus creencias, expectativas, ilusiones y anhelos a la propia naturaleza ¡y a su propio instinto de supervivencia!, tal y como, por poner otro ejemplo también extremo, llevaban a cabo los exaltados cátaros con su rechazo a la procreación. Konrad Lorenz, ciertamente, cita algunos ejemplos de desarrollo tan extremado de caracteres sexuales secundarios, "antievolutivos" podríamos llamarlos, en algunas especies que pueden llegar a poner en peligro su mantenimiento y supervivencia, pero son habas contadas, por una parte, y, por otra parte, no son realidades culturales -de lo que los animales, claro, son incapaces-, sino exclusivamente naturales.

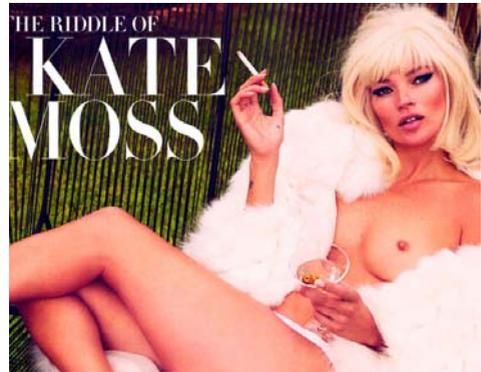
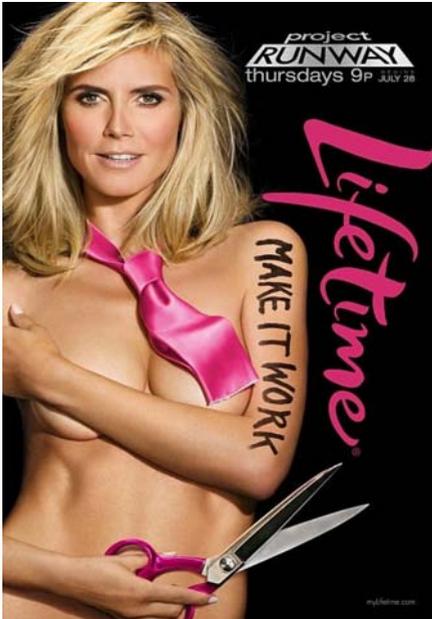
Y así, progresivamente, a través de la exaltación de la tuberculosis, se consagra como ideal para la mujer un aspecto de desvalimiento, que denota una sensibilidad superior. La vulnerabilidad, el desamparo, ¡la enfermedad! imponían su peculiar estética y esto tanto para ella como para él. El romántico busca con ahínco la singularidad y encontrará en la tristeza que emana de la expresión tísica la expresión buscada, la satisfacción de ese anhelo suyo de constituirse en un ser aparte, más sensible -hipersensible-, más creativo -un genio-.

La tuberculosis, pues, estaría expresando mejor que ninguna otra realidad la postura romántica del yo taciturno: la melancolía, MI razón de ser, me torna interesante y distinto. Como afirma Sontag: "El punto de vista romántico es que la enfermedad exacerba la conciencia" y, mediante la tuberculosis, esto es la enfermedad, el romántico queda individualizado y singularizado. El defecto nos distingue, nos hace reconocibles y además nos lleva a la tribulación, a la congoja, a la melancolía, que es conciencia plena, lo que el historiador del arte Valeriano Bozal llamará la "conciencia abismal" de los románticos. El romántico, tocado por los dioses y adornado por ellos con su mal, se diviniza y afronta él también, así, como un nuevo sacerdote, como un nuevo vidente, la "desnuda verdad", que pone pavor.

La tisis lleva a la melancolía y entre ambas conforman el "*mal du siècle*".

Esos cuerpos como tísicos y esa melancolía más o menos impostada es la de las modelos. Modelo, mujer trasoñada... Cuerpos de una gran sutileza y gracilidad, algo quebradizos, lánguidos e indolentes como en convalecencia crónica o como pródromos del mal; esas actitudes de abandono, rozando lo dengoso casi, abstraídas, como abismadas en la añoranza de un bien que fue y murió, o que nunca fue y a pesar de ello, y por ello mismo, se extraña; esas miradas introspectivas que miran sin ver, entornadas, como requeridas por un recuerdo lacerante o por un eco muy lejano, o acunadas y casi enajenadas por un confuso magnetismo o un aire que sólo ellas pudieran percibir; o esa otra mirada hipnótica porque otros ojos, desde dentro de ella, la hubieran mesmerizado o quizá aun hechizado; o aquella otra mirada acechante, lobuna, solicitada por una expectativa intensa pero vaga, por un ansia que escuece, arde y quema, pero que no define sus contornos; o esos ojos amusgados, afinando intensamente la visión, tanto que la mirada es vira clavándose en precisa diana; o esos párpados abatidos o emparejados, bostezantes, por que el exterior no contamine lo imaginado, que se convierte así en más real que la realidad y la suplanta; ese anhelo de pura acucia entre lo místico y lo animal; esa displicencia, ese desdén que son en realidad señuelos y arteras invitaciones; esa mujer que hiere porque está herida y que antes de sucumbir y zahondarse en el vacío, atrae para no caer sola, esa Loreley, de "suaves ojos y fieros, / de tintas mejillas y blancas" (Brentano), de "ojos color del Rhin" y "cabellos de sol" (Apollinaire), esa "... rubia hechicera / que deja morir de amor a todos los hombres..." y que, soturna y hastiada de su mal que tanto daño y tantas cuitas causa, susurra: "Je suis lasse de vivre et mes yeux sont maudits" ("Estoy hastiada de vivir y mis ojos están malditos") (Apollinaire).

Algo, o mucho, de ello encontramos en estas declaraciones de Heidi Klum ("Mujerhoy", ABC, 3/8/2013): "Cuando empecé, me rechazaban porque no me parecía a Kate Moss. Ella era la sensación del momento. Las marcas no querían a una mujer orgullosa y fuerte con una sonrisa deslumbrante, a una mujer poderosa. Preferían a una chica machacada, desmoronada en una esquina, una chica hecha polvo que mira con ojos cansados y tristes". Sin desanimarse, llegó en 1996 a Victoria's Secret pues "pensé que debía haber algún sitio en el que aún se buscara a personas con una apariencia normal...". La mujer lunar imponiéndose a la mujer solar, "orgullosa, fuerte", sonriente, desinhibida ("Vengo de un lugar en el que no nos da vergüenza mostrar el cuerpo"). En Kate Moss hallamos las marcas de la enfermedad y de lo desgarrado. Kate Moss es sombra, fatalidad tinta en perversión. Kate Moss nos lleva al mundo del vampiro, ese muerto vivo, ese *undead*, como lo llamara Bram Stoker.



3. La vampiresa

No sólo cabe poner en relación a la modelo con la "belleza tísica" y el ideal de belleza romántica, sino también con la apariencia, actitudes, temperamento, conducta y "enfermedad" de la vampiresa.

Ornella Volta, autora de "El vampiro", enuncia las siguientes características por lo que hace a la morfología del vampiro varón:

- rostro delgado
- palidez fosforescente
- labios gruesos y sensuales, encubriendo sus colmillos

Y del vampiro hembra o vampiresa:

- delgada y de formas armoniosas
- pálida
- melancólica
- inquietante
- sutilmente voluptuosa
- ojos generalmente negros y profundos, dotados de una extraña intensidad

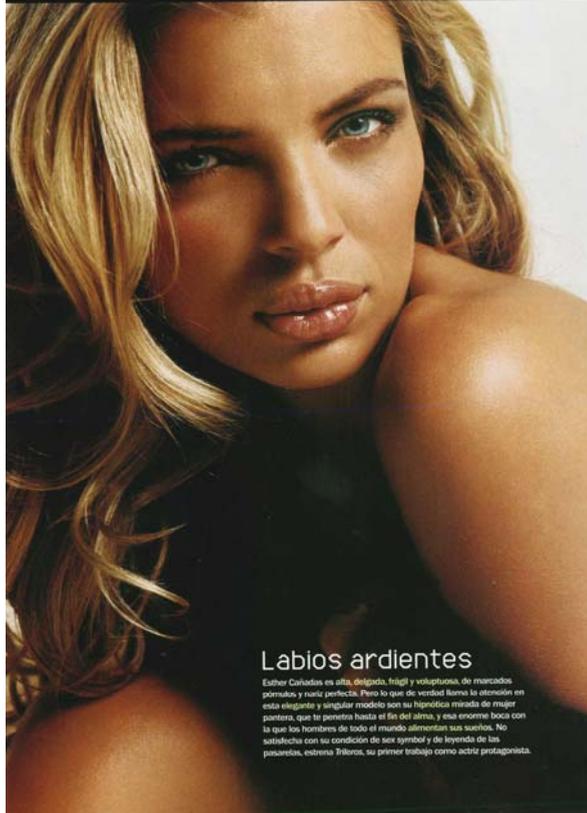
- larga cabellera suelta sobre los hombros
- boca fina y fría como la muerte
- magnetismo de su hechizo sexual

En "Drácula", de Bram Stoker, la novela de vampirismo más conocida y la que consagra universalmente al conde Drácula, aparecen una noche, en el castillo donde el protagonista se halla recluido, tres vampiresas ("three ghostly women") dispuestas a morderle, aprovechando su sueño nocturno, que es más un letargo, un estupor. Justo cuando una de ellas, la rubia, está a punto de hincarle el diente, surge el Conde y, afeándoles, muy colérico, su irrespetuosa conducta por no respetar la preeminencia a él debida, las despide con cajas más que destempladas. Si bien Stoker describe en detalle el físico del Conde, con ellas se muestra bien parco y tan sólo sabemos, o adivinamos, que se manifiestan mediante o gracias a los rayos de luna; que no hacen sombra -como es de todos sabido-; que son jóvenes; que sus maneras y sus vestidos son los de las damas, *ladies* nos dice el autor; que dos eran morenas, de nariz aguileña (como el Conde) y dotadas de grandes ojos negros muy penetrantes, casi rojos contra la palidez lunar; que una, la tercera y última, era muy rubia, tanto que más rubia no se puede ser, que su cabello era abundantísimo y ondulado y sus ojos como pálidos zafiros y que no le era del todo desconocida al protagonista, vago recuerdo de una pesadilla; todas ellas poseían unos brillantes dientes blancos, como perlas contra el rubí de sus labios.

¿Qué siente el aletargado protagonista ante su presencia? Él mismo responde y desde luego no siente terror, sino que "I felt in my heart a wicked, burning desire that they would kiss me with those red lips" ("Sentí en mi corazón un impío, ardiente deseo de que me besaran con aquellos labios rojos").

Por otra parte, argumentalmente, su aparición y presencia son meramente episódicas y tangenciales, aportando apenas nada a los hechos.

Observaremos cómo, en grandísima medida, bella tísico-romántica y vampiresa coinciden. Por otra parte, sólo hay un rasgo que parece no corresponderse con cómo imagina uno a la vampiresa y que es el grosor de sus labios (Bram Stoker tan sólo habla del color, de un rojo intenso). Es cierto que unos labios finos son cortantes y se prestan mejor a la idea de la herida que conduce a la muerte, a la muerte desangrada y fría. Sin embargo, y además porque, como el vampiro varón, la vampiresa ha de ocultar sus colmillos, parecen cuadrarle más unos labios gruesos, muy carnosos, con mayor capacidad de succión y absorción, unos labios-ventosa que, cuanto más gruesos, mejor parasiten la vida ajena, los labios, en definitiva, de una Esther Cañadas, tan acaparadores, tan cargados como nubarrones de sangre, tan devoradores. "Labios ardientes" es el título del reportaje fotográfico-entrevista que le dedica la revista Punto GQ.



Labios ardientes

Esther Cañadas es alta, delgada, frágil y voluptuosa, de marcados pómulos y nariz perfecta. Pero lo que de verdad llama la atención es este elegante y singular modelo son su hipnótica mirada de mujer pantera, que te penetra hasta el fin del alma, y esa enorme boca con la que los hombres de todo el mundo alimentarían sus sueños. No satisfecha con su condición de sex symbol y de leyenda de las pasarelas, estrenó *Tillouca*, su primer trabajo como actriz protagonista.

Detengámonos por unos instantes más en los labios. Abundando en que uno tendría tendencia a imaginarlos carnales en la vampiresa, me viene a la mente la película "El Conde Brácula", protagonizada por Chiquito de la Calzada, en que Katuska, de gruesísimos labios, interpreta el papel de una vampiresa. Los labios gruesos indican sensualidad e incluso en casos extremos pueden llegar a expresar bestialidad. Por el contrario los labios finos, si bien malquistados con los cánones actuales y con las prácticas habituales en nuestros días de su "siliconización", manifestarían espiritualidad, sensibilidad, delicadeza de alma y poesía. Se trata de labios esbeltos que hacen *pendant* a la esbeltez del conjunto corporal, amén de cuanto señalamos en el párrafo anterior sobre su carácter cortante, esto es el labio como filo de daga. Oigamos al respecto a Gustavo Adolfo en cita que ya conocemos, extraída de "Un boceto del natural": "*Julia era alta, delgada, pálida y ligeramente morena. Tenía los pómulos acusados, la nariz fina y aguileña, los labios delgados y encendidos...*". Los labios son finos y ardientes, esto es espiritualmente apasionados. Describiendo la sonrisa de Beatriz, la caprichosa prima francesa de Alonso, en "El Monte de las Ánimas": "en aquella desdénosa contracción de sus delgados labios". Aquí lo fino de los labios está expresando crueldad. Los

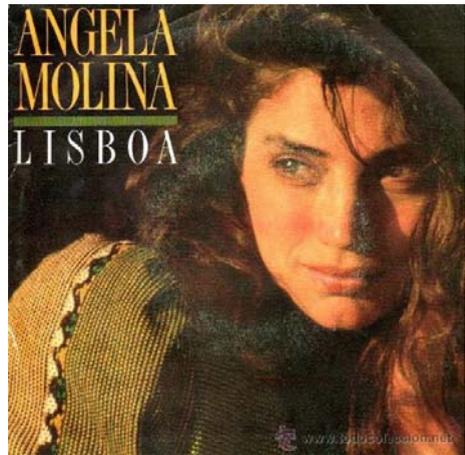
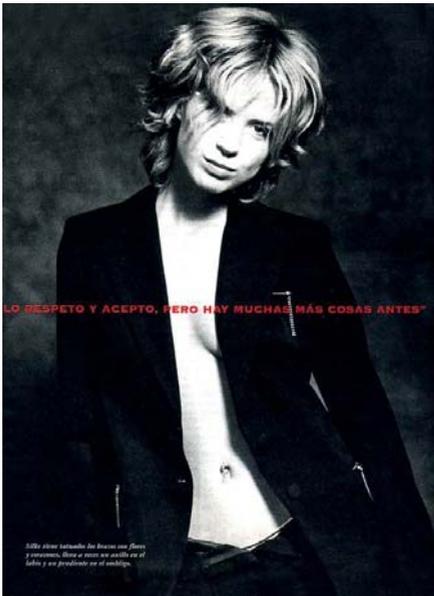
labios finos de Beatriz serán fatales para Alonso por cuanto que le comunicarán el capricho que él no podrá por menos que satisfacer, dejándose la vida en la demanda consiguiente.

En un número de la revista *Telva* de mayo del 2006, bajo el título "Saca partido a tus defectos", se dan unos consejos estéticos sobre cómo superar, mediante un hábil maquillaje, los rasgos o detalles de la cara que no son precisamente agraciados o que al menos no favorecen del todo, tales como "¿Nariz grande, ojos hundidos, piel muy pálida?", amén de "cara redonda, piel muy pálida, ojos pequeños, ojos hundidos y ojeras, frente muy amplia" y... "labios finos". La respuesta es la siguiente: "Convierte los puntos problemáticos en las claves de tu belleza. Los expertos te dicen cómo conseguirlo". De ese, tan diplomáticamente llamado, "punto problemático" de los "labios finos", antes de dictar lo que hay que hacer y los productos que hay que comprar (cosméticos "repulpantes" que proporcionan volumen, lápiz perfilador, etc.), se describe muy significativamente, esta vez sin eufemismos, "el problema", contextualizándolo socio-culturalmente: "Labios finos - El problema - La moda no sólo impone el color, sino también la forma de los labios que va variando a lo largo de los años. Están de moda los labios gruesos, carnosos, exóticos. Y parece que si no tienes *morrete*, ya no eres guapa". Más claro, agua. Los labios han de ser sexy y, por tanto, gruesos; a ello, yo añadiría, entreabiertos, anhelantes, mostrando unos dientes grandes, ávidos por morder y hacer presa, unos labios en definitiva que expresen voluptuosidad cuando menos. Los labios, por ejemplo, de una Brigitte Bardot o de una Claudia Schiffer. Dicho esto, *Telva* consuela luego: "Sin embargo, unos labios finos, pero bien dibujados pueden ser muy atractivos y, desde luego, mucho más deseables que esas *bocas de pato*, obra de los materiales de relleno estético que tanto vemos últimamente".

Otro tanto ocurre con la nariz grande. *Telva* define así el "problema": "Hace unos años si no tenías una nariz pequeña y respingona, estabas perdida..." Recuerdo a este respecto cómo a finales de los años 80, enseñé a varias chicas inglesas, en la propia Inglaterra, unas fotos de una modelo argelina que lucía ropa del modisto francés de origen tunecino, Azzedine Alaïa. Dicha modelo exhibía unos rasgos marcadísimos, muy raciales, propios tanto de la mujer bereber como árabe, tan fuertes como puedan serlo los de una gitana. Las inglesas, sin excepción, la encontraron feísima e hicieron hincapié en lo "disgustosamente" grande de su nariz. A este respecto recuerdo cómo a mí, de niño, me causaban miedo las caras de los "del bronce", por la rotundez y exasperación de sus semblantes, que para mí eran más bien "cataduras". La nariz que se nos impone, casi de forma natural, a la hora de evocar la belleza en la muchacha es la de la nariz pequeña, chatita incluso, que infantiliza y suaviza los rasgos. En Bécquer, sin embargo, las narices aguileñas no son raras pues expresan pasión, tenacidad, vehemencia de los afectos. Y, por otra parte, *Telva* contraargumenta: "... pero afortunadamente el concepto de la belleza evoluciona. La tradicional nariz griega o romana está ahora en alza. "Una nariz grande añade carácter y elegancia a una cara", afirma Bobbi Brown, artista del maquillaje". Cabe contraponer aquí la nariz reducida de anglo-sajonas y germánicas (tan respingona como un tobogán, por ejemplo, en muchas actrices escandinavas) a la contundencia de la mediterránea.

En cuanto a las ojeras, *Telva* afirma: "Muchas mujeres se quejan constantemente de este problema y, sin embargo, este tipo de ojos pueden resultar muy misteriosos y sexys.

Además, es una de las tendencias de maquillaje de este año: languidez, palidez, ojeras..." No cabe mayor abundamiento en cuanto llevamos dicho a propósito de la mujer romántica, de la vampiresa y de la modelo, que es en esencia muy romántica y, cuando menos, algo vampiresa: misterio, languidez, palidez. Prosigue Telva: "Se trata de una onda más romántica que destructiva -opina Gordon Espinet de M.A.C.- de conseguir un *look* elegantemente agotado y maravillosamente lánguido. Ideal para las mujeres que tienen ojeras naturales alrededor de los ojos, que deben explotarlas, en vez de camuflarlas". El elegante agotamiento tísico que confiere la singularidad y el misterio... Gracias a sus ojeras, que les confieren ese aire tenebrosamente noctívago, imprimiendo en sus miradas un ansioso enigma insondable, algunas actrices han hecho fortuna, si bien es cierto que efímera en ocasiones, a pesar de ser esas ojeras sus casi únicas bazas interpretativas.



No puede uno sustraerse aquí al alegre deseo de citar la última estrofa del poema "Alaba los ojos negros de Julia" de Rubén Darío, *pendant* de aquel otro de Bécquer (rima XII), "Porque son, niña, tus ojos / verdes como el mar te quejas". Escribe Rubén: "Luz negra, luz divina, luz que alegra / la luz meridional, luz de las niñas / de las grandes ojeras, ¡oh luz negra / que hace cantar a Pan bajo las viñas!"

Así pues, ojeras, nariz grande y labios finos tienen aquí cabida, por románticos, por tuberculosos y por vampíricos.

El vampiro y la vampiresa son seres nocturnos y por ello pálidos (recuérdese la chanza de Jardiel Poncela: *¿Por qué la luna está siempre tan pálida? ¿Porque sólo sale de noche*); están a la vez vivos y muertos (*the undead*, como dice Stoker), no envejecen, son

inmortales, pero su inmortalidad no es esa broma pesada que recayó sobre el pobre Titono, para quien la Aurora impetró a Zeus la inmortalidad, pero olvidó rogarle también la juventud eterna, de tal manera que Titono cada vez se mostraba más decrepito. El vampiro, por el contrario, representa la eterna juventud y muchos lo interpretan como la proyección fabulada de nuestro deseo de ser siempre jóvenes y de no morir nunca. Ahora bien, para ello al vampiro no le basta "ser"; ha de alimentarse para este propósito con la sangre de los vivos; su eternidad es función de ello. Su juventud, su inmortalidad, han de verse constantemente renovadas y en ello reside su vulnerabilidad. Su jerdán no es otro que la sangre fresca, sana y lozana de un incauto o una incauta, de una víctima.

El vampiro y la vampiresa son personajes obsesivos y obsesivamente carnales; porque han perdido el alma, sólo les queda la carne y para ella y por ella, para la preservación constante de su lozanía, se "desviven". Nuestro mundo y nuestra época son pues vampíricas en tanto que, negando u olvidando o desentendiéndose del alma, ocultan fóbicamente la muerte y enmascaran el envejecimiento.

Mediante la inmortalidad de la carne, por la movilización de su ansiedad cifrada en la sed de perduración carnal y el ahínco de su batalla y su victoria, que debe ser permanente y regularmente actualizada, el vampiro/esa se está rebelando contra el envejecimiento y la desaparición, contra la mayor angustia del animal consciente que somos y que no es otra que la muerte: la disolución ineluctable y eterna. Por ello, entre otras cosas, el vampiro es diabólico. Su eternidad -ficticia puesto que, no siendo absoluta, es contingente- es sólo carnal y además hecha de una carne que es la de los mortales; la resurrección de la carne, la incorruptibilidad del cuerpo glorioso le son inaccesibles. San Pablo no se dirige a los vampiros, quizá aún más tristes y desventurados que los propios condenados. Para ellos, como tampoco para el Demonio, no habrá Juicio Final. El vampiro representa, entre otras cosas, la anti-espiritualidad.

La noche es el imperio del vampiro y la noche representa los oscuros, y con frecuencia, lúgubres imperios de la psique y del inconsciente. El vampiro es sujeto romántico, héroe gótico, si bien no se nos presente siempre y necesariamente bajo su aspecto más extremo, lúgubre o aterrador, sino con frecuencia más humano y más vivo, con la apariencia tranquilizadora de la vida efímera de los mortales, bajo rasgos, si bien muy hermosos, iguales a los de cualquier persona viva (la Clarimonde, de "La Morte Amoureuse" de Gautier, por ejemplo), consagrando así esa belleza femenina que Baudelaire describía como ardiente y triste, capaz de hacernos soñar con la voluptuosidad y la melancolía, con la voluptuosa melancolía y con la melancólica voluptuosidad... una belleza fantasmagórica, compelida y condenada a ir dejando tras de sí un rastro de espectros y condenados.

4. Temperamento de la modelo

La clasificación y nomenclatura de Galeno, empírico-intuitiva, y por otra parte tan certera, considera que son cuatro los temperamentos: colérico, sanguíneo, melancólico y flemático. Los dos primeros, resulta indudable, no compaginan ni con la mujer romántica ni con la modelo. De ser coléricas, se mostrarían demasiado, se expondrían en exceso, exhibirían indecorosa tensión; podrían quizá ser épicas, pero nunca líricas -que es lo que se

les exige-; se virilizarían en exceso. La mujer airada en demasía, desatadamente enojada, da en la virago. Pierde todo encanto. La mujer podrá o no ser cruel, pero, de serlo, habrá de ser refinadamente cruel y perversa, lírica y dramáticamente; si cae en el descomedimiento de la atrabilis, pasa a ser basilisco.

Si esto es así para la mujer colérica, de la mujer sanguínea se puede afirmar que pierde espiritualidad y poesía. Un buen humor en exceso expansivo y zumbón puede caer en lo popular, alejando de la estilización un tanto fríamente aristocrática; una coquetería de compadreo y camaradería o un buen apetito o un apego por lo material nos la ofrecerán bajo un aspecto demasiado pedestre; la afición a los placeres colectivos, el arregosto en los bullicios populares, unos ademanes jocundos nos la pueden mostrar en un ángulo que en nada la favorezca, como vulgar o chabacana incluso. Lo explícito no es poético, por su extrovertida apertura luminica y muy amplio despojamiento. La poesía requiere de lo implícito e interpretativo, del misterio.

La mujer romántica y la modelo han de ser necesariamente introversas y dar indicios, al menos en apariencia, de rica vida interior que nos las sugiera lejanas, distantes e inalcanzables, neumáticas, flotantes, elegantemente indolentes. Melancólicas. La apariencia de un secreto que las atormente, de una duda que las trabaje, de un mal que las acongoje, se aloja en esos cuerpos elegantes de talle de lirio. ¿Cómo imagina uno a Hamlet y Ofelia? No, desde luego, jocundos en lo comportamental o rechonchos en lo físico, sino casi trasijados y elegantemente soturnos, bañando sus miradas en la bilis negra. Recordemos que en toda depresión, en todo episodio melancólico, hay un fondo, un origen de ansiedad que llega a paralizar y a sumirnos en el pozo de la postrada aflicción. "Je suis le Ténébreux _ le Veuf, _ l'Inconsolé... et mon luth constellé / Porte le Soleil noir de la Mélancolie" ("Soy el Tenebroso _el Viudo, _el Inconsolado... y mi laúd constelado / Porta el Sol negro de la Melancolía") (Nerval) ¿Ríe la romántica, ríe la modelo? No, a lo sumo sonreirán con una sonrisa tinta en añoranza, bañada en tribulación y en duelo, una sonrisa hacia dentro, vuelta hacia el alma.

La flema. Mujer trasoñada y trasojada. Nunca responderá con presteza, sino con premiosidad. Su inmovilidad llega a asemejárnosla a la estatua. No muestra sus emociones y aun a veces parece no tener ninguna, no se altera, es áulica, indiferente. Su indolencia y lentitud son las del felino. Su flema es lánguida voluptuosidad... o glacial materialidad, como la Nina de Rimbaud ("Tu viendras, tu viendras, je t'aime! / Ce sera beau. / Tu viendras, n'est-ce pas, et même... / Elle: _ *Et mon bureau?*") o la mujer codiciosa que glosa Bécquer en su soberbia rima "Voy contra mi interés al confesarlo; / pero yo, amada mía, / pienso, cual tú, que una oda sólo es buena / de un billete de Banco al dorso escrita.." y que tan bien sabe que el oro es la mejor de las poesías pues "con oro, cualquiera *hace* poesía" (rima XXVI).

5. La ansiedad generada por la modelo

"Una bella muchacha desnuda es la imagen del erotismo", afirma Georges Bataille en su conocido estudio "El erotismo".

La publicidad, mediante la adecuada presentación de la belleza, crea erotismo (personaje/s y marco/s o contexto/s), generando una ansiedad fruto del deseo en el espectador.

Los anuncios, en la televisión, en los diarios, en las revistas, en el cine, quedan hoy en día al acceso de todos, consagrando nuestra época como esencialmente *voyeuse*.

Aunque la mujer no se encuentre desnuda, o al menos no completamente, en la mente y en el deseo del *voyeur* que la acecha sí que lo está, de tal manera que podemos afirmar que toda modelo, en términos de saturación afectiva, expone su desnudez ante el espectador. Escribe Bataille: "La desnudez, opuesta al estado normal, tiene ciertamente el sentido de una negación. La mujer desnuda está cerca del momento de la fusión; ella la anuncia con su desnudez. Pero el objeto que ella es, aun siendo el signo de su contrario, de la negación del objeto, es aún objeto. Ésa es la desnudez de un ser definido, aunque anuncie el instante en que su orgullo caerá en el vertedero indistinto de la convulsión erótica. De entrada, esa desnudez es la revelación de la belleza posible y del encanto individual. Es, en una palabra, la diferencia objetiva, el valor de un objeto comparable a otros objetos". Bataille, aquí, creo, está en realidad aplicando (y reformulando) al mundo del amor, tras los descubrimientos freudianos y más concretamente tras la descripción y definición de la "sublimación", la teoría nietzschiana de lo apolíneo y lo dionisiaco. Antes de la disolución y de la indiferenciación (dionisiacas) y orientándose a ella y posibilitándola mediante la forma previa, se erige y afirma el preciso, nítido, prístino contorno apolíneo, el bellissimo continente. Y, en efecto, vemos cómo, precediendo a la consumación y aniquilación en el fuego de la carne, en ese "vertedero indistinto", ha de afirmarse y tensarse hasta quebrarse casi, la diferenciación, la distinción, la individuación. Lo dionisiaco, antes de manifestarse disolviendo, negando, destruyendo, "caotizando", requiere de lo apolíneo afinado y delimitado hasta el extremo. Ese apolinismo afinado y delimitado hasta la exasperación es la modelo.

El desnudo, por ser despojo y debido a su exposición, es, tanto en sentido literal como figurado, desamparo, carencia y representa un peligro para quien lo exhibe. Es suma vulnerabilidad. Paremos mientes en que también lo es el enamoramiento, que es sinceridad sin afeites ni disimulos, desnudez absoluta y por ello el amor defraudado, tanto en la literatura como en la vida real, puede llegar a resolverse en suicidio.



"La tina" Edgar Degas (1834-1917)

Ahora bien, quien observa también manifiesta una gran vulnerabilidad. Cuando Degas afirma que el pintor ha de mirar por el ojo de la cerradura (piénsese, por ejemplo, en su pintura "La tina", en que el pintor, como hacían los señores decimonónicos de la casa con las criadas, parece haberse encaramado a una silla para observar, a través de la lumbrera abierta sobre el dintel de la puerta, a la joven fámula), esa contemplación supone una violencia corporal, un esfuerzo para el *voyeur* y también una deformación para lo observado y de esta forma acechado, que es la mujer, que es la modelo. Y así no sólo la desnudez -y animalidad- del otro queda expuesta, sino también el deseo del que observa y espía. "Estar al acecho es estar a la intemperie: estar alterado, errante, erótico, carente, deseante", escribe Calvo Serraller. De todo ello puede concluirse la existencia de una relación dialéctica de la vulnerabilidad entre el cuerpo observado y el cuerpo que lo acecha.

El publicista también penetra en la alcoba y en el tocador, en las habitaciones privadas y cerradas con llave y pestillo, en la esfera íntima, presenciando así las conductas reservadas y prohibidas.

Para acabar, digamos que el acecho, al deformar lo acechado (en la ya citada pintura "La tina", la mujer, observada desde arriba, *dall'alto in su o*, cinematográficamente hablando, en picado, queda aplastada contra el suelo; por ello los acechos, al no ser claros, obligan al que quiere ver a *forzature* más o menos incómodas que se resuelven en cuerpos observados que presentan también *forzature*) y al proyectar sus deseos y sus conflictos en lo observado o espionado o acechado, lo subjetiviza y, al subjetivizarlo, no sólo obvia y rompe el canon objetivo, las proporciones objetivas y "científicas", sino que erotiza en grado sumo a ese objeto de la observación, haciéndolo más expresivo. Mediante el acecho y desde él, el cuerpo pasa pues de ser casi una pura abstracción a transformarse en singularidad, en carne y en tentación. Ha irrumpido el deseo espoleado por el Inconsciente, poniendo en marcha algo que será difícil que vuelva atrás.

Como ejemplo de cuanto se ha afirmado en este apartado, reparemos por unos momentos en la imagen siguiente, en que el *voyeur* penetra en la soledad femenina, desvelando indiscretamente su intimidad y lo inconfesable de su actividad, excitando el deseo, exasperando la tentación y proyectándose en esa sombra que emana del cuerpo de carne femenino, deformándose, esclavizándose y tornándose inconsistente, inaprensible y en trance de desaparecer.



6. Una perogrullada, pero que debe ser señalada

"Tobillera, tobillera, / ya te has hecho rodillera, / pero al paso que vas / de fijo acabarás / siendo muslera... / muslera o algo más", se canta en el schotís de "la Garçonne" (o la "Garçón") del maestro Guerrero. Con la irrupción de la minifalda, el bikini y el monokini, a la mujer, estéticamente, las cosas se le han vuelto cada vez más difíciles. No bastan los bellos rostro y silueta, sino que las piernas han de estar bien torneadas, el talle ha de ser estrecho de por sí pues no caben ya las ayudas compresoras de corsés y fajas, han de mostrarse duros los brazos pues nada los cubre, la maldita celulitis ¿cómo ocultarla?, etc. Firmeza y lozanía. Ahora, prácticamente en su totalidad, queda expuesto el cuerpo, que pasa así a ser cuerpo entero. La modelo ha de hacer gimnasia. La ropa contribuirá, enriquecerá incluso, pero sobre lo dado o lo obtenido, sobre lo propio; la ropa no disimula, encubre o tapa ya la imperfección. Desde este punto de vista la modelo actual -y la mujer en general- han de proveer un esfuerzo mayor, mucho mayor, al de antaño. Son, qué duda cabe, esforzadas atletas.

"Nos han dicho a última hora, que está a punto de terminar el reinado de la crinolina. Las más elegantes damas han lanzado el grito de proscripción... van a flotar de nuevo los trajes de las hermosas como flotan en anchos pliegues las luengas y anchas túnicas de los ángeles. Vamos a distinguir, al cabo, las que saben imprimir al andar esas graciosas ondulaciones que dejan adivinar la gallardía de la forma, de las que se mueven con la seca rigidez de un maniquí de palo" ("Cualquier caso", Bécquer). La crinolina enmascaraba, igualaba *injustamente* a las del portante elegante con aquéllas de fuste menos agraciado, que a partir de la abolición de la crinolina quedarán en evidencia.

"Rubia, alta, bien formada (extremo que la moda ceñida hace muy fácilmente demostrable)", escribe la Pardo Bazán a finales del siglo XIX. En *aggiornamento* de sus

palabras, nosotros diríamos ahora: "Rubia, alta, bien formada (extremo que la moda desceñida y mínima hace muy fácilmente demostrable)".

Ocurre con las modelos, digan lo que digan y declaren lo que declaren (pues sucede con ellas como con tanto excelente estudiante que declara así, como al descuido, pero en realidad por vanagloria, no estudiar prácticamente nada cuando la verdad es que sí que lo hace y mucho, pero alimentando de esta forma el mito de la "ciencia infusa"), como con las bailarinas o gimnastas, que, para brillar y mantenerse, han de hacer gala de disciplina, férrea las más veces. Preguntada la bailarina Marie-Agnès Gillot cómo puede soportar tanto rigor en su disciplina artística, responde: "Me gusta a pesar de todo. Es curioso, parezco rebelde cuando en verdad soy de un gran rigor... Son las obligaciones las que me permiten un margen de delirio personal. En el fondo todo esto no es más que un juego e incluso el dolor es inocente. Y mi cuerpo resiste; es una bella máquina, una bestia escénica". Otro tanto, o algo muy parecido, hubiera podido responder una modelo, ¿no es cierto?

Pasa pues con la moda y las modelos -como, por otra parte, con casi todas las actividades artísticas y deportivas- cuanto señalaba Paul Valéry a propósito de la poesía, que el primer verso es don inefable de los dioses, pero que acometer luego el poema entero es puro trabajo, arduo trabajo, trabajo de obrero, "con el sudor de la frente". A la modelo la naturaleza la dota de unos atributos que, de no mediar esfuerzo sostenido, pronto se ajarán, se reblandecerán y verán fenecer sus días de gloria cifrada ésta en la firmeza y la atracción. Ya lo dijo el gran Hernán Cortés: "El sufrimiento, ese segundo valor".

Un alto y un resumen de las partes A y B

Llegados a este punto hagamos un alto en el camino para digerir lo expresado hasta aquí, que, resumido, sería:

- La modelo se ha erigido en los últimos veinte años en personaje público de suma importancia, por delante de actrices y otras profesiones del espectáculo.
- Por razones socio-históricas (desacralización de la existencia, desarrollo industrial y tecnológico (fotografía y cine), ambas guerras mundiales, exterminios y holocausto, crisis definitiva del humanismo, etc.), el Arte deja de expresar la Belleza. Ésta, en su exilio, halla una tierra de acogida, que no es otra que el mundo de la moda y de la publicidad.
- Los conceptos y valores tradicionalmente declarados por el Arte y que lo han inspirado, tales como Belleza, Elegancia, Eternidad, Absoluto, etc., desterrados ellos también, se refugian y encuentran buen acomodo en la moda y la publicidad. Además, la iconografía y los temas e historias tradicionales del arte (mitológicos y cristianos) se expresan asimismo, con mayores o menores modificaciones e interpretaciones, en los anuncios.
- La modelo, o incluso la top model, ha de poseer "personalidad", entendiendo por ello belleza, clase, porte distinguido, brillo social; físicamente ha de ser alta y esbelta; en los últimos años, se le exige también un cuerpo tonificado.

- El ideal de belleza corporal no es un absoluto; es un valor socio-cultural y por tanto sujeto a modificaciones, moldeable.
- Aunque con el matiz de una progresiva musculación del cuerpo femenino, cabe señalar que el cuerpo de la modelo es romántico (longilíneo o leptosomático, esbelto, melancólico, etc.)
- Del modelo romántico, guiados por los sentimientos de fatalidad, de enfermedad y de angustia, se desemboca en la mujer vampiresa que nos adentra en el mundo misterioso del Inconsciente, con sus tentaciones, sus exposiciones psíquicas y sus peligros.
- En coherencia con los dos puntos anteriores, la modelo habrá de exhibir un temperamento flemático-melancólico, algo distante, aristocrático y sobre todo misterioso.
- La modelo es objeto y sujeto de ansiedad y en la ansiedad (objeto visto y acechado, estímulo y cauce de la tentación) sabiamente suscitada y manipulada, reside el arte publicitario.
- Debido a la liberación de la mujer en la sociedad occidental y a la adquisición de un estatus y de una dignidad impensables en épocas pretéritas, y, como consecuencia de ello, a la incorporación femenina a esferas laborales, sociales y deportivas reservadas al hombre históricamente, el cuerpo de la mujer, fortaleciéndose, se vuelve paradójicamente más vulnerable y difícil en su relación consigo mismo al exigírsele mucho más que antaño, por quedar hogaño despojado y expuesto, al haberse hecho más visible y más reivindicativo... y por ende también permanentemente insatisfecho.

C) LA MODELO, RECEPTÁCULO DE LA "CULTURA DEL INCONSCIENTE"

1. El desnudo

El historiador inglés del Arte Kenneth Clark establece cómo el desnudo, con los griegos, se vertebraba como forma e ideal, como forma ideal, y se constituye en la forma occidental de hacer arte, del Arte, es decir no es sólo un motivo del arte sino que va mucho más allá. Los griegos convertirán así el cuerpo -desnudo- en un ideal y como tal en una unidad o pauta de medida universal que humanizaría y racionalizaría el mundo y la existencia. Y las proporciones los llevan a la realización y plasmación de la belleza, quedando ésta, dentro del platonismo, estrechamente vinculada a la Verdad y al Bien. No sólo vinculada, sino además remitiendo permanentemente a esa Verdad y a ese Bien.

Los neo-platónicos florentinos del Quattrocento, Marsilio Ficino y Angelo Poliziano, en la estela del maestro Platón, identifican el bien y la belleza, lo bueno y lo bello; y así Poliziano insistirá en el ideal de *pulchritudo*, que se erige sin duda alguna en meta de los geniales artistas del Primer Renacimiento. Afirmará asimismo el valor metafísico del esplendor humano por ser emanación del esplendor divino y remachará la exigencia estética que conduce el alma a un grado de absoluta tensión y así la pintura, y el arte en general, habrán de glorificar la belleza femenina. La belleza femenina no sería más que el fiel reflejo de la bondad divina. Al hermanar e imbricar belleza y bondad, bello y bueno, la adoración por la belleza carnal se eleva a rango de loa y agradecimiento a la bondad y generosidad divinas. La demanda apasionada y vehemente de la belleza es acto altamente metafísico. Y es que tanto estos filósofos, como los artistas, los mecenas y Florencia entera amaban a Simonetta, "extremo más avanzado de la creación". Algo más tarde, también el sabio italiano Ruscelli se expresará en parecidos términos, manifestando que la contemplación de la belleza sola puede hacer feliz al hombre sobre la tierra y elevarle a la contemplación del mismo Dios. Pura racionalización, diría Freud. Sobre el amor, sobre el deseo -únicas realidades tangibles-, el Inconsciente eleva estas altas filosofías. En esta perspectiva, este neo-platonismo no sería más que un lujosísimo disfraz -genial, eso sí- de un intenso deseo (una *brama*, una *smania*, que dirían Ficino, Poliziano, Lorenzo y Giuliano, así como Ruscelli)... sexual, claro está, por mucho que luego se reelabore y vista y engalane y maquille, hasta volverlo irreconocible.

No nos engañemos: la belleza tiene un origen sexual, tanto física como psíquicamente, que es cuanto Freud -¿quién si no?- pondrá en evidencia frente al excesivo idealismo puritano de Kant en las cuestiones estéticas.

Así pues la cuestión del desnudo es de una interesantísima ambivalencia: entre lo ideal y lo carnal, entre el espíritu y el cuerpo, entre lo apolíneo-abstracto y lo dionisíaco-carnal, entre la sublimación y la cruda realización. Y si ya eran así las cosas en la Antigüedad, el cristianismo vendría luego a exacerbarlas aún más. Tanto es así que Calvo Serraller no duda en afirmar que el desnudo es más que una forma de arte pues se trata de "la

explicación o la razón misma del Arte occidental, ese punto de intersección dramática entre lo natural y lo celeste, entre el ideal y lo real".

La tensión que representa el desnudo queda desdoblada en los sexos y así, porque la Historia la hemos dominado y escrito los varones desde nuestra situación de poder, el desnudo masculino expresará mejor el ideal, mientras que el femenino revelará sobre todo lo carnal, lo tentador y lo pecaminoso. Y no olvidemos que la publicidad se asienta en la tentación: incitar a adquirir el objeto publicitado mediante un hábil diseño del deseo de poseer la belleza.

La cadera expresa el ritmo y por tanto el dinamismo y por ende la vida frente a un estatismo excesivamente mayestático, inamovible y, podríamos decir, eterno. A partir del siglo V a.C. los griegos humanizarán el arte con la introducción de las proporciones canónicas y el ritmo vital de la cadera. El Primer Renacimiento se vinculará en cuerpo y alma a esta visión, concepción y realización. Surgirá la crisis moral en el Segundo Renacimiento y se expresará dramáticamente -aproximándose al período helenístico- en las torsiones que Miguel Ángel imprimirá a sus cuerpos, exponentes de una perturbación frente a la felicidad de lo clásico y alusivos a una carencia frente a la plenitud anterior, reveladores de un desvalimiento frente a la seguridad de unas creencias pretéritas bien firmes.

Un exceso de expresividad y de tensión son incompatibles con el mundo de la publicidad que ha de perseguir siempre lo amable (más o menos matizado, más o menos evidente), ya que -no lo perdamos nunca de vista- sus fines son comerciales y no pueden cultivar el arte por el arte, sino que su objetivo final habrá de ser forzosamente espurio y ajeno al arte como tal por mucho que nos duela ante y tras la contemplación de tanta belleza publicitaria.

Asimismo la expresividad extrema e incluso expresionismo de la Reforma -Baldung Grien, Cranach-, con su desplazamiento del ritmo, desde la cadera (plenitud greco-latina) hasta el vientre (primitivismo), alusivo a la femineidad y a la maternidad y por tanto sujeto a deformaciones, a imperfecciones e incluso fealdad y en cualquier caso a la fragilidad, tampoco puede erigirse en modelo o ejemplo para el mundo publicitario ni para el cuerpo de las modelos. Sólo podrá ejercer su influencia la publicidad si incide en lo previo al acto sexual, esto es la incitación; nunca (a menos, claro está, que se trate de publicidad de pre-mamá) en lo que viene luego, en el a posteriori que alude a la responsabilidad, al principio de realidad, opuesto y enemigo del principio de placer, principio este sobre el que sustenta el mundo publicitario su andamiaje. El espectador de publicidad ve y quiere ver los toros desde la barrera.

Y sin embargo, aunque muchos siglos después, un rasgo de imperfección, desde el punto de vista clásico, se impondrá en el mundo de la moda porque con anterioridad se habrá impuesto en el gusto de la sociedad modificando el canon de belleza ideal: la delgadez. Comentando "Las Tres Gracias" de Baldung Grien, afirma Calvo Serraller que son mujeres inconcebibles para el canon clásico clasicista por su extrema delgadez, por sus formas picudas, por ese carácter fundamentalmente expresivo de la figura.

Dicha delgadez, "extrema", que es la de la modelo y en especial la de la pasarela, genera y transmite, evoca melancolía y por tanto espiritualiza, creando tanto en las formas de la mujer como en el espectador una ansiedad que sólo podrá resolverse -falazmente-

mediante la adquisición. La modelo es fuente de ansiedad, es ansiógena y dicha resolución del problema, esto es aplacar, anular y vencer la molestia de la ansiedad, es en realidad ficticia -bien lo conocen los psicólogos publicistas- pues el proceso es innegablemente el del refuerzo negativo que tan sólo exacerba esa conducta y así el deseo de adquirir no sólo no mengua o desaparece (lo hace tan sólo momentáneamente), sino que se mantiene e incluso crece.

El erotismo camina siempre de la mano de la ansiedad. La adecuada manipulación de esta última mediante el deseo generado por la presentación adecuada del cuerpo femenino, hallando eco en unos afectos saturados, constituye el arma todopoderosa del publicista.

Desde los inicios del siglo XVI, esto es en el Segundo Renacimiento italiano y durante la crisis del humanismo, con la poderosa aparición del protestantismo, en especial del calvinismo, que suscita una ansiosa inquietud social y cultural, de la cual por otra parte se contagia el catolicismo militante embarcado en la Contrarreforma, se subjetiviza el desnudo artístico y, claro está, se erotiza, expresando y suscitando a su vez ansiedad.

Dos descubrimientos o innovaciones artísticas surgidas en ese estado de cosas y que nos remiten respectivamente al manierismo y al caravaggismo, constituyen auténticas aportaciones al mundo de la publicidad y a su concepción estética del cuerpo femenino:

a. el alargamiento de los ijares, esa parte del tronco comprendida entre la cresta ilíaca y las costillas falsas, y que tan magníficamente expresa el Greco en esas estatuillas de hombre y mujer que se hallan en el Museo del Prado. Mediante este recurso, se estiliza el cuerpo todo, se ahúsan las formas y se logra la espiritualización de la carne, lo cual no deja de ser paradójico, pero es que posiblemente la esbeltez sea eso. "Tant sa taille faisait ressortir son bassin" (Baudelaire)

Podemos hacernos una idea de cómo este alargamiento o estiramiento de las ijadas contraviene el canon clásico y la visión popular de la belleza que se va forjando culturalmente a través de los siglos, tomando en consideración la expresión "tener una cosa su ijada", que se dice de "aquello en que, entre lo que tiene de bueno, se halla alguna imperfección" (diccionario ideológico Casares)

Esta distorsión vertical, esta *forzatura*, de los costados que afecta a la zona abdominal, así como las formas "picudas" de que se habló más arriba, y que podríamos resumir como preponderancia de la longitud corporal y delgadez fibrosa, reflejo de una tensión psíquica rayana en la neurosis, constituyen la expresión de la ansiedad protestante en la psicología (la predestinación calvinista, mas también el cuasi herético jansenismo católico) y del fenotipo germánico en lo físico. Este nuevo canon irá compitiendo con el clasicista-mediterráneo que presenta una mujer armónicamente redonda (que no gorda) hasta imponérsele del todo con el Romanticismo en su exaltación de lo morboso y lo neurasténico, así como en su preferencia por lo bárbaro ajeno al clasicismo. Posteriormente, desde los años sesenta, con el dominio de la cultura y de los *media* por parte del mundo anglo-sajón (cuya base es, no lo olvidemos, germánica), dichas formas quedarán consagradas, con el matiz actual de la irrefragable apariencia saludable. Anteriormente, desde aquel París de Dhiaguílev y de los ballets negros, con su delgada y elástica Josephina

Baker al frente, del charlestón y de los vestidos y abrigos tan largos y estrechos, la mujer fusiforme se iba imponiendo."Aquel busto neutro, recatado y algo entrado en carnes de otra época se acabaría convirtiendo en una mujer filiforme, independiente y seductora. En especial con el desembarco de las modelos estadounidenses en el París de los felices años 20, llamadas a filas por el modista Jean Patou, que buscaba "chicas altas y delgadas, sin caderas y con tobillos finos". Era el principio de un nuevo canon" (Álex Vicente "Encarnan la belleza y el éxito", SModa, suplemento de moda de "El País", 2013). Consideremos ese "filiforme" seguido de "independiente" y de "seductora". Frente a la forma redonda que evoca hogar, maternidad y generalmente sumisión al marido y al dominio masculino, lo largo, por el contrario, evoca, posiblemente por sus connotaciones más varoniles, la independencia; pero es que además esa forma alargada y esa independencia se han convertido en armas de seducción, con reconocimiento tácito por parte del hombre. La mujer alcanza un grado de autonomía en lo social y en sus relaciones amorosas, insospechado hasta entonces, desde y mediante su nueva forma alargada.

Este cambio en el canon femenino, desde las formas clásicas a las germánicas, antecesoras de las románticas y de las actuales, este desplazamiento desde la Grecia antigua y el Mediterráneo hasta el Norte frío, nos da la impresión de que ya Gotfried de Estrasburgo lo barruntara en su versión del "Tristán e Iseo", por cuanto dice a propósito de la hermosura de la princesa de Irlanda y futura reina de Cornualles, quien, aunque celta, sería de ascendencia vikinga, por tanto germánica, fruto y consecuencia de la invasiones nórdicas de las Islas y, como buena germánica o descendiente de germánicos, luciría cabellera rubia, deslumbrante ya de por sí y también y más en un mundo celta donde el cabello no suele ser tan claro como en el de los escandinavos. Dice así Gottfried de Estrasburgo: "La pura, la clara Isolda resplandece como el oro puro de Arabia. Hubo un tiempo en que creí, pues así lo había leído yo en los libros escritos en loa suya, que tan sólo la hija de Aurora, la gloriosa Tindárida, fuera la flor de toda beldad femenina; ahora ya no lo creo. ¡Isolda me ha arrebatado esta certeza! Nunca más creeré que nuestro sol surja de Micenas (Gottfried confunde Esparta y Micenas). La perfecta belleza no apareció en Grecia; ¡fue aquí donde se alumbró! Los pensamientos de todos los hombres se han vuelto hacia Irlanda; ¡es allí donde sus ojos se regocijan y donde aprecian cómo el nuevo sol se alza después de su aurora - Isolda tras Isolda - y cómo desde Develine rutila en todos los corazones! La radiante, la bella Isolda ilumina todos los reinos". Reparemos en lo anticipadamente romántico de este pasaje, que es casi todo un manifiesto: la afirmación de lo bárbaro frente a lo greco-romano; lo céltico-germánico de lluvias y brumas fantasmagóricas frente a lo solar mediterráneo, de precisos contornos; la hija de una reina de Erin frente a la hija del mismo Zeus; lo cristiano-germánico frente al paganismo, en clara perspectiva o dimensión hugoliana; la reivindicación de lo espiritual y doliente frente al hedonismo, la ataraxia y la armonía; el dolor íntimo y desgarradamente lírico frente al heroísmo de todo un pueblo; Iseo, desgarradoramente humana, ante Helena, trágica y divina. En términos simbólico-geográficos, el Noroeste nebuloso y escarchado frente al Sudeste luminoso y claro. El sol surge ahora por el occidente.

b. la iluminación claroscuro iniciada por Caravaggio y explotada por el Barroco, con su creación de volúmenes a partir de los contrastes luz-sombra, con sus puestas en relieve mediante el mismo procedimiento, con su creación de planos a través de la gradación o presencia-ausencia de luz, que llevaron incluso más allá que un Bellini o que un Antonello da Messina la irradiación del cutis... ¿cómo no relacionarlo con la técnica fotográfica que tan bien sabe poner en valor los cuerpos y, de éstos, sus detalles?

El efectismo erótico nacía platórico de vitalidad y con un porvenir esplendente por delante.

"El verdadero erotismo es inseparable de la prohibición", afirma Calvo Serraller quien remacha más lejos: "Ayer y hoy, el desnudo, esa metáfora, tiene morbo. El objeto del acecho es lo prohibido, y lo prohibido el abrevadero existencial de la pintura, del arte" En definitiva, que la raíz del arte es la prohibición y que por tanto el arte no puede no ser erótico.

De la ambivalencia del desnudo se nutre el arte publicitario, con sus escorzos, sus violencias lumínicas, sus tensiones musculares, su antagonismo permanente entre lo angelical y lo demoníaco, su lucha sin tregua ni cuartel y sin horizonte posible de victoria para ninguna de las partes entre lo más ideal y lo más abyecto, su alternancia de exaltación y depresión, su melancolía anhelante y su ensimismamiento anubarrado de deseo vago o concreto expresados en las miradas a la vez claras y turbias de los modelos.. que hacen del anuncio publicitario una auténtica *forzatura*. En cuanto al desnudo, es a un tiempo y paradójicamente, y ésta es su esencia inalienable, desvelamiento y ocultación. Y el desnudo, total (raramente), parcial o sugerido/imaginado, palpita en el corazón del arte publicitario

2. La aventajada estatura - nuevas consideraciones

"La Cava a todas les dijo / Que se midieran las piernas / Con un listón amarillo. / Midiéronse las doncellas, / La Cava lo mismo hizo / Y en blancura y lo demás / Grandes ventajas les hizo". Del romance de la Cava, la hija del conde don Julián, aquella por quien se perdió España, se colige la gran importancia que tiene la longitud de las piernas, en correspondencia con el resto del cuerpo.

Aristóteles establece que en el tamaño (a lo largo) se conoce la grandeza del alma, así como la belleza en un cuerpo grande y alto. En el mundo griego bien poco pintaban las mujeres, pero nosotros, con nuestra visión actual, ¿por qué no habremos de aplicar sus palabras a la fémina?

Con la lucidez, curiosidad, cultura, originalidad y espíritu crítico que le caracterizan, Montaigne, tras disertar sobre la belleza, pasa a hacerlo sobre la estatura y no es casualidad pues una cosa le lleva a la otra naturalmente. Describiéndose a sí mismo, afirma: "Soy de talla algo inferior a la media. Este defecto no sólo incurre en fealdad, sino además en incomodidad, para aquéllos que hayan de mandar y ostentar cargos pues la autoridad que otorgan la bella presencia y la majestad corporal, queda algo en entredicho". La baja estatura es defecto en general e inconveniente a la hora de ejercer autoridad pues no sólo no "impone", sino que además "rebaja".

Es más, Montaigne va a acabar confundiendo en gran medida belleza y estatura pues después de la cita en cuestión y algunas otras consideraciones de orden general, tras declararnos que Platón, junto con la templanza y la fortaleza de espíritu, requiere la belleza para los gobernantes de la república, tajante, concluye: "la belleza de la estatura es la única belleza de los hombres" ya que sin ella no podrá hablarse de hombre bello aun poseyendo éste "formas proporcionadas" u ostentando "blancura en los dientes", etc., etc., siendo éstas las "otras bellezas" que adornan a las mujeres, de tal manera que tácitamente Montaigne otorga la belleza a la mujer corta de estatura si en ella se dan esas otras características estéticas. Ahora bien, Montaigne es un tipo galante, un gentilhomme, y sus palabras dictadas por la *bienséance* no deben engañarnos pues prácticamente cuanto se dijo al respecto de Aristóteles por lo que hacía a los sexos, se puede también afirmar de él, de tal manera que, aun participando de otras cualidades innegables, a la mujer realmente bella no puede faltarle una estatura destacada.

En "El Cortesano", Baldassarre di Castiglione requiere una estatura media para su prototipo y ello porque su cuerpo y su talla han de expresar externamente la moderación y la discreción. Ahora bien, aplicando esta correspondencia entre psique y soma, cabe presumir que si la mujer, en su aspecto más luminoso, es largueza y espiritualidad, cabría atribuirle el privilegio de la altura y de la elegancia, manifiestas en la esbeltez.

Un chascarrillo, pero revelador: Paquita Torres, Miss Europa 1967, que luego casara con Clifford Luyk, jugador de baloncesto, un tipo muy alto pues, declaró en una ocasión algo así como que las personas altas eran mejores personas que las bajas, identificando así "alto" con "bello" y con "bueno". "Bello", "Bueno" y "Feliz" llegan a ser una misma cosa, son incluso una misma cosa como bien saben psicólogos y lingüistas observadores. Así los psicólogos del conocimiento, Ervin-Tripp y Foster, en 1966, observaron que los niños trataban las palabras "buena", "feliz" y "bonita" como sinónimos a la hora de describir caras. No podemos detenernos en esta cuestión y es lástima pues las lenguas están llenas de estos solapamientos e identificaciones entre estas tres palabras intercambiables; tan sólo citemos a Shakespeare en "Measure for measure" (acto III, escena I), en que el Duque, disfrazado y de incógnito, se dirige a Isabella en estos alambicados términos: "The hand that hath made you fair hath made you good: the goodness that is cheap in beauty makes beauty brief in goodness; but grace, being the soul of your complexion, shall keep the body of it ever fair" ("La mano que te hizo bella, te hizo buena. La bondad que es parca en belleza, hace a la belleza escasa en bondad; pero siendo la gracia el alma de tu apostura, sabrá en esencia guardarla por siempre bella") El antropólogo Lévi-Strauss, en sus exploraciones, añade a "bello", "feliz" y "bueno" un cuarto término, interesantísimo para el presente estudio por cuanto que la juventud, la lozanía, son valores indisociable de la belleza y del ser de la modelo. "Les Nambikwara (población indígena muy "incontaminada" del Amazonas brasileño) n'ont qu'un mot pour dire "joli" et "jeune", et un autre pour dire "laid" et "vieux". Leurs jugements esthétiques sont donc essentiellement fondés sur des valeurs humaines, et surtout sexuelles" ("Los nambicuara no tienen más que una palabra para decir "bonito" y "joven", y otro para decir "feo" y "viejo". Sus juicios estéticos se fundan, pues, esencialmente en valores humanos, y sobre todo sexuales". Volviendo a Paquita Torres, digamos que hay mucho de verdad intuitiva en esta *boutade* no deliberada, pues carece de

la intención de serlo. Si le aplicamos la teoría de la compensación adleriana, adquiere aún mayores visos de estar en lo cierto. El alto no necesita hacerse valer o imponerse porque su cuerpo es ostensible y fácilmente visible y posee presencia. El bajo, carente al menos de esa prestancia que sólo otorga la estatura, frustrado en su cortedad, habrá de ganarse un espacio, labrarse un contorno, mediante la ambición, la agresividad, la actividad ególatra, etc., siendo por tanto de mayor desconsideración para con el prójimo. Se ha dicho que los dictadores eran de corta estatura y que tenían que compensar. En la película "Danton" del polaco Wajda, hay un curiosísimo plano en que sólo se ven los zapatos de Robespierre cuando toma la palabra en la Asamblea, en plena época del Terror, viéndose cómo Maximiliano (hasta el nombre es compensatorio) se yergue sobre la punta de su calzado dieciochesco.

3. El talle

"¡Vaya un quinqué!", así es como le piropea a Mari Pepa, "la Revoltosa", uno de sus vecinos, Cándido a la sazón.

Tengo yo un retrato fotográfico de mi bisabuela Manolita en que su cintura de avispa es tan extremada y artificial, creada por una severísima estrangulación de la cintura por medio del corsé, que parece haya de chascarle el espinazo o apagarle la respiración para siempre.

Miguel Ángel tortura a los cuerpos y el manierismo los deforma, menoscabando así la armonía clasicista. Ambas realidades vuelven más expresivo el cuerpo, alejándolo de la forma canónica, de lo que podríamos llamar abstracción genérica. El cuerpo pasa a singularizarse, a ser expresivo con todas sus consecuencias, siendo una de ellas, la mayor, que el cuerpo pintado se corresponda con uno imaginado, fruto y vehículo de fantasmas personales y colectivos, expresión del inconsciente, con su inevitable carga de sexualidad reprimida, insospechada y desconocida, latente, aunque por eso mismo existente y por tanto bien real.

Afinando a la mujer, comprimiendo su cintura hasta lo indecible, se la "melancoliza" y, en gran medida, al "ojivizarla", se la espiritualiza y por ello y con ello se la "descarnaliza". Aplicando la lógica basada en la visión clásica, se la estaría "deserotizando" y, sin embargo, porque el inconsciente se complace en las ambivalencias físicas y morales, porque manifestando una cosa pueda estar en realidad afirmando su contrario, por su carácter intrínsecamente "morboso", la mujer así modificada, se carga tanto y de un erotismo tal que se erige en esa flor del acanto o en esa otra de la pasión, que estallan liberando y catapultando sus semillas.

Tensión. Toda "deformación" del cuerpo es erotización. Toda "modificación" artificial (corsé, zapato de tacón, hombreras, etc.) es desnudo imaginario.

Segunda mitad del siglo XVI. España, primera potencia, lucha a sangre y fuego contra el luteranismo. La Contrarreforma impone una humanización de las figuras santas en el arte e insiste en el desvalimiento moral y físico del hombre dentro de una visión providencialista, frente a la libertad de conciencia de la Reforma. La guerra civil religiosa ensangrienta Francia. Se ha desvanecido el optimismo humanista y el ser humano es ya

medida de bien poco. Es época de sufrimiento moral y físico e incluso la moda es mortificación. Escribe Montaigne: "¿Para conseguir un cuerpo bien delgado a la usanza de España, hasta dónde no llegarán nuestras mujeres, realizándose y constriñéndose al ceñirse tanto, lacerándose los flancos hasta volvérselos en carne viva? En ocasiones hasta la muerte". Si supiera el bueno de Montaigne que hoy en día más de una, aprovechando los avances de la cirugía estética, se extirpa la última costilla para afinarse el talle y tornarse más juncal, más mimbreña...

Es sabida, por ser citada posteriormente por algunos autores (Baudelaire entre ellos), la afirmación del filósofo Francis Bacon según la cual "There is no excellent beauty existing in the world that hath not some strangeness in the proportion" ("No puede darse en el mundo excelente belleza sin un punto de extraño, de raro, en la proporción"). Lo que, en mi opinión, quiere expresar Bacon en su "Of Beauty", tras criticar a Apeles y a Durero precisamente por crear rostros y cuerpos "perfectos" y por ende no convincentes, es que el arte no alcanza la belleza mediante reglas, leyes o cientifismos, sino por el estro, por espontaneidad creativa inexplicable, por inspiración, por la Gracia podríamos decir. Al arte canónico, genérico, idealizante, le faltaría el hálito vital, que sólo le vendría otorgado por la imperfección de lo retratado, ese punto de extrañeza que se aparta de lo "oficial" y que lo humaniza y le concede el soplo vital. De su argumentación en "Of Beauty" se desprende que lo bello es sobre todo una conjunción armónica y feliz de partes que, consideradas una por una, individualmente, son inarmónicas. Este extremo es la "extrañeza", lo raro, lo personalmente intransferible, la "subjektivización" del cuerpo que se estudió más arriba. En otras palabras, lo imperfecto puede ser más bello que lo perfecto y en cualquier caso más interesante, deseable y tentador que lo perfecto.

La imperfección, además, moviliza los flujos de anhelo inconscientes con mayor espontaneidad, efectividad y presteza que la perfección. Por poner un ejemplo del mundo de la moda y muy próximo en el tiempo, tanto que nos es contemporáneo, esto es fundamentalmente cuanto explicaría el gran éxito profesional y mediático alcanzado por la modelo británica Kate Moss: sus imperfecciones físicas (un ligero estrabismo -pero ya los mayas consideraban bellos a los bizcos-, una cierta asimetría facial, piernas estevadas, sus caderas algo bajas, etc.) y su imperfección, llamemósla moral (su aire canallesco, vicioso, perverso, junto a su reputación -comprobada- de toxicómana)... e incluso, si se me apura, en ocasiones incluso ¡su fealdad! Pero, sobre las imperfecciones, algo se añadirá más lejos.

4. La cabellera

"Una tarde impresionista,
en el taller de un artista
vi a Mimí, débil y rubia,
desnuda, bajo la lluvia
de su cabello de oro,
que era todo su tesoro...

Desnuda, bajo la onda
de su cabellera blanca
en el ambiente violeta...
Y Léandre, en su paleta,
buscaba en vano aquel oro,
que era todo su tesoro.
(Manuel Machado, *Mimi, la modelo*)

Su extrema importancia como carácter sexual secundario queda probada por el hecho de que, a la hora de describir físicamente a una persona de nuestro mismo color de piel, el primer rasgo físico inamovible al que recurrimos -con la estatura- es su color (rubio, castaño, moreno, pelirrojo), junto a dos propiedades variables, que son la edad y el peso. Se empieza diciendo, por ejemplo que es "rubia, alta, madura y entrada en carnes" (luego ya se completará la descripción con pormenores) y no, por ejemplo, "de talle grueso, pie pequeño y uñas roídas"

El poeta latino Ausonio dice de ella, de la cabellera, que es "una gran parte de lo que el mundo llama hermosura" y Fray Luis de León, aunque autor de esa apología al recato en la mujer (y expresión máxima de la lengua española, por otra parte) que es "La perfecta casada", no puede por menos exclamarse que "el cabello es la mayor gloria de Venus" y es que Fray Luis no puede evitar el ser también un esteta. Y es que no cabe duda de que la exuberancia ondulada de la rubia cabellera de Simonetta Vespucci/Cattaneo, la ligur de Porto Venere (sí hasta supo escoger como nadie el lugar de nacimiento), no constituya gran parte de su admirable y cautivadora belleza. En sus "Metamorfosis", nos cuenta Ovidio cómo Antigoné, porque otorgó predilección a sus propios cabellos con respecto a los de la diosa Hera, fue, para su escarmiento, mutada en pájaro. En cuanto a Medusa, se trataría de una linda muchacha, tan orgullosa de su melena, que en castigo de su soberbia, Atenea se la habría trocado en nido de serpientes.

El cabello rubio es el más representado por ser el más raro y el más preciado y estudios antropológicos diacrónicos y sincrónicos demostrarían que es el más atractivo para las preferencias masculinas. Y esto es así desde los griegos. Afrodita era rubia y además extranjera, dos valores añadidos de indiscutible poder. Nuestro Arcipreste Juan Ruiz nos señala a la rubia por mejor. Porque intuitiva y empíricamente sabían de ello, las prostitutas de la serenísima República, como nos refiere Enzo Biagi en "L'Italia dei peccatori", "bagnavano i capelli con cenere di vite e paglia d'orzo per ottenere il bel biondo veneziano" ("bañaban sus cabellos con cenizas de vid y paja de cebada para obtener el bello rubio veneciano"), que es el de las féminas del Veronese.

Rubio es también el cabello de santas y vírgenes de los primitivos flamencos. En la morbosa novela de Rodenbach, "Bruges- la -Morte" ("Brujas la Muerta"), de opresiva atmósfera sonámbula y agonizante, el protagonista, viudo y melancólico, ahogado en su añoranza perpetua, volverá a enamorarse de una bailarina porque su cabello es tan rubio y tan largo como el de la mujer que se le muriera. "... ses cheveux qui, déployés, lui couvraient tout le dos, longs et ondulés. Les Vierges des Primitifs ont des toisons pareilles, qui descendent en frissons calmes" ("... sus cabellos que, explayados, le cubrían la espalda toda,

largos y ondulados. Las Vírgenes de los Primitivos tienen parecidos toisones, que les descenden en calmos escalofríos"). "Tus largos cabellos rizados son como una maravillosa aureola", le declara Siegmund a Sieglinde en "La Walquiria" de Wagner. Del cabello, de la melena densa y crasa, anegando espalda o tórax, o ambos, de sus posibilidades de ocultación de partes del cuerpo y, por ello mismo, señalándolas y ensalzándolas, convirtiéndolas en objeto codiciado al erotizarlas al máximo, algo más se dirá en el apartado 11: "Algo más sobre desnudarse y vestirse".

El cabello de oro canónico ("que en la vena del oro se escogió"), angelical, de vírgenes y santas, dará lugar, tras la Contrarreforma y Caravaggio, al moreno de la "Madonna dei Pellegrini" o de la virgen de "Sacra Famiglia con San Giovanni Bambino", populares, mas no por ello menos bellas, si bien su belleza sea bien distinta y transgresora de las pautas antiguas; pero es que estamos en pleno realismo y en plena propaganda católica, activa y comprometida, de recuperación de la fe popular.



Madonna dei Pellegrini (Caravaggio)



Sacra famiglia con San Giovanni (Caravaggio)

Para lo que aquí nos interesa, que es, más que el color o las tonalidades del cabello femenino, su simbolismo y su funcionalidad inconsciente, preguntémonos si hay parte y aspecto del cuerpo humano que se preste más al juego, en general y en particular, de la ocultación-desvelamiento que mencionamos previamente a propósito del desnudo, de la modificación, de la sorpresa, del adorno y que se halle menos expuesto al decaimiento (salvo en caso de alopecia y puesto que los tintes, desde tiempos inmemoriales, encubren las canas, signo irrefutable de envejecimiento) que el cabello. El cabello es, además, por artificio o por naturaleza, variadísimo en su color, en su forma, en su textura, en su longitud, en su "cuerpo", *armure élastique (armadura elástica)*, que dice Baudelaire. Es maleable y flexible, de una plasticidad sin parangón, que lo hace proteiforme y así se presenta en coleta, trenza o trenzas, moño, crenchas, suelto, recogido, etc. Lo tiene todo, absolutamente todo para ser parte del cuerpo privilegiadamente erótica. El cabello recogido desvela la nuca y la nuca

(piénsese, por ejemplo, en la de la "Venus del espejo" de Velázquez) es sensibilísimo erotismo. "Cuando te miro el cogote / Y el nacimiento del pelo, / se me sube, se me sube y se me baja / la sangre por todo el cuerpo", cantan, chuscos, el Faraón y el coro en "La corte de Faraón".

Consideremos asimismo los postizos y las pelucas y hoy en día las muy de moda extensiones que pueden dar en melenas inusitadamente largas y abundantes, pero que, no lo olvidemos, pertenecieron a otras, desconocidas, confiriéndoles misterio, quizá incluso desdoblamientos y requerimientos arcaicos, secretos y remotos. ("¿No me conoces?... Pues debías conocerme. Has besado mi pelo en la trenza postiza de otra", Ramón Gómez de la Serna, "Aquella muerta" en "Los muertos")

Es pues la cabellera carácter sexual secundario de enorme relevancia y en nuestro universo simbólico es lozanía, fuerza (el mito de los cabellos de Sansón es tan popular que dudo haya alguien que lo desconozca. ¡Cuantísimas veces no habrá uno oído decirse, tras haber pasado por la peluquería, que, como el muy membrudo de Sansón, habrá perdido la fuerza)! Y, claro está, es belleza: "de tu hermosa cara y alentadas guedejas", puede leerse en un libro de caballerías. En una novela medieval francesa del ciclo artúrico cuyo nombre no puedo recordar, una doncella se lamenta porque ha padecido un terrible ultraje por parte de un fementido caballero al cortarle éste sus espléndidas trenzas rubias. En el "Perceval" de Chrétien de Troyes, la Doncellita de las Mangas Cortas, la Petite Pucelle aux Manches Courtes", declara reveladoramente que "je me laisserais couper les deux tresses jusqu'au ras du cou, ce qui m'enlaidirait beaucoup" ("me dejaría cortar las dos trenzas al ras, lo cual me afearía mucho"). Sí, pues la trenza, al recoger el cabello, promete la misma dicha que cuando la amada se desprende de la ropa; al igual que así se libera el cuerpo, el cabello, "destrenzado", esto es desplegado, sin sujeción ya, se explaya en toda su generosidad y manifiesta abiertamente toda su presencia. Y así, si, tal y como se describe en "La fausse Guenièvre", novela artúrica medieval anónima, "la trece fu longe et grosse et luisanz et clere" ("la trenza era larga y gruesa y reluciente y clara"), cómo y cuánto no habrá de ufanarse el cabello en libertad.

En ocasiones, en San Pablo, como privado momentáneamente de Gracia, reaparece el hombre viejo Saulo; ejemplo de ello es cuando quiere mujeres veladas, dentro de una óptica misógina, ajena a Cristo, en que el sexo femenino quede subordinado al masculino. Se oculta el pelo y así adquiere éste las connotaciones del sexo, velloso también él, alimentando fantasmas. Citemos para castigo del reaccionario Saulo unos versos de Baudelaire en que la semejanza entre cabello y vello púbico es también analogía simbólica entre ambos *bosques o selvas*.

Tu trouveras....

.....

... sous un ventre uni, doux comme du velours,
Bistré comme la peau d'un bonze,
Une riche toison qui, vraiment, est la soeur
De cette énorme chevelure
Souple et frisée, et qui t'égale en épaisseur,

Nuit sans étoiles, Nuit obscure!

("Hallarás... bajo un terso vientre, suave como el terciopelo, / atezado como la piel de un bonzo, / Una rica toisón que, en verdad, es la hermana / De esta enorme melena / flexible y rizada, y que te iguala en espesor, / ¡Noche sin estrellas, Noche oscura!")

No en vano a Baudelaire cautivaban negras y mulatas, de cabello muy crespo.

Oníricamente las caídas o pérdidas, ya sean de dientes, ojos y cabellos, remiten al complejo de castración.

En las guerras, a las mujeres que hayan mantenido relaciones sexuales con el (ocupante) enemigo, se les rapa la cabeza. Recuérdese a este respecto lo que se les cantaba al acabar nuestra guerra civil: "Pelona, sin pelo, cuatro pelos que tenías los vendiste al estraperlo, pelona sin pelo", con alusión y todo a uno de los mayores escándalos de corrupción política durante la Segunda República.

¿Qué es la tonsura eclesiástica sino la humillación del sacerdote ante la divinidad ("mes cheveux... déshonorés par une large tonsure", se dice el capellán protagonista de "La Morte Amoureuse" de Théophile Gautier) ¿Y qué son sino la exacerbación de ese propio desprecio automutilante, el escarnio de la tonsura -abolida en nuestros días- o esa forma de corona capilar torno al cráneo mondo, que exhibían algunas órdenes religiosas (franciscana y dominica, entre otras)? Ya en el IV Concilio de Toledo, presidido por San Isidoro de Sevilla, se establece que los clérigos habrán de afeitarse la cabeza dejando que los cabellos formen una corona a su alrededor. "Clericus qui nutrit comam anathema sit" ("Anatema para el clérigo que deje crecer su cabello") No sólo el ya mencionado IV de Toledo, sino otros varios concilios en la Alta Edad Media y luego numerosos decretos sinodales desde el siglo XVI hasta el XVIII, se muestran contrarios a que los sacerdotes exhiban cabello o barba largos.

¿Y por qué los augustos, e incluso los payasos blancos, suelen presentar esas cabezas tan grotescas que son como ralos gredales pero con, por ridículo contraste e insospechadamente, unas matas desgredadas e hirsutas en los parietales? Para contribuir, junto con la nariz de borracho y los ojos de badulaque, a su exageradísima apariencia de adefesio. Dicho esto, no hará falta señalar ni insistir en qué persigue, funcional y simbólicamente, el pelo corto en la monja, máxime cuando la toca lo oculta a la vista.

En el Antiguo Testamento, el afeitado de la barba, del cabello y del vello genital supone afrenta y castigo pues se feminiza a la persona que lo padece; por ello Sansón perderá su vigor sobrehumano. En "Isaías" (VII, 20), leemos: "En aquel día rapará el Señor, con navaja alquilada, cabeza y pelos de los pies (léase "genitales", como sabremos más tarde, en "14. El pie y el calzado") y aun la barba también quitará".

En "Arria Marcella", de Théophile Gautier, refiere el autor lo siguiente a propósito del quimérico protagonista Octavien: "... la vista de una espesa cabellera peinada en crenchas y exhumada de una antigua tumba le había arrojado en un extraño delirio..." Y precisamente en "La cabellera", Maupassant narra dramáticamente el enamoramiento morboso, llegando a convertirse en pasión delirante, de un joven por una magnífica cabellera rubia que de alguna manera exhuma él también de un antiguo escritorio que acaba de adquirir. Constituye el cuento uno de los mejores relatos de locura que jamás se hayan

escrito. Recuerdo a este propósito como en el Festival Off de Aviñón vi, en 1988, una versión teatral de esta narración, que se convertía sobre las tablas en un dolido canto homosexual y en un rito lacerante de travestismo, que, la verdad, desvirtuaba bastante el original, pero que probaba cómo el cabello es poderosísimo transmisor y evocador de deseos reprimidos, ocultos, prohibidos e inconfesables.

No es de extrañar pues, a tenor de todo lo expresado hasta aquí, que peluqueros y peluqueras sean personajes fundamentales en el mundo de la publicidad y que gran parte de la creación o construcción estética de las modelos resida en el arte, habilidades, conocimiento e intuición de aquéllos. Estéticamente hablando, puede afirmarse que los anuncios, los *spots* televisivos de champús, acondicionadores, tintes, etc. sean de los más bellos y eficaces, con esas melenas al viento, desplegadas, que inundan, jocosas y ufanas, la imagen toda.

El erotismo, explica Bataille, es nuestra respuesta ansiosa frente a la conciencia de la muerte. Amor y Muerte acaban por ser una misma cosa. Es la enseñanza trágica de las leyendas medievales de Tristán e Iseo, que Wagner supo entender.

Dejemos nuevamente a Baudelaire ilustrar cuanto se ha dicho sobre el pelo.

Ô toison, moutonnante jusque sur l'encolure!
Ô boucles! Ô parfum chargé de nonchaloir!
Extase! Pour peupler ce soir l'alcôve obscure
Des souvenirs dormant dans cette chevelure,
Je la veux agiter dans l'air comme un mouchoir!
.....
Longtemps! toujours! ma main dans ta crinière lourde

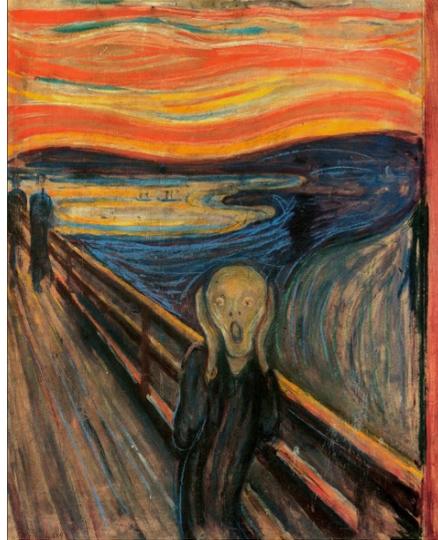
("¡Oh toisón, encrespada hasta en el escote / ¡Oh rizos! ¡Oh perfume cargado de indolencia! / ¡Éxtasis! Para poblar esta noche la alcoba oscura / Con los recuerdos que duermen en esta cabellera, / ¡Quiero agitarla en el aire como un pañuelo!.....¡Por largo tiempo! ¡Por siempre! mi mano en tus pesadas crines", Baudelaire). El poeta busca anegarse en esa sepultura oscura e inabarcable de amor ciego que es la melena de la amada.

5. Imperfecciones

Cuando la melancolía irrumpe en el arte y se va haciendo progresivamente más morbosa, se rompe la perfección clásica, que es sosiego del alma y equilibrio mental. Piénsese, por ejemplo, en la "Melancolía" de Durero hasta llegar a las "locuras" de Munch. Y entre medias consideremos la influencia literaria de un Sade, de un Novalis, de un Sacher-Masoch, de un Kierkegaard, de un Freud, de un Bataille, etc. Y ¿qué no es el Romanticismo sino la exaltación y la consagración artística de la bilis negra, la "hamletización" y "neurotización" del arte?



"Melancolía" (Dürero, 1471-1528)



"El grito" (Munch, 1863-1944)

En lo físico, la imperfección y el defecto, la carencia (en especial de salud) van a expresar ese malestar existencial. Comentando la triste figura de "Betsabé en el baño", como si se maliciara ya su adulterio y el casi asesinato de Urías el fiel hitita, su marido, barruntando ya todo el daño irreparable de que será origen, a partir del verso baudelairiano del poema "Les Phares" dedicado al propio Rembrandt ("cuerpos empapados de pensamiento"), Calvo Serraller hace las siguientes consideraciones: "Betsabé es, efectivamente, un desnudo empapado de pensamiento... Aquí se recrea con esa tradición que ha estado tratando de emerger subrepticamente por el norte de Europa y reivindica los derechos de la imperfección, los derechos eróticos de la imperfección; es decir, afirmar que también lo feo, o quizá lo feo y lo imperfecto sea precisamente, como tal, lo que más atrae sexualmente. Esta obra anuncia algunas de las características de la concepción del desnudo en el mundo contemporáneo, sobre todo esta idea de la imperfección, de la antiselección, el antiideal... la reivindicación de que precisamente esa imperfección es el punto dramático esencial de atracción del desnudo; en cierta manera, la conciencia de que la carne es también sexo, pero no sólo sexo... peculiar conciencia de la sexualidad, del cuerpo; pero cuerpo ya como imperfección, como individuo y no como género, como particular".

La imperfección individual genera atracción y deseo. La diferencia única e individualizada particulariza y concreta, nos extrae de la abstracción, de una belleza quizá excesivamente canónica y normativa. Lo objetivamente feo, esto es con respecto al canon, puede convertirse en subjetivamente, si no bello, sí al menos interesante, atractivo e incluso cautivador. Lo rechazable desde el canon, por excesivo o escaso, llega a convertirse en foco principal de interés y atracción sexual. Salvando las distancias, temáticas, llegados a este punto reverbera en la mente cuanto Pedro dice a príncipes, ancianos y cuerpo sacerdotal a propósito de Cristo: "Él es la piedra rechazada por vosotros, los constructores, que ha venido a ser piedra angular".

Y así lo incorrecto irrumpe también en la publicidad. Un ejemplo de exceso: los labios de Esther Cañadas. Un ejemplo de carencia: el tórax de Twiggy. En esta perspectiva, un anuncio en blanco y negro de Gucci nos presenta a una joven con tamaña cantidad de pecas en el rostro, tan densas y manifiestas en su apelmazamiento que parece llevara antifaz. Es cuando menos curiosísimo. Nos remite al manierismo; estamos en pleno manierismo. Es diferente. Llama la atención. Y, junto con los otros rasgos faciales, ejerce un poder hipnótico en el espectador.



En "Soupir" (Suspiro), Mallarmé canta de manera extrañamente desconcertante las pecas, estableciendo una melancólica afinidad, e incluso identificación, entre las manchas rojizas del rostro y el color flavo de las hojas muertas, todo ello en un ambiente otoñal. Es sin duda una formulación nueva en poesía, una manera de sentir inédita, morbosa y peregrinamente bella; su carácter insólito ejerce de nexos entre el romanticismo y el surrealismo. "Mon âme vers ton front où rêve, ô calme soeur, / Un automne jonché de taches de rousseur /... / Et laisse sur l'eau morte, où la fauve agonie / Des feuilles erre au vent..." (Mi alma hacia tu frente donde sueña, oh plácida hermana, / Un otoño disperso de pecas, /... / Y deja, en el agua muerta donde la agonía flava / De las hojas yerra al viento...) Por lo que hace al famoso lunar que afearía el rostro de Cindy Crawford, la propia interesada (o supuestamente afectada) ha dejado bien claro en distintas declaraciones que ese "defecto", paradójicamente, la ha ayudado al singularizarla.

Así pues, cuanto se ha expuesto en este apartado viene a matizar lo dicho en páginas anteriores (en "A) Tierra de asilo para la Belleza", en general, y en "B) Morfología y psique de la modelo - apartado 1. El físico de las modelos")

Sí, mas antes de concluir, citemos de nuevo al autor de "Las Flores del Mal" en los cuartetos de uno de sus sonetos.

Je suis belle, ô mortels! comme un rêve de pierre,
Et mon sein, où chacun s'est meurtri tour à tour,
Est fait pour inspirer au poète un amour
Éternel et muet ainsi que la matière.

Je trône dans l'azur comme un sphinx incompris;
J'unis un coeur de neige à la blancheur des cygnes;
Je hais le mouvement qui déplace les lignes,
Et jamais je ne pleure et jamais je ne ris.

("¡Soy hermosa, oh mortales! como un sueño de piedra, / Y mi seno, donde todos uno a uno se lastimaron, / Está hecho para inspirar al poeta un amor / Eterno y mudo como la materia. Me entronizo en el azul como una esfinge incomprendida; / Aúno un corazón de nieve y la candidez de los cisnes; / Odio el movimiento que desplaza las líneas, / Y no lloro jamás y nunca río")

Lleva este soneto por título "La Beauté" ("La Belleza") ¿En qué consiste esta "beauté", esta belleza según Baudelaire? En "litoísmo" ("rêve de pierre"), en permanencia inamovible ("éternel et muet"), en mayestático hieratismo distante y enigmático (quinto verso), en frialdad (sexto verso), en estatismo (séptimo verso), en congelación emocional (octavo verso). Estatua de mármol. Parnasianismo exasperado, valga la paradoja. Así pues la belleza se nos revela Belleza y por ello demasiado canónica, excesivamente formal, abrumadoramente genérica. Llega a poner en nosotros espanto. Así, el defecto, individualizándola y calentándola, nos la humaniza y aproxima.

6. Homosexualidad

Cuando Baudelaire escribe, a propósito de Safo, poetisa de Lesbos: "Plus belle que Vénus" ("Más bella que Venus"), está ilustrando cuanto afirmábamos en el punto anterior, esto es que Lesbos, en realidad, no es que sea más bella que Afrodita por ser ello imposible de raíz, sino que su "imperfección" psico-sexual, su desviación, su homosexualidad nos la hacen más interesante, si no más hermosa pues, insistamos, nadie puede serlo más que la diosa de la Belleza y el Amor.

La homosexualidad femenina, vista desde la perspectiva masculina y ello en un mundo creado por el varón para disfrute casi exclusivo del propio varón, ejerce un gran atractivo pues aún lo prohibido (origen, causa y motivo del arte, no lo olvidemos) a lo extraño. Con los recursos que le proporciona el inconsciente, ese gran sastre de disfraces psíquicos, el hombre proyecta su homosexualidad potencial en la mujer, experimentándola vicariamente y por tanto sin poner en entredicho su virilidad. En cualquier caso la homosexualidad, en general, y la femenina en particular, que es la que nos interesa ahora,

desconcierta grandemente. Supone una rebelión en la mujer contra su papel de madre - consagrado y exaltado tanto por la religión como por la sociedad civil- y su papel de cónyuge; representa la manumisión moral del sexo femenino, complementario al del varón y generalmente a él sometido ("De la réalité, grands esprits comptenteurs", "De la realidad, grandes espíritus despreciadores", Baudelaire). Nos deja perplejos y cuando esa conducta homosexual anida en unas partenaires bellas y de formas y ademanes femeninos, se galvaniza en el hombre un magnetismo erótico insospechado.

Casanova da testimonio de ello: "... disant cela elle se lève, et elle va s'asseoir sur elle, et les deux bonnes amies commencent à se faire des caresses qui me font rire, et qui peu à peu, attirent mon attention. Je me dispose à exciter et jouir de ce spectacle que je connaissais depuis longtemps.

M.M. prend les estampes de Meursius, où il y avait les beaux combats amoureux entre femmes, et jetant un coup d'oeil malin sur ma physionomie, elle me demande si je veux qu'elle ordonne qu'on fasse du feu dans la chambre de l'alcôve; je lui réponds pénétrant sa pensée qu'elle me ferait plaisir... elle interrompt son punch pour délayer la robe de sa chère amie, qui la laisse faire, et elle se délace aussi tout de suite...En ton de pleine gaieté, je mets sur la table l'*Académie des Dames* et je montre à M.M. une posture que j'aurais voulu voir. Elle demande à C.C. si elle voulait me la faire voir, et elle lui répond qu'elles devaient se déshabiller et se mettre sur le lit. Je les prie de me faire ce plaisir... en moins de cinq minutes nous voilà tous les trois en état de nature, en proie de la volupté et de l'amour. Elles commencent leurs travaux avec une fureur pareille à celle de deux tigresses qui paraissaient vouloir se dévorer.

Ces deux beautés en lutte devant mes yeux me rendant ardent..." "... diciendo tal cosa (ella) se incorpora y se sienta encima de la otra mujer y ambas amigas comienzan a acariciarse, lo cual me divierte y luego, poco a poco, atrae mi atención. Me dispongo a excitar y a gozar de este espectáculo que conocía desde hacía tiempo.

M.M. toma las estampas del Meursius (libro erótico y obsceno escrito en latín e ilustrado cuya autoría se atribuyó en un primer momento al holandés Johannes Meursius, cuando en realidad fue compuesto por Nicolas Chorier; publicado en el año 1680), que ofrece bellos combates amorosos entre mujeres y, mirándome con picardía, me pregunta si quiero que enciendan un buen fuego en la alcoba; le respondo, penetrando su pensamiento, que ello me satisfaría... (ella) interrumpe entonces su ponche para desabrochar el vestido de su querida amiga, quien no opone resistencia, y luego (ella) se desabrocha también enseguida... Con alegría pongo en la mesa la Academia de las Damas (versión francesa del Meursius) y muestro a M.M. una postura que habría querido ver. (Ella) pregunta a C.C. si quería que me la enseñaran y (C.C.) le responde que tenían que desnudarse y tumbarse sobre el lecho. Les ruego me concedan ese placer... en menos de cinco minutos nos hallamos los tres en estado de naturaleza, presas de la voluptuosidad y del amor. Ellas comienzan sus trabajos con un furor parejo al de dos tigresas que pareciera quisieran devorarse.

Estas dos bellezas en lucha ante mis ojos infundiéndome ardor..." (Casanova, "Histoire de ma vie")

Seis años más tarde, el mismo aventurero da fe de otra anécdota de similares características, pero de mayor dramatismo, por mucho que Casanova intente quitarle hierro

tildándola de "cómica". En la ciudad suiza de Berna, a los baños de la Mata, que son en realidad una especie de prostíbulo-balneario, Casanova acude con su criada, la Dubois, disfrazada de hombre para compartir un baño con dos de sus mujeres venales.

"Les deux servantes (es decir las dos prostitutas), qui s'étaient déjà trouvées plusieurs fois dans des parties pareilles, se mirent en position de nous divertir avec un spectacle qui m'était très bien connu... Elles commencèrent à faire la même chose qu'elles me voyaient faire avec la Dubois (la criada personal de Casanova, aquélla que acudió travestida en muchacho). Elle (la criada de Casanova, la Dubois) les regardait très surprise de la fureur avec laquelle la servante que j'avais prise jouait vis-à-vis de l'autre le rôle d'homme. J'en étais aussi un peu étonné... l'étrange lutte dans laquelle les deux jeunes ménades se débattaient l'occupait aussi (se refiere a su criada personal, la Dubois). Elle me dit que la prétendue fille que j'avais prise était un garçon malgré sa gorge, et qu'elle venait de le voir. Je me tourne, et la fille même, me voyant curieux, met devant mes yeux un clitoris, mais monstrueux et raide. Je dis ce que c'était à ma bonne tout ébahie, elle me répond que ce ne pouvait pas être cela, je le lui fais toucher et examiner, et elle doit en convenir. Cela avait l'air d'un gros doigt sans ongle, mais il était pliant; la garce qui convoitait ma belle gouvernante lui dit qu'il était assez tendu pour le lui introduire, si elle voulait bien le lui permettre, mais elle n'a pas voulu... Nous lui avons dit de poursuivre ses exploits avec sa camarade, et nous rîmes beaucoup car l'accouplement de ces deux jeunes filles, quoique comique, ne laissait pas d'exciter en nous la plus grande volupté. Ma bonne excédée s'abandonna entièrement à la nature allant au-devant de tout ce que je pouvais désirer".

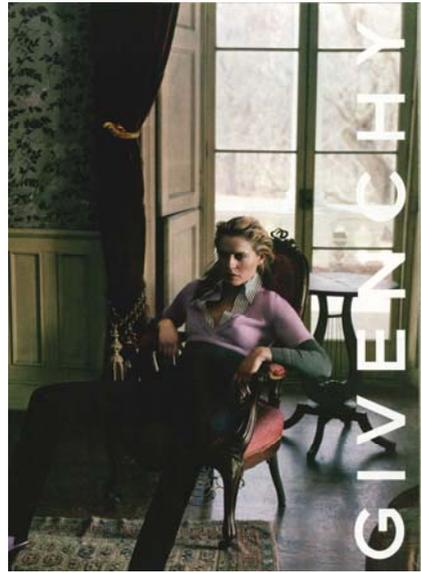
("Las dos prostitutas, que ya conocían situaciones parecidas, se colocaron en posición de divertirnos con un espectáculo que me era familiar (se refiere precisamente al citado previamente, que enfrenta (y une) a MM y CC en el "casin" veneciano)... Comenzaron a hacer lo mismo que me veían hacer con mi criada, la Dubois. Ésta las miraba sorprendida por el furor con que la ramera que había escogido para mí mismo interpretaba con respecto a la otra el papel de hombre. Yo también me mostraba algo perplejo.... la extraña lucha que las dos ménades llevaban a cabo acaparaba también la atención de la Dubois, quien me dijo que la sedicente muchacha, aquélla que yo había elegido, era un muchacho a despecho de sus senos, pues así acababa de comprobarlo. Me doy la vuelta y entonces la muchacha, consciente de mi curiosidad, pone ante mis ojos un clitoris monstruoso y tieso. Le digo a mi criada, asombrada, de qué se trata y me responde que no podía ser. Entonces hago que lo toque y lo examine y ha de concederme razón. Aquello era como un dedo gordo sin uña, aunque cimbreño; aquella furcia, que codiciaba a mi bella gobernanta, le dijo que estaba lo suficientemente tenso como para introducirse, si ella quisiera prestarse a ello, mas ella declinó su ofrecimiento... Le dijimos entonces a la prostituta que prosiguiera sus hazañas con su compañera, y hubimos de reír mucho por ello; no obstante, el ayuntamiento de aquellas dos mozas, si bien cómico, no por ello dejaba de excitar en nosotros la más grande de las



"La transfiguración" (detalle) (Rafael Sanzio, 1483-1520)

El anuncio del nuevo reloj Swatch Nabab nos presenta a dos rubias galanas en un bellissimo escorzo muy a la manera de Rafael. La más alta (¿se trata de Cameron Díaz?), que es la "dominante", nos muestra su hombro derecho desnudo mientras que, con la mano correspondiente, acaricia la mejilla de la "dominada", más baja de estatura. La "dominadora" luce en su muñeca un reloj de apariencia masculina para mayor contraste en una finísima muñeca que es como estrechamiento de un tallo de lirio previo a la culminación de la estilizada flor que no sería otra que su mano. Quebrando su cuello ("Cuando sobre el pecho inclina / la melancólica frente, / una azucena tronchada me parece" XIX - Bécquer), casi apoya su frente contra la cabeza de la amiga, entremezclando así ambas sus muy áureos cabellos. Entonces, de consuno, girando sus cabezas y con ellas sus miradas hacia el mismo lado, fijan la cámara y al espectador, turbándolo. Retadora, la más alta exhibe una mirada de altivez. Lánguida, con sus vacilantes labios indolentemente entreabiertos, los ojos de la segunda expresan su rendición ante la amiga y una displicente indiferencia hacia nosotros. ("Et que la lassitude amène le repos! / Je veux m'anéantir dans ta gorge profonde!", "¡Y que el cansancio traiga el reposo! / Quiero aniquilarme en tu profundo seno (o profunda garganta)", Baudelaire). El hombre espectador ve su rol dominante peligrar y zozobrar casi. La mujer puede masculinizarse, puede ser ella quien lleve el reloj de hombre (como se dice que "lleva los pantalones") y puede adamarnos, convirtiéndonos en hembras pasivas de su amor. Este anuncio de homosexualidad perturba, pero también atrae por la movilización en el hombre de deseos inconfesables, de posibilidades, de juegos nada convencionales. Podría decirse que del contenido manifiesto del anuncio (la homosexualidad, femenina en este caso), cabe pasar a su contenido oculto (el temor del hombre ante la mujer mantis, vampiresa, tiránica y dominadora). El "subtítulo" del anuncio parece corroborar el mensaje soterrado: "¿Quién dijo que es sólo para hombres?".

Reza el Padrenuestro: "... y no nos dejes caer en la tentación, mas líbranos del Mal" ("Mal" o "Malo"), esto es el Demonio. La publicidad, evidentemente, suscitadora, agitadora y despertadora de deseo y de deseos, "tentadora" por antonomasia, diabólica, va a agitar y esparcir el perfume craso, insidioso y embriagador de lo prohibido que, como un vino fuerte, hará que la cabeza nos dé vueltas.

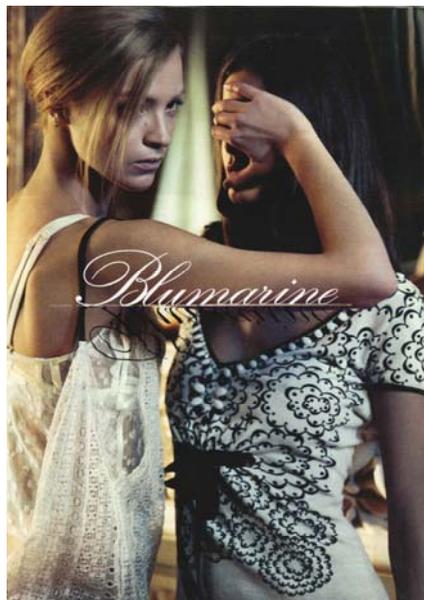


Givenchy nos presenta a dos juncales y muy femeninas muchachas vestidas masculinamente en la penumbra hiemal de un salón presumiblemente parisino y decimonónico, de deliberada apariencia baudelairiana. En el borroso exterior que se adivina tras del cristal del balcón, en la decoración y también en gran medida en las prendas que visten las modelos, predomina lo fosco y lo sombrío ("Que nos rideaux fermés nous séparent du monde", "Que nuestras cortinas echadas nos separen del mundo", Baudelaire), reveladores de un drama psíquico de camuflajes, ocultaciones e imposturas equívocas ("Jamais un rayon frais n'éclaire vos cavernes; / Par les fentes des murs des miasmes fiévreux / Filtrant en s'enflammant ainsi que des lanternes / Et pènètrent vos corps de leurs parfums affreux", "Nunca un rayo fresco ilumina vuestras cavernas; / Por las grietas de las paredes miasmas febriles / Se filtran inflamándose como linternas / Y penetran vuestros cuerpos con sus hórridos perfumes", Baudelaire). Y es que la homosexualidad se ve condenada a ocultarse y ello alimenta su sordidez. La muchacha de pie, aparentemente la "fuerte", apoya indolentemente su brazo derecho en el antepecho de la chimenea y quiebra su cintura en el flanco izquierdo a la vez que proyecta hacia adelante la pelvis, en una postura un tanto provocadora e incluso baladronamente viril, mientras que la "débil" está sentada retrapándose en una butaca, en cuyos brazos apoya los suyos. Sus piernas, dobladas por la rodilla, se encuentran procazmente abiertas (en una postura nada "académica", que decía mi abuela). Ambas muchachas, ensimismadas, trasoñadas, parecen, con esos ojos abismados, estar mirando sin ver, en especial la sentada, más ausente que la que se encuentra erguida ("et trouver sur ton sein la fraîcheur des tombeaux", "y encontrar en tu seno el frescor de las tumbas", Baudelaire). Ni una sola joya -ni siquiera un mínimo pendiente- adorna las despojadas apariencias de estas mujeres silentes y como petrificadas o congeladas. "L'âpre stérilité de votre jouissance / Altère votre soif et roidit votre peau", "La áspera esterilidad de vuestro goce / Os da la sed y os amuralla la piel", Baudelaire).

A mayor abundamiento de este silencio físico y psíquico, el anuncio es prácticamente ágrafo; tan sólo exhibe verticalmente en un lateral el nombre de la marca (Givenchy) sin otro término ni frase explicativa o descriptiva.

Un detalle que puede pasar inadvertido al espectador apresurado o poco minucioso: la butaca está desfondada y, con las tripas rotas, deja asomar, colgado en el aire, un triste muelle, mediante lo cual el publicista señala la "imperfección" o, si se prefiere, lo que el muy revelador término de "desperfecto" significa, la incidencia del error, o más bien del descuido, la incuria y el desgaste, en el mundo perfecto, terso y nuevo, reciente, que se presume es la moda. En las casas de los viejos solos y en las casas de los depresivos, los objetos se estropean y no se arreglan. "Et votre châtiment naître de vos plaisirs", "Y vuestro castigo nacerá de vuestros placeres", Baudelaire) (todos los versos anteriores citados son de los poemas baudelairianos "Les damnées" y "Lesbos").

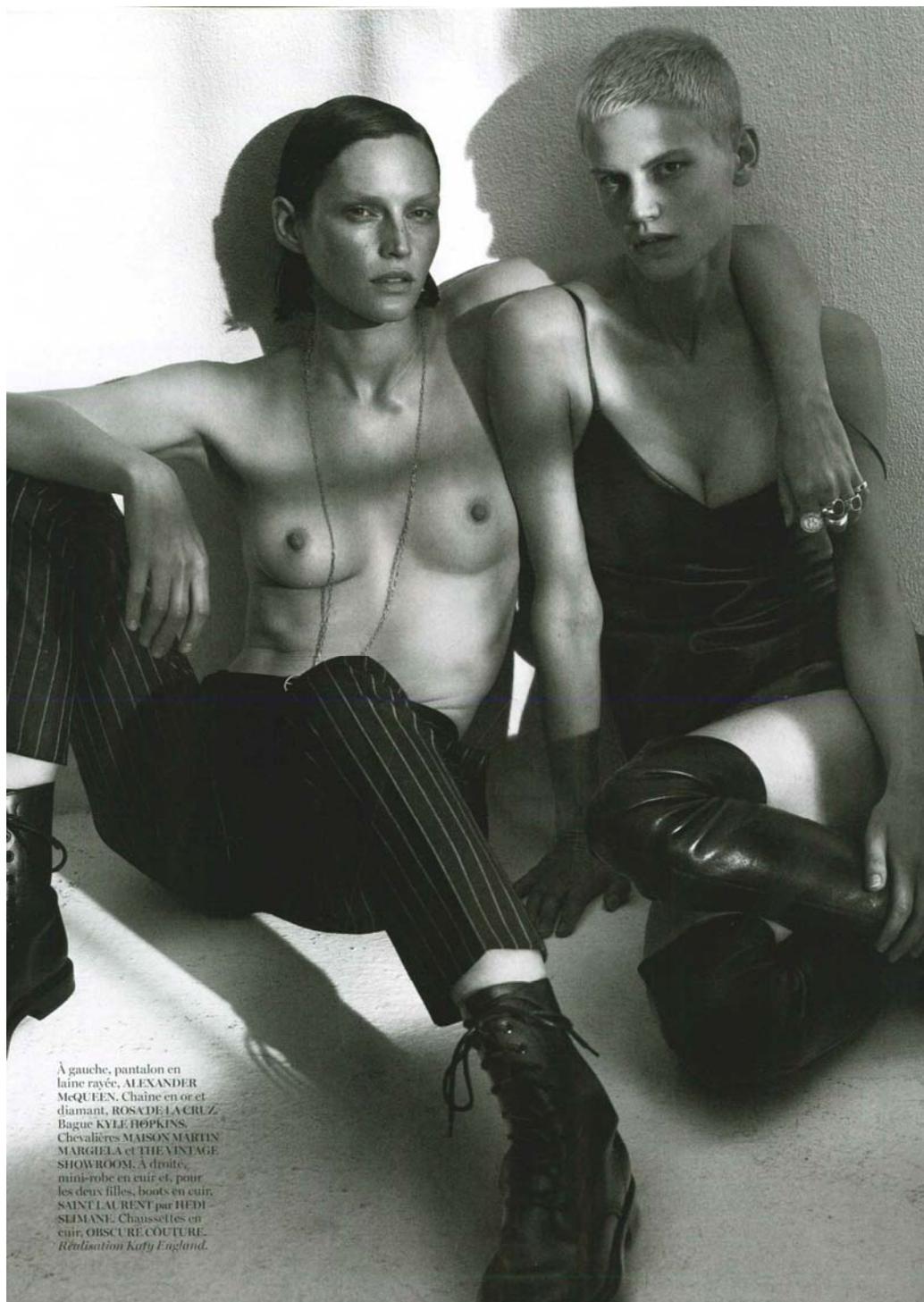
En el anuncio de Blumarine, se da otro ejemplo, también sugerido, aunque con claro contacto corporal, de relación lésbica, en que la rubia, de mirada y gesto imperiosos, y además de superior estatura, se erige como dominante frente a la morena, que "se deja hacer". La rubia decide qué puede ver su compañera y qué no. Reparemos también en el logo de la marca que cruza el anuncio. En blanco, como blanco es el camisón de la muchacha rubia, y en el renglón superior, las letras se dibujan nítidas. En negro, como el estampado y las cintas del camisón de la muchacha morena, y en el renglón inferior, se reflejan invertidas y trémulas las letras de la marca, significando así no sólo un dominio sino además una irrealidad de temblor y licuación, como si la joven morena no fuera más que una imagen o reflejo, un espejismo, presto a disolverse, anularse y desaparecer en la muchacha rubia.



En el otro anuncio de la misma marca, se da una situación idéntica, con presencia esta vez del espejo, creador de una nueva realidad de reflejos donde el inconsciente pueda manifestar sus deseos ocultos, darles vida y auténtico protagonismo. Nótese también las formas bellamente atléticas de la muchacha rubia, así como su cabello recogido, frente al vestido más tradicionalmente femenino de la chica morena, quien además lleva suelto el cabello y calza zapato floreado y de agudo tacón. En realidad cabe pensar que este anuncio anteceda en su lógica psicológica al glosado en primer lugar. La muchacha dominante se mira en el espejo, pero impide a la dominada, a la muchacha morena, hacer otro tanto. Contemplarse en la luna es privativo de la moza rubia.



En la foto en blanco y negro de un reportaje de la revista Vogue, no se sugiere o evoca la relación lésbica, sino que se muestra abierta e incluso crudamente, con un cierto desgarramiento innegable. La muchacha morena adopta el rol masculino y, como un hombre, no tiene empacho -ni hay tampoco regla o convención socio-cultural que se lo impida- en mostrar su pecho desnudo; además está abierta de piernas y su displicencia física general puede ser identificada como bien masculina. La muchacha rubia, sin embargo, adopta una postura más recogida y un ademán bien femenino, dejando además que su compañera le pase el brazo por encima de su hombro. No obstante, su mirada, la de la muchacha rubia, por contacto e influencia de la otra mujer, se ha penetrado de dureza y arrogancia, contrastando dramáticamente con su fragilidad y esbeltez, con su aspecto un tanto desvalido. Y es que, a pesar de todo, la muchacha "dura" la ha "walkirizado": "Wer bist du, sag, die so schön und ernst mir erscheint?" ("Dime quién eres tú, que tan bella y altiva me resultas", Wagner, "La walkiria")



À gauche, pantalon en
laine rayée, ALEXANDER
McQUEEN. Chaîne en or et
diamant, ROSADE LA CRUZ.
Bague KYLE HOPKINS.
Chevrières MAISON MARTIN
MARGIELA et THE VINTAGE
SHOWROOM. À droite,
mini-robe en cuir et, pour
les deux filles, boots en cuir,
SAINT LAURENT par HEDI
SLIMANE. Chaussettes en
cuir, OBSCURE COUTURE.
Réalisation Katy England.

7. Perversiones (Travestismo)

Que el espejo sea objeto erótico, resulta irrefutable. El *casin*, especie de apartamento veneciano dedicado al placer, que fuera propiedad del embajador inglés en la Serenísima, en palabras de Casanova "était d'un goût exquis... il n'y avait rien qui ne fût fait en grâce de l'amour, de la bonne chère et de toute espèce de volupté.... Une autre chambre était octogone toute tapissée de glaces, pavée et plafonnée de même; toutes ces glaces faisant contraste rendaient les mêmes objets sous mille différents points de vue" ("era de un gusto exquisito... todo estaba concebido en honor al amor, a la buena mesa y a toda suerte de voluptuosidad... Otra habitación, octogonal, estaba tapizada toda ella de espejos; techo y suelo presentaban también el mismo aspecto; todas estas lunas, enfrentándose, devolvían los objetos bajo mil y uno puntos de vista distintos"); cuando la amante de Casanova, MM, entre en dicha habitación, viéndose multiplicada hasta lo indecible, no podrá por menos que "enamorarse de sí misma". La presencia única de los espejos transforma la realidad tangible en reflejo, en irrealidad, en incorporeidad; su multiplicación, ese infinito de refracciones, enerva obsesivamente la visión y exagera el deseo, espoleado por mil imágenes que en realidad no son más que una sola, una única imagen, si bien mágicamente multiplicada. Así, la persona o personas reflejadas parecen estar viviendo infinitud de vidas a la vez, envolviéndolos los reflejos en un ambiente irrealmente ambivalente: por un lado, el placer, multiplicado espacialmente al infinito, se manifiesta también en el tiempo adquiriendo carácter de eternidad pues ambas abstracciones *encarnadas*, infinito y eternidad, acaban por confundirse; pero, por otro lado, la presencia de tantos dobles, en escorzos y desde puntos de vista distintos, sume en la inquietud, despertando un vago desasosiego cifrado en la despersonalización como consecuencia de la multiplicación y de la difracción visual.



VIONNET
PARIS

En el anuncio de Vionnet, si bien la habitación no se encuentre saturada de lunas y espejos como la descrita por el seductor veneciano, las cuatro imágenes (una real y las otras tres reflejos), con la multiplicación de los distintos puntos de vista, parecen materializar, "carnalizar" aún más la presencia y el cuerpo de la modelo. Se encuentra ésta en situación de impaciente expectación, de espera y su dilatación visuo-espacial exaspera el deseo. Por efecto de la repetición especular, la mujer (la modelo) se torna auténtica obsesión, esto es asedio multiplicado y contumaz.

Uno de los más inquietantes anuncios publicitarios de los últimos años, de una elaboradísima complejidad plástica y psíquica es el del perfume "Paris" de Yves Saint Laurent.



Reflejados en un espejo, y por tanto "invertidos" (la derecha se convierte en izquierda y a la inversa y cuanto está "aquí", se encuentra también enfrente, pero con el sentido cambiado), se halla a la derecha una muchacha cuya única prenda (aparte de una mínima braga de color carne que apenas si se percibe) es una camisa negra desprovista de botonadura -y por tanto sin que se pueda adscribir a uno u otro sexo-, si bien se nos antoje, por la anchura de su cuello y también posiblemente por su amplitud, más masculina que femenina, pero en cualquier caso bastante ambigua. La dicha camisa se halla completamente abierta, dejando al aire un tronco escultural de magníficos pechos y rotundos pezones, así como un abdomen envidiablemente pulido. La muchacha se está recogiendo el cabello con ambas manos por detrás de la cabeza, lo cual le estiliza aún más el estómago. Nótese que cuando una mujer se recoge el pelo en la nuca, frontalmente se descarga de la cabellera, aproximándose así en su apariencia, de alguna manera, a lo masculino. En ligero escorzo mira hacia la izquierda del espectador, pero ya que se trata del reflejo en un espejo, en la realidad está mirando hacia el lado contrario, esto es la derecha del espectador. El espejo es inversión y transmutación, dentro de la dirección, de un sentido en otro. El espejo juega, transformándola, con la realidad. El espejo es desconcierto.

A la izquierda de la imagen, reflejado también en el espejo, se ve a un muchachito con el torso desnudo y que lleva unos pantalones blancos. Se encuentra tras lo que puede intuirse es un hombre vestido con chaqueta negra sobre camisa blanca, pues tan sólo se nos muestra de este último su brazo izquierdo, sin que se le pueda ver la cara. El jovencito es de menor estatura que el personaje incompleto según se desprende de la altura de los hombros de uno y otro. El mocito está mirando a la cámara y, por tanto, nos está mirando.

Los tres personajes se encuentran dentro de una habitación, ¿alcoba o salón?, que se adivina bastante grande y que cabe situar en París, que es por otra parte el nombre del perfume anunciado; se trata, como en el anuncio de Givenchy comentado previamente, de una casa decimonónica, elegante y algo opresiva.

Comparemos a ella y a él:

- Ella va de negro y tan sólo semi-viste el tronco pues su apenas entrevista horcajadura está prácticamente desnuda, cubierta tan sólo con una mínima braga que se confunde con la piel; él, sin embargo, lleva pantalón blanco y el tronco está desnudo.
- Ella es joven, ciertamente, pero puede decirse que se trata de una mujer; él, no obstante, resulta efébo y por tanto más joven que ella.
- Ella ofrece un aspecto aguerrido, atlético, saludable, rebosante de energía, es mujer muy bien agestada; él, por el contrario, resulta incluso enclenque y por tanto desvalido. Asimismo, y confirmando lo anterior, ella se nos aparece más alta que él.

Así pues vemos cómo la inversión espejada expresa una alteración psíquica profunda manifestada en una modificación de las apariencias y las conductas.

Mas no queda aquí la cosa porque hay bastante más y es que la descripción anterior corresponde al "aperitivo" del anuncio de "Paris" completo, el plato principal.



Con una angulación de la cámara ligeramente escorada hacia la izquierda del espectador -que nos permite adivinar ahora un ramo de magníficas rosas tras de la modelo y entre ella y el frasco del perfume anunciado -se ha dilatado la imagen fundamentalmente hacia la izquierda y así, ahora, el misterioso personaje que el corte en vertical de la foto del anuncio anterior nos hurtaba, se nos revela con toda su apariencia y en toda su prestancia. Se trata de un hombre joven y muy apuesto, de aspecto viril, máxime por contraste con el zangolotino que tiene detrás. Como ya se vio en el anuncio-teloneo o anuncio-prólogo, viste chaqueta negra y camisa blanca que adorna una corbata negra también. Cruza sus manos por delante y mira hacia la izquierda del espectador. Su cuerpo presenta un escorzo prácticamente idéntico en simetría con el de ella y así, si en ella su hombro derecho se aleja del espectador en ligera fuga hacia el fondo, en él será su hombro derecho el que se aproxime al espectador mientras que su hombro izquierdo es el ligeramente girado hacia atrás.

Olvidemos por un instante este anuncio para reflexionar brevemente sobre lo que es el espejo en y para la pintura (sobre el reflejo y el espejo en la literatura, y más concretamente en la poesía, remitimos a Cyrano de Bergerac, a Verlaine y a nuestro Borges). Leon Battista Alberti recurre al mito de Narciso, enamorándose de su reflejo espejado en el agua, para explicar la pintura pues esa superficie que ejerce las veces de "espejo", ya sea de

mano o de pared, es el motivo de la representación. Carducho, heredero de esta concepción, habla para la actividad pictórica de "reengendrar la semejanza".

Pues bien el anuncio al presente analizado reengendra la semejanza, tomando la expresión al pie de la letra. Expliquémonos. El espectador o lector nervioso o apresurado es presa de un cierto desasosiego al verlo o mirarlo, aunque sea a la carrera, mas no sabrá explicarse el motivo de esa desazón. Algo (¿el qué?) ha pulsado algunas cuerdas secretas y recónditas en su interior que le han hecho comprender, mas solo inconscientemente; por ello no acierta a dar con el motivo y se siente confuso. "... despertará ese profundo horror lleno de misterio que habita en nuestro pecho y que, tocado por las descargas eléctricas de un oscuro mundo espiritual, estremece el ánimo...", escribe Hoffmann (y así los relatos que van surgiendo del diálogo de varios extravagantes y que conforman la colección de cuentos "Los hermanos de San Serapión" habrán de despertar en el lector el "sensual escalofrío que produce lo desconocido, lo inesperado"). Tan sólo una observación pausada nos dará la clave: el joven viril de la chaqueta negra y la mujer gallarda de la camisa negra abierta son la misma persona! La misma persona desdoblada, adjetivada una en masculino y la otra en femenino (sí, se nos puede replicar que él tiene nuez y que su cabello es distinto en sus color y conformación, pero quien conozca de cerca el maquillaje en cine y teatro y lo que es un buen fotógrafo -y ahora el photoshop!-, nos concederá razón).

Se han abolido los sexos, o mejor dicho se ha suprimido la distinción de los sexos. Sólo hay uno que es los dos a la vez. Esto produce, cuando menos, congoja.

La semejanza ha quedado tan "reengendada" que ha eliminado la diferencia; tanto ha "reengendrado" que, en realidad y paradójicamente, ha contra-reengendrado. El espejo del anuncio -no olvidemos nunca que lo que vemos es un reflejo y por tanto carece de realidad material, como el sueño, el pensamiento y lo imaginado- no se ha limitado a pintar las cosas y las personas tal y como parecían y aparecían, sino que las ha reelaborado, eliminando las falsedades, trampas y mentiras de las cosas "tal y como las vemos" para presentárnoslas tal y como son verdaderamente hasta reflejar-pintar sus almas, su alma.

Este anuncio es un auténtico *tour de force*. Es realmente admirable. Va más allá que los retratos de las vanguardias y de la pintura contemporánea. Se trata de auténtico onirismo.

Citemos aquí, pues vienen como anillo al dedo, las palabras pronunciadas en el 2007 por Ali Saleem, travesti paquistaní, que dirige y presenta programas en la televisión de su país: "Soy la inspiración de cualquier mujer y la fantasía de todo hombre" (recogido por ABC).

Este anuncio nos remite al concepto de "fluidez psíquica" del hombre primitivo, ente a-histórico, para el cual la energía psíquica fluye, con total libertad, entre hombre, animal vegetal y también sexos y, así como un hombre puede convertirse en animal, también podrá devenir en mujer y, a la inversa, una mujer puede transformarse en varón (como es, por otra parte, el caso de Tiresias en la mitología griega, no siendo el único tampoco, como se verá más adelante). Nosotros, seres históricos, altamente culturales y "científicos", herederos y explotadores del método hipotético-deductivo, "galileístas", en el fondo más profundo de nuestro ser, seguimos participando de ello, tal como lo manifiestan

nuestro folklore, nuestra mitología (incluso hodierna), nuestra fantasía y, claro está, nuestros sueños, es decir nuestro inconsciente.

El comentado anuncio, en definitiva, crea una pareja gemela, dota a ella de un doble masculino y a él de un doble femenino, confundiendo los sexos. El doble, qué tema tan inquietante. Cabe recordar aquí cuanto el psicoanálisis piensa al respecto. El doble fue, en su origen primitivo, una garantía mágica contra la destrucción del yo, en palabras de Otto Rank "un enérgico mentís al poder de la muerte". En este sentido, en su expresión más física y más práctica, éste es el cometido que corresponde a los dobles de los grandes de este mundo, reyes y caudillos (recordemos la película de Akira Kurosawa que tan bien ilustra esta cuestión, "Kagemusha", con su significativo subtítulo: "la sombra del guerrero"), así como a los dobles en el cine, los especialistas. Freud, en uno de sus frecuentes establecimientos de paralelismos entre lo ontogenético y lo filogenético y en la perspectiva materialista-científica que le caracteriza, es de la opinión que el alma "inmortal" fue el primer doble del cuerpo, en las fases del narcisismo primario infantil y del primitivo. Sin embargo, se producirá luego una evolución e incluso una auténtica inversión de los términos y de las funciones y así, de garantía de supervivencia, de perpetuidad, el doble se convertirá en su opuesto, en signo inquietantemente premonitorio de la muerte, acabando así por transformarse en imagen de espanto. Además el doble desencadenará lo que Freud llama "Unheimliche", el sentimiento de la "inquietante extrañeza" (producido por todo aquello que, debiendo permanecer oculto y secreto, llega a manifestarse, más o menos abiertamente o más o menos solapadamente), debido a que nos devuelve, por el fenómeno de la regresión, a aquella época en que el Yo aún no estaba claramente definido y delimitado con respecto al mundo exterior y a los demás, esto es nos retrotrae a la fase narcisista.

Así pues si ya el doble produce inquietud, qué pensar entonces de este anuncio en que el doble es del otro sexo, en que la misma persona se desdobra adoptando el otro sexo; pues que, cuando menos, la inquietud suscitada en el espectador será mayor, cuando no doble.

De todos es sabido que los vampiros ni proyectan sombra ni se reflejan en los espejos. Carecen de alma. Sólo son carne, carne angustiada ante la posibilidad de morir y desaparecer. En el cuento de Hoffmann, "La historia del reflejo perdido", al protagonista, Erasmus, le roba la cortesana Giulietta el reflejo, hurtándole así el alma, condenándolo en definitiva. "Todo reflejo no es más que una ilusión... esa imagen dividía al propio yo en sueño y realidad", afirma el propio personaje. Tanto es así que el reflejo de Erasmo cobra vida independiente de la de su amo y permanece con Giulietta. Mientras que Erasmo vuelve a Alemania con su mujer y su hijo (la realidad, la sociedad, el deber, la vida consciente), su reflejo convive con la mujer que lo ha hechizado, abismándose en el abrazo apasionado de la cortesana (la vida soñada, el placer, el deseo, el frenesí, la carne).

Volvamos a la cuestión de la confusión y tránsito entre los sexos. Citemos a Jean Richepin ("Nueva Mitología griega y romana") en cuanto escribe a propósito de las curiosas fiestas de Megara: "En Megara celébranse en honor de la diosa (Afrodita) las fiestas de la Hibritisca, durante las cuales las mujeres se disfrazan de hombre y éstos de mujeres. Suponíase que esta ceremonia conmemoraba un hecho histórico. Habiendo sido exterminados todos los hombres de la ciudad, las mujeres tomaron las armas, y poniéndose

a su cabeza Telesila, rechazaron al enemigo..." Ese hecho histórico, aunque con visos de leyenda, es el pretexto adecuado para aquella fiesta del travestismo. No obstante, si bien explicaría la transformación de las mujeres en hombres, no lo hace satisfactoriamente con el cambio de sexo para los hombres pues ¿no fueron éstos exterminados?... Hubieran podido transmutarse y disfrazarse de piedras o de aire o de cadáveres... En cualquier caso, en este acto festivo, el elemento histórico que se conmemora es tan sólo explicación manifiesta; la explicación real, el motivo auténtico y latente es de otra índole mucho más profunda.

Travestismos y auténticos cambios de sexo, sin abundar, no son raros en las leyendas mitológicas del mundo antiguo: Ifis (y Janté); Cameo el lapita; Tiresias, quien fuera hombre, luego mujer y hombre de nuevo; Aquiles reclinado en el gineceo; Hércules vestido de mujer en el telar de Omfale, entregado a labores femeninas; Leucipo disfrazándose de ninfa para granjearse la amistad de la casta Dafne y poder permanecer junto a ella, lo cual representará a la postre su perdición pues las ninfas le darán muerte al descubrir el engaño. Recordemos la bella y morbosa historia de Céfalos, el hombre, y Procris, la mujer. Céfalos pone a prueba la virtud de Procris recurriendo a una tercera persona. Procris se tomará su desquite. Disfrazándose de jovencito provisto de una bella jabalina se aproxima a Céfalos, quien no tarda en querer hacerse con el venablo. El sedicente jovencito, o sea Procris, sólo se lo cederá a cambio de deshonrosas complacencias a las que Céfalos consentirá gozoso con tal de hacerse con la codiciada arma. Cuando Procris le desvela entonces su auténtica identidad, aquél queda humillado y corrido. (En algo recuerda esta leyenda al relato del "Curioso impertinente" inserto en el Quijote, ¿no es cierto?)

Tras la crisis del humanismo y del optimismo renacentista y como expresión del consiguiente desasosiego vital y de la dificultad del existir ante el desmoronamiento de las antiguas certezas, el arte manierista muestra en cierta medida, innegablemente, una tendencia a aludir y reflejar perversiones sexuales. Así, por ejemplo, el manierista flamenco Spranger ("La ninfa Salmacis y Hermafrodito"; "Hércules y Onfalía"; "Angélica y Medoro", en que éste resulta avasallado por aquélla, etc.) y con él la escuela de pintura de Praga,



Bartholomeus Spranger (1546-1611) "La ninfa Salmacis y Hermafrodito" (izq.); "Hércules y Onfalía" (centro); "Angélica y Medoro" (dcha.)

bajo la égida del Emperador Rodolfo de Habsburgo, prodigaron sin recato estos temas de ambigüedad y trastocamientos sexuales. En "Hércules y Onfalia", llama la atención el aspecto andrógino, efébo, de ella, quien además se cubre con la célebre túnica de cuero de Heracles y ostenta su pesado basto al hombro, mientras que el héroe, ataviado a la femenina usanza, se dedica a hilar como una pelarruecas cualquiera.

Manieristas son Cervantes y Shakespeare en la perspectiva de Arnold Hauser y en su rigurosa argumentación. En "El coloquio de los perros", escribe Cervantes a propósito de aquellas magas que, a la manera de Circe, hechizaron a hombres hechos y derechos: "... porque lo que se dice de aquellas antiguas magas, que convertían los hombres en bestias, dicen los que más saben que no era otra cosa sino que ellas con su mucha hermosura y con sus halagos atraían a los hombres de manera a que las quisiesen bien, y los sujetaban de suerte sirviéndose dellos en todo cuanto querían que parecían bestias", de tal manera que en la visión e interpretación de Cervantes, el hechizo era interior, psíquico, pero los antiguos lo expresaban mediante el cambio en la apariencia exterior o física. Muy interesante es asimismo cuanto nos dice Mateo Alemán, por boca de Guzmán de Alfarache, sobre la misma cuestión: "Dicen de Circes, una ramera que con sus malas artes volvía en bestias los hombres con quien trataba: cuales convertía en leones, otros en lobos, jabalíes, osos o sierpes, y en otras formas de fieras; pero juntamente con aquello quedábales vivo y sano su entendimiento de hombre, porque a él no les tocaba. Muy al revés lo hace agora estotra ramera, nuestra ciega voluntad, que dejándonos las formas de hombres, quedamos con entendimiento de bestias". Mateo Alemán no cifra en un agente externo nuestra brutalidad o sinrazón, sino que la achaca a nosotros mismos; somos, dentro de la perspectiva del libre albedrío (nos hallamos en plena época de defensa contrarreformista católica del argumento del "libre albedrío", frente a predestinaciones y predominios de la fe por parte de los protestantes), únicos responsables de nuestros pensamientos y conductas. Mateo Alemán está dando razón a la aseveración de Montaigne que se leerá más tarde (en el apartado siguiente), condenatoria del sometimiento del varón a la fémina.

Volvamos por un momento al anuncio de Yves Saint Laurent... Declaró éste en una ocasión: "Une femme n'est jamais aussi belle avec une jupe et un pull que quand elle marche la main dans la main de l'homme qui l'aime" ("Una mujer no es nunca tan bella con una falda y un jersey como cuando camina de la mano del hombre que la quiere"). Miguel Delibes, en "La sombra del ciprés es alargada", expresa prácticamente la misma idea, refiriéndola esta vez al hombre: "Él la tomó del brazo y observé que al hacerlo sonreía con la expresión de un hombre que ha alcanzado la integridad de una ilusión... la salida de la señora y la sonrisa de satisfacción de aquel hombre al tomarla del brazo..." La pareja, él y ella, la dicha, la candidez, la confianza... ¡Cuán lejos no nos hallaremos de ese idilio tradicional y securizante en el anuncio del perfume "Paris", del propio Yves Saint Laurent!

8. Perversiones (sado-masochismo)

¿Cómo sería Cirena, amada de Apolo, que, inerme, abatía leones? ¿Cómo era la zancada -y por tanto cómo eran sus muslos- de Atalanta, más veloz que el más célere de los hombres, que a tantos jóvenes pretendientes suyos mató de una lanzada, tras superarlos en la carrera, en castigo a la afrenta de pretender desposarla?, esa misma Atlanta flechera que, punitiva, asaletó primero al centauro Hileo y luego al centauro Roikos por el desafuero de haber querido violarla; esa misma que, diestra entre los diestros, tomó parte en la caza del temible jabalí de Calidón. Nuestro Romancero también nos presenta mujeres varonizadas. En "Judit y Holofernes": "Y que ella quitará el cerco / Que de Betulia es cercado, / O morirá en la demanda / Como varón esforçado". En "Nabuco y las Amazonas": "Las que en belleza también / Como en la aspereza, exceden". Y "Dama Rovenza del Martillo" era una terrible gigante africana que, armada de una maza, llevó el terror al ejército de Carlo Magno con sus Doce Pares en la defensa desahogada de Córdoba. Tan sólo Reinaldos de Montalbán, batiéndose con ella en combate singular, pudo matarla, mas a traición, lo cual no le honra precisamente. La reina Brunilda de Islandia, la galana heroína de la mitología germánica, dotada de una fuerza sobrehumana, "de extraordinaria belleza y de fuerza desmesurada", bate a todos los hombres en distintas pruebas atléticas para después decapitarles, con además todo su séquito, como castigo a su osadía por retarla y por aspirar a conquistar su mano; tan sólo Sigfrido, porque posee la invulnerabilidad, la fuerza y la sapiencia sobrehumanas de que se dotó al bañarse en la sangre del dragón Fafnir, amparándose en la invisibilidad que le proporciona su caperuza mágica, la Tarnkappe, colocándose siempre tras del pretendiente, Günther, rey de los burgundios, podrá doblegar la fuerza sobrehumana de la virgen Brunilda y conceder la victoria a su protegido, una victoria felona pues reposa en un ardid de impostura. No obstante, antes de la celebración de los desposorios y de que se consume el matrimonio, la áspera Brunilda, despechada, tendrá tiempo, siendo en realidad infinitamente más fuerte que su prometido, el rey burgundio Günther, de abalanzarse sobre él, inmovilizarle, atarle con su ceñidor de oro y dejarlo colgado toda la noche de un gancho en la pared. Para reducirla la noche de bodas, Sigfrido volverá a recurrir a su Tarnkappe y en la oscuridad, asumiendo el papel de Günther, la derrotará. Günther podrá entonces envolverse con ella y Brunilda, así, perderá toda esa fuerza que residía en su virginidad. También en el caso de Atalanta, sus dotes excepcionales se desvanecerán tan pronto como conozca varón. Son mujeres indomables a quienes el sexo, que es también fuerza socializadora, "corrige" y devuelve a la normalidad cultural. Sí, pero ¡qué les quiten lo bailao! Hasta la consumación, hasta el tálamo nupcial, a cuántos mozos no habrán enviado entre las dos al otro barrio...

En el Diario del primer viaje de Cristóbal Colón a las Indias, se lee que "había una isla adonde no había sino solas mujeres... de la isla de Matitino dijo aquel indio que era toda poblada de mujeres sin hombres...". En las cartas que Hernán Cortés manda al Imperante, se hace mención de una isla habitada por mujeres guerreras, a la cual se dio nombre de California (se trataba de la península de la Baja California, que pensábase era una isla). No es casual el nombre, sino que se extrae de la muy popular por aquel entonces novela de caballerías "Las Sergas de Esplandián" (siendo el tal Esplandián, hijo de Amadís de Gaula), de

Rodríguez de Montalvo. Allí, en el capítulo CLVII, se lee: "Sabed que a la diestra mano de las Indias hubo una isla, llamada California, muy llegada a la parte del Paraíso Terrenal, la cual fue poblada de mujeres negras, sin que algún varón entre ellas hubiese, que así como las Amazonas era su estilo de vivir. Éstas eran de valientes cuerpos y esforzados y ardientes corazones y de grandes fuerzas... y los hombres que prendían llevábanlos consigo, dándoles las muertes que adelante oiréis. Y algunas veces que tenían paces con sus contrarios, mezclábanse con toda seguridad unas con otros, y habían ayuntamientos carnales, de donde se seguía quedar muchas dellas preñadas, y si parían hembra, guardábanla, y si parían varón, luego era muerto..." De la reina de la isla de California, Calafia, se dice que "era muy grande de cuerpo, muy hermosa para entre ellas, en floreciente edad, deseosa en su pensamiento de acabar grandes cosas, valiente en esfuerzo y ardid de su bravo corazón... pensando que con la gran fortaleza suya y de las suyas, que de todo lo que se ganase habría por fuerza o por grado la mayor parte, habló con todas aquéllas que en guerra diestras estaban... animándolas y esforzándolas, poniéndoles delante las muy grandes honras y provechos que de tal camino seguirseles podrían...". Cuanto Hernán Cortés escribe al respecto al Imperante Carlos en su carta cuarta es casi calco de lo que narran las "sergas de Esplandián" y es lo que sigue: "... y asimismo me trujo relación de los señores de la provincia de Ciguatán, que se afirman mucho haber visto una isla toda poblada de mujeres, sin varón ninguno, y que en ciertos tiempos van de la Tierra Firme hombres, con los cuales han aceso, y las que quedan preñadas, si paren mujeres las guardan, y si hombres los echan de su compañía; y que esta isla está diez jornadas desta provincia, y que muchos dellos han ido allá y la han visto". ¡"La han visto"! , ergo ¡existe!

Es tenaz el mito. No es efímero. Vuelve a manifestarse en la relación que el capitán Hernando de la Ribera hace al conquistador de la Florida, Alvar Núñez Cabeza de Vaca: "... a diez jornadas de allí, a la banda del oesnorueste, habitaban y tenían muy grandes pueblos unas mujeres que tenían mucho metal blanco y amarillo, y que los asientos y servicios de sus casas eran todos del dicho metal, y tenían por su principal una mujer de la misma generación, y que es gente de guerra y temida de la generación de los indios; y que antes de llegar a la generación de las dichas mujeres estaba una generación de los indios (que es gente muy pequeña); con los cuales y con la generación de estos que le informaron, pelean las dichas mujeres y les hacen guerra, y que en cierto tiempo del año se juntan con estos indios comarcanos y tienen con ellos su comunicación carnal; y si las que quedan preñadas paren hijas, tiénenselas consigo, y los hijos los crían hasta que dejan de mamar, y los envían a sus padres..."

Cuando la expedición de Orellana por el Amazonas, el cronista Gaspar de Carvajal dio testimonio de la existencia en aquellos parajes de mujeres guerreras, de Amazonas en definitiva, consagrando ya para siempre el nombre epónimo del gigantesco río, el Amazonas.

Quedando este mito de las Amazonas tan ligado a estos otros relatos y siendo origen de todos ellos, y prolongándose además desde la Antigüedad hasta la conquista del Nuevo Mundo emprendida por españoles y portugueses, ¿qué son estas fantasías sino expresiones de los fantasmas de la psique masculina, atracción y temor ante la mujer brava?



Tampoco Cervantes se sustrae al fantasma de la mujer guerrera y, así, en su novela bizantina "Persiles y Sigismunda" crea su escuadrón "walquírico": "... y en castillo de popa hallaron puestas en esquadron hasta doce hermosísimas mugeres, y delante de ellas una que mostraba ser su Capitana, armada de un coselete blanco, y tan terso, y limpio, que pudiera servir de espejo, á querer mirarse en él... tenía un venablo en las manos... con que se mostraba tan briosa, y tan gallarda, que bastó a detener su vista la furia de mis Soldados, que con admirada atención se pusieron a mirarla". Se trata de mujeres que han defendido su honra de la lascivia de vasallos y criados; la han sabido defender tan bien con las armas que "... passando adelante con nuestra venganza, avemos hecho que esos árboles, y essas entenas produzcan el fruto que de ellas veis pendiente. Quarenta son los ahorcados, y si fueran quarenta mil, también murieran..."

Algo, por no decir mucho, de ello hay en aquella fantasía colectiva que circulaba por España en los años del tardofranquismo, una vez las escandinavas (el mito de la sueca "liberada" y en busca de varones mediterráneos) llegaron a nuestro país a pasar sus vacaciones con el gran impulso que el desarrollismo y los planes de desarrollo dieron al turismo. Se decía que en pleno centro de la Dinamarca continental, esto es en mitad de la parte septentrional de la península de Jutlandia, había un pueblo habitado por hermosísimas mujeres rubias, aguerridas y desprejuiciadas, que prácticamente secuestraban a todo varón moreno para disfrutarlo y gozarlo sexualmente en colectividad.

La mujer verdugo del varón, la mujer emasculadora... un arraigado miedo masculino, una faceta del tan presente y activo complejo de castración.



Anuncio de Yves Saint Laurent - Rive gauche. "Gauche, amén de "izquierda", es "torpe" en francés. "Gaucherie" es torpeza. "Le gauche", referido a una cosa, significa desviación (la desviación de una biela, por ejemplo). Toda perversión (onanismo, travestismo, homosexualidad, etc.) o subversión del orden psico-sexual consagrado y aceptado es "torpeza". Por "main gauche" se entiende todo aquello que se relaciona con el sexo propio de la vida airada y Maupassant, intencionadamente, titulará así una de sus colecciones de cuentos.

Sí, claro está, la rive gauche es la orilla izquierda del Sena a su paso por París, la más elegante frente a la más popular margen derecha, pero las palabras son polisémicas y el inconsciente sabe por inconsciente y viejo más que el propio Diablo, si es que no es, en gran medida, el propio Diablo.

El anuncio en cuestión nos presenta una cámara yermá y siniestra en la que predominan grises y negros. La atmósfera es opresiva, propia de un Poe o de un Lautréamont, y se inscribe dentro de esa estética hodierna de reconversión de espacios industriales o de mataderos de reses en centros culturales, preservando el aspecto deshumanizado, mecanicista, apabullantemente escalofriante, casi de cine de terror. La parte izquierda de la foto aparece vacía; tan sólo suelo y pared. En la parte derecha hay un banco de madera sin respaldo, tosco, pintado de negro pero que, por efecto del desgaste del tiempo, va perdiendo el color. Sentado en él una esbelta joven, de perfil y con las piernas cruzadas, mira con intensa expectación hacia la derecha, adelantando el tronco y reposando su mentón sobre la mano izquierda, mientras el codo de ese mismo brazo se apoya sobre el muslo. Lleva un vestido negro exento de todo adorno. Su cabello endrino se recoge en un moño contra la nuca. Es un tanto atezada y sus rasgos, si bien bellos, son cortantes. Su cuello

muestra tensión, da signos de impaciencia, como de expectación. Podría ser una ilustración de cuanto se dijo más arriba de la morfología de la vampiresa y de la descripción que Bram Stoker hace de ellas, en especial por lo que hace al brillo intenso de sus ojos; y su mirada es fosca, hundida, cavernosa, casi cruel. Apoya su mentón en la mano izquierda. Calza unas sandalias de cuero negro con fuerte tacón y algo de plataforma cuyas tiras le ascienden y cubren lo que los antiguos españoles llamaban el cuello del pie. En su mano derecha sujeta un rígido bolso de cuero negro alargado, de esos que se llevan colgados en bandolera y cuyas correas son de un recio cuero trenzado también negro que lo asemejan a un rebenque con el que azotar. Ella las sujeta entre el muslo y la mano. Y todo: lo oscuro del lugar, lo negro del vestido enlutado, la tirantez del cabello, la ausencia de todo complemento (ni unos pendientes, ni una pulsera), las tiras de las sandalias, lo "monolítico" del bolso negro también él y la curva tensión de lo que semeja su corbacho, junto a lo, más que realmente cruel o despiadado, extrañamente reconcentrado, desasosegadoramente encendido y despierto, amoralmente animal de la mirada de la protagonista, crean una gran inquietud, la angustia que precede a la aparición del reo que será castigado y marcado, mas sobre todo vejado y escarnecido.

"_ ¿Sabes que estoy muy enamorada de ti?... ¡yo te encenderé!... tendré que ser cruel contigo a la fuerza. Sin duda hoy he sido demasiado buena para ti. ¿Sabes, loco? Tendré que apelar al látigo... ¡Quiero verte enamorado!... Aquí tenemos las cuerdas...

Me ató primero los pies, luego las manos a la espalda y por último me agarró los brazos como un animal... Hizo un lazo con una cuerda gruesa, me lo pasó por la cabeza, dejándolo deslizar hasta las caderas; luego tiró y me ató a la columna... En ese momento sentí un extraño estremecimiento.

_ Experimento la sensación que debe de experimentar un sentenciado.

_ ¡Es que hoy te voy a flagelar de veras!" (Sacher-Masoch, "La Venus de las pieles")

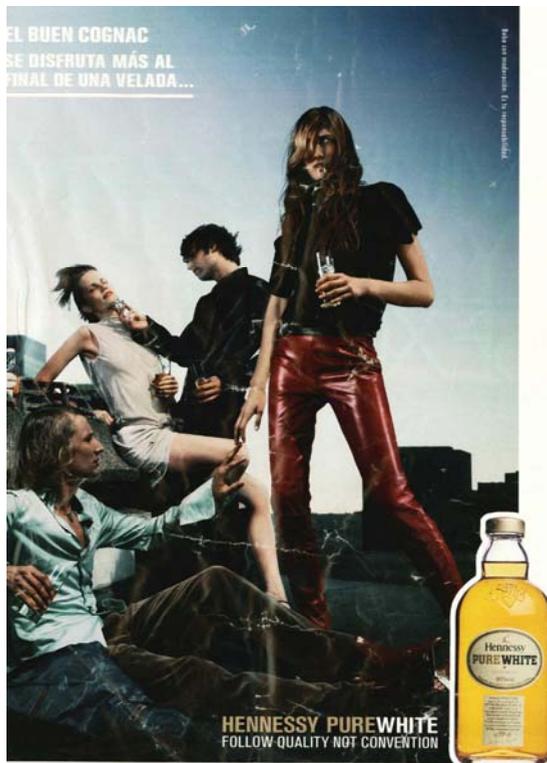
Montaigne haría saber a Sacher-Masoch que en el pecado lleva la penitencia: "La maistrise n'est aucunement deuë aux femmes sur des hommes, sauf la maternelle et naturelle, si ce n'est pour le chastiment de ceux qui, par quelque humeur fiévreuse, se sont volontairement soumis à elles" ("El dominio, de ninguna de las maneras, es debido a las mujeres sobre los hombres, a no ser la maternal y natural, si no es por el castigo de aquéllos que, por algún humor febril, se han sometido a ellas voluntariamente").

La mujer cruel como fuente de dolor y de placer. No es desde luego la mujer esposa, la mujer madre, pero tampoco es la cortesana o la prostituta. Es la mujer demonio en su oposición y cuestionamiento de nuestras creencias sociales más tópicas y por ello mismo más securizantes. Tras haber escupido en ella, esta mujer rasga con sus arpadadas uñas las frases cándidas, hogareñas, alegres, confiadas y también muy bellas de "La perfecta casada" de Fray Luis de León: "Porque dice aseo, y dice hermosura, y dice donaire, y deleite, y concierto, y contento..."

Se trata pues de un anuncio claramente ansiógeno que, siguiendo a Freud, despierta un desasosegador comején por haber arrancado del sueño en que lo teníamos secuestrado y amarrado un afecto inquietante, un temor recóndito.

9. Ambigüedades

Cognac "Hennessy Pure White - Follow quality not convention". Cuanto muestra la composición fotográfica no es precisamente convencional. En la plaza de una urbe moderna, con unos edificios recortándose contra las claras del día, se encuentran cuatro jóvenes. En un segundo plano una muchacha con minifalda, recostada contra el saliente de un muro, inclina la cabeza hacia atrás y cierra los ojos con deleite mientras un muchacho le coloca un cubito de hielo contra el mentón. Ambos sujetan en la mano izquierda un vaso. Ambos están perfectamente diferenciados en cuanto al sexo: ella es ella, con todas las de la luz, luciendo pecho y minifalda; y él es él, dotado de una de esas barbas fuertes que les trasluce a algunos hombres incluso afeitados. Ambos son bellos, como es de suponer en la publicidad de la moda.

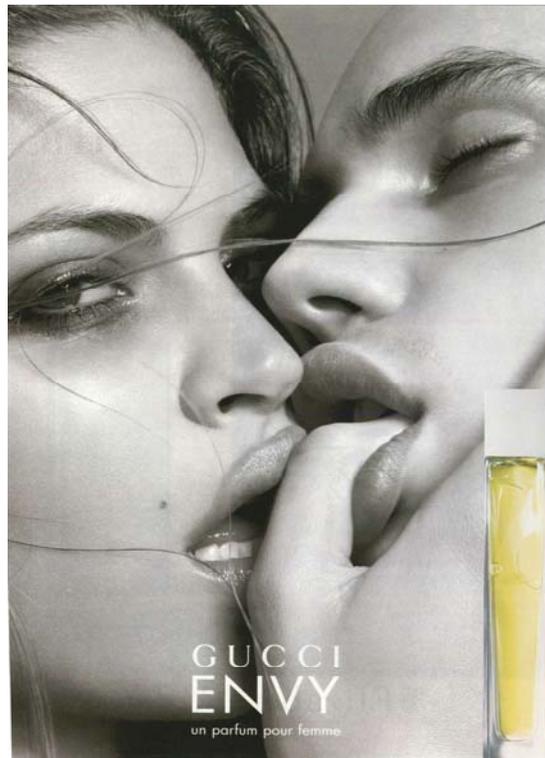


En el primer plano, sentado en el suelo, un joven de largo cabello, que, aun no siendo afeminado, tiene un algo de femenino, alza la mano izquierda y, con el dedo cordal, roza el de una muchacha (o muchacho), extremadamente andrógina/o, de gran delgadez, cabello muy largo y un tanto al desgaire (siendo esto más propio del sexo masculino que del femenino), caderas estrechas, además de gran languidez, *gangly* (que diría un inglés), erguida y con la mirada perdida en lontananza.

La ambigüedad sexual se hace patente en esta pareja, casi homosexual, muy hermafrodítica.

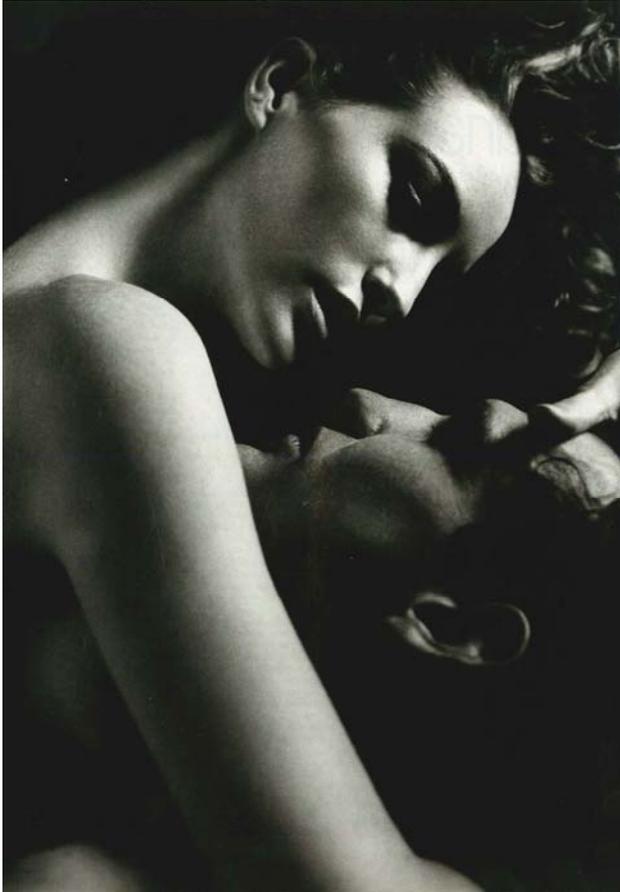
Reza el anuncio: "El buen cognac se disfruta al final de una velada" ¿Qué significa este texto? Que la fiesta ha acabado y que, habiéndose formado ya las parejas para esa noche, pueden iniciar su conversación secreta; así como que este presumible y previsible goce es consecuencia de la ingestión del coñac, actuando éste pues como alcahueta, afrodisíaco y filtro de amor.

Sin embargo importa ahora retener lo equívoco de la segunda pareja creada gracias a la bebida y descrita en segundo lugar.



"No hay formas unívocas y, además, los opuestos no sólo no se pueden distinguir el uno del otro, sino que se confunden uno y otro porque las partes se invierten". Estamos citando a Arnold Hauser en su célebre estudio sobre el manierismo. "Gucci Envy-un parfum pour femme". Primerísimo primer plano de una muchacha introduciendo su pulgar en la boca de un mancebo, tan bello, que podría ser mujer, si bien los puntitos en el labio superior, delatando el bigote masculino, descartan tal posibilidad. Él parece privarse de tanto goce y se abandona. Ella, no. Ella mira a la cámara, desafiante; ella lleva las riendas, ella manda. Ni que decir tiene que su pulgar le dota de falo con que penetrar. Prosigue Hauser: "... los manieristas no sólo se percataban de las contradicciones irresolubles de la

vida, sino que incluso las acentuaban y exacerbaban; preferían perseverar en esas contradicciones irritantes antes que ocultarlas o silenciarlas. El carácter ambiguo y contradictorio de todas las cosas los fascinaba tanto que la fórmula típica de su arte dio en la paradoja, como para aislar la contradicción en una suerte de cultura *in vitro*, que perpetuara así el misterio inexplicable." Reza el anuncio: "un parfum pour femme" Según ello la mujer ha de adamar al hombre y ser el ama.



Gucci Envy. Nuevo anuncio. Una muchacha, en plano superior, derriba hacia atrás la cabeza de un muchacho en plano inferior, mientras inclina la suya hacia abajo, para - puede suponerse- besarle. Ella le sujeta a él pasándole el brazo derecho por la nuca, mientras con el izquierdo le acaricia y le sujeta la frente. Él se deja hacer y llevar. Ella es la dueña. Las posiciones físicas se invierten con respecto a lo habitual y lo tradicional y con ellas los papeles.

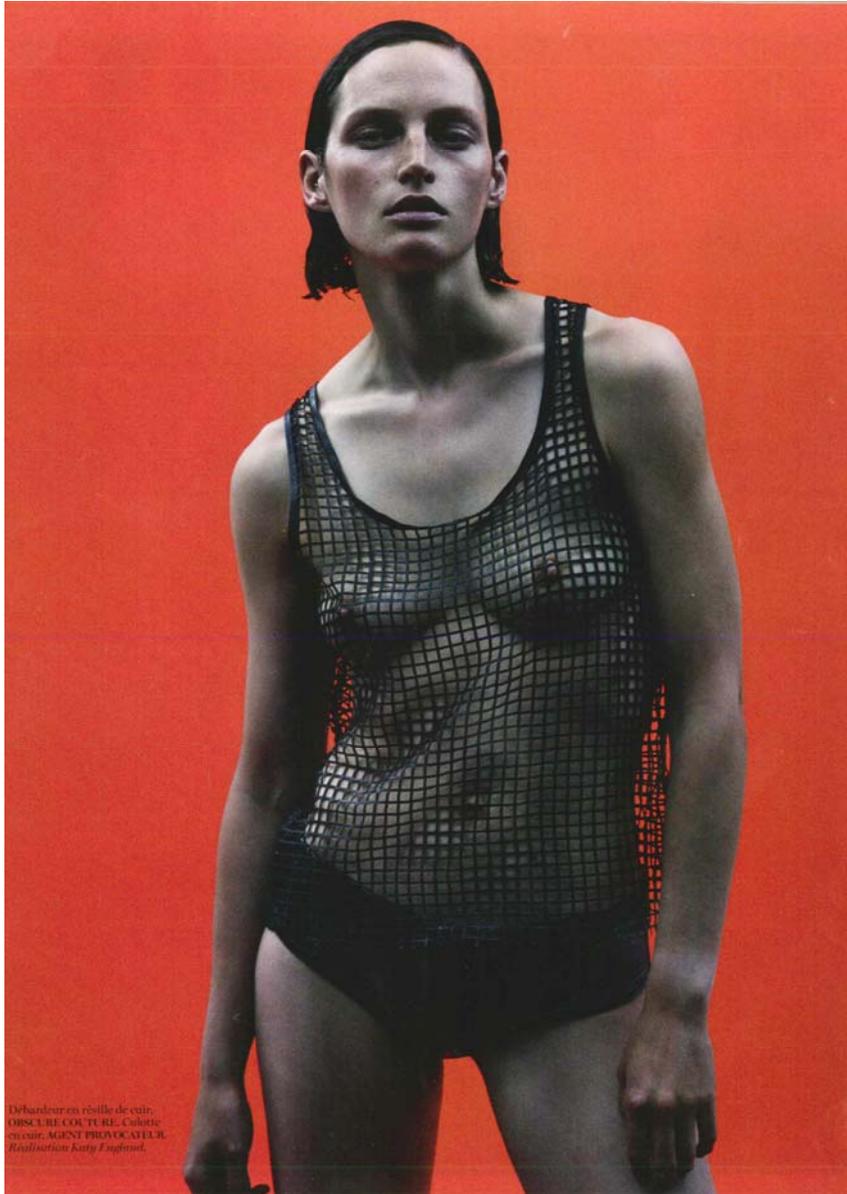
En un nuevo anuncio de Gucci, de características muy similares a los dos anteriores, ella y él parecen ser de un mismo sexo.



Hauser una vez más y su aproximación al manierismo, movimiento basado en lo paradójico: "En la superficie se expresa en la paradoja un carácter más o menos excéntrico y extraño, que no falta en ninguna obra manierista, por seria y profunda que se nos muestre. Distingue al arte manierista en todas sus fases un espíritu caprichoso, una predilección por las cosas refinadas, extravagantes, por el particular inhabitual, mas siempre sugerente, por sabores insólitos, apetitosos, por lo arriesgado y lo provocador". ¡Qué manierista es la moda, qué manierista es la publicidad!, ¿no es cierto?



En un anuncio de barra de labios, una muchacha rubia se está pintando la boca con su mano derecha; en la izquierda sujeta un cuchillo. Displicente, baja la vista hasta el plato que se halla ante ella, donde se encuentran unos erizos de mar. Contraste indudable entre la delicadeza y suavidad de la modelo y lo hirsuto y punzante del fruto de mar. Yo creo que hay más: ateniéndonos a lo testicular de la morfología de los erizos de mar, en que las púas son acerado vello púbico, estaríamos ante la mujer emasculadora.



En un reportaje de Vogue, se nos muestra a esta mujer, muy apuesta ciertamente, *pero* masculinizada en su arrogancia desafiante, en sus hombros anchos y en su compostura en general, de aguerrido porte. Como, admirativo y perplejo, le dice Siegmund a la walkiria Brunehilde, se podría uno también exclamar ante la muchacha: "So jung und schön erschimmerst du mir: /doch wie Kaltund hart erkennstdich mein Herz!" ("Aunque resultes tan joven y tan hermosa, / ¡mi corazón te sabe dura y fría!")

De Dietrich. Hornos de cocina, pues no sólo los anuncios de ropa y cosméticos quedan fuertemente erotizados. En el margen derecho, los hornos y una somera explicación técnica. Protagonista indiscutible del anuncio, la muchacha, en muy primer plano, clava livianamente dos tenedores enfrentados en el puente de su nariz; tras de los tenedores, como enjaulados horizontalmente, sus ojos. Hay algo de suplicio de Santa Lucía en el aire; de sajo de ojo, en coincidencia con una nube seccionando la luna, en "El perro andaluz". Hay peligro. Hay amenaza. Hay inquietud *punzante* en el espectador. Es equívoca la muchacha: ¿está amenazando a otro ser o a ella misma?, ¿es sádica o es masoquista?, ¿infligirá mutilación ajena o propia?

APRÈS TOUT DANS "MODE DE CUISSON", IL Y A MODE.

De Dietrich
LES NOUVEAUX OBJETS DE VALEUR

Un ensemble unique et modulable
 Four gamme Multicook Plus
 Four multifonctions
 Four vapeur électronique
 Le choix total
 Une seule ligne.

COLLECTION 38
 3 MODES DE CUISSON.
 UNE SEULE LIGNE.

Todas estas ambivalencias generan inquietud en el potencial consumidor, que puede sentir las como amenazantes de su integridad física y de su equilibrio psíquico. Podría pensarse por tanto, ingenuamente, que estos anuncios son erróneos, desde el punto de vista comercial (que es el que interesa a las firmas que los financia), pues ahuyentarán al presumible cliente. En realidad, es todo lo contrario. Se dirigen a nuestras fuerzas inconscientes ocultas, a nuestras pulsiones sádicas y masoquistas, a nuestra atracción por el mismo sexo, a nuestra crueldad reprimida desde la infancia, a nuestro instinto de muerte tiñendo nuestro Eros neurotizado.

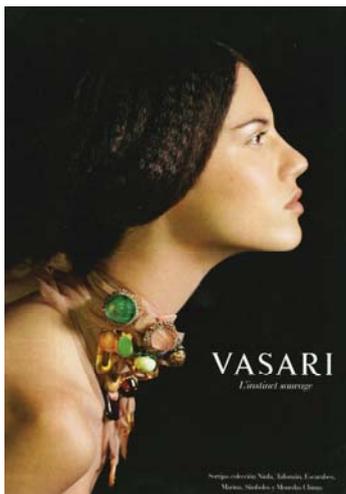
El anuncio de los hornos de cocina es mucho más que una simple *boutade* surrealista, mucho más que arte "conceptual". Tanto en él como en ella despiertan deseos ocultos, movilizándolos.

10. El vestido

"La très chère était nue, et, connaissant mon coeur,
Elle n'avait gardé que ses bijoux sonores" (Baudelaire)
("La muy amada estaba desnuda, y, pues conocía mi corazón,
Tan sólo portaba sus sonoras preseas")

El anuncio de Vasari muestra el perfil de una joven que hubiera hecho las delicias del mismo Baudelaire si éste hubiera llegado a soltarle el pelo crespo que, como *mer moutonnante* (mar encrespada), se habría explayado sobre la playa tersa de la espalda. La muchacha, en la parte que muestra la foto, va desnuda de prendas. Su desnudez, probablemente, sea total o al menos pueda figurársela uno así. Tan sólo, como en el poema anterior, que parece querer ilustrar, su cuello ostenta riquísimas joyas como frutos mágicos que pendieran de un cuello-árbol. Al entrechocarse, generarán sonidos y musicalidad de campanillas, *les bijoux sonores*. Reza el pie del anuncio: "Sortijas colección Ninfa. Talismán. Escarabeo. Marina. Símbolos y Monedas Chinas". Son palabras que también tintinean. El texto se nos antoja uno de esos poemas enumerativos de Blaise Cendrars, de fuerte carga erótica, confirmando ese "sub-título", *L'instinct sauvage*, bajo el nombre de Vasari.

Baudelaire prefiere al desnudo integral el desnudo ornamentado, tachonado de joyas... Fetichismo.



Dinh Van. Paris. Al fondo, borrosa, París. De la mujer en escorzo se percibe sólo desde el labio superior hasta el ombligo. Con el brazo izquierdo nos sustrae su pecho a la vista. Va desnuda. Tan sólo unos brazaletes adornan su muñeca y un anillo engalana su anular.

El hábito franciscano, podría pensarse, es la anti-prenda social por excelencia en tanto que sólo pretendería cubrir el cuerpo y jamás adornarlo o "vanagloriarlo". En realidad es prenda social, si bien anti-mundo y anti-mundana, pues busca negar todo lujo, toda presunción. El hábito y el color pardo, el de la tierra -y a la tierra hemos de volver mediante

sorella morte corporale-, son expresiones de sinceridad, pobreza, voluntad de desnudez total, diálogo directo con Cristo.

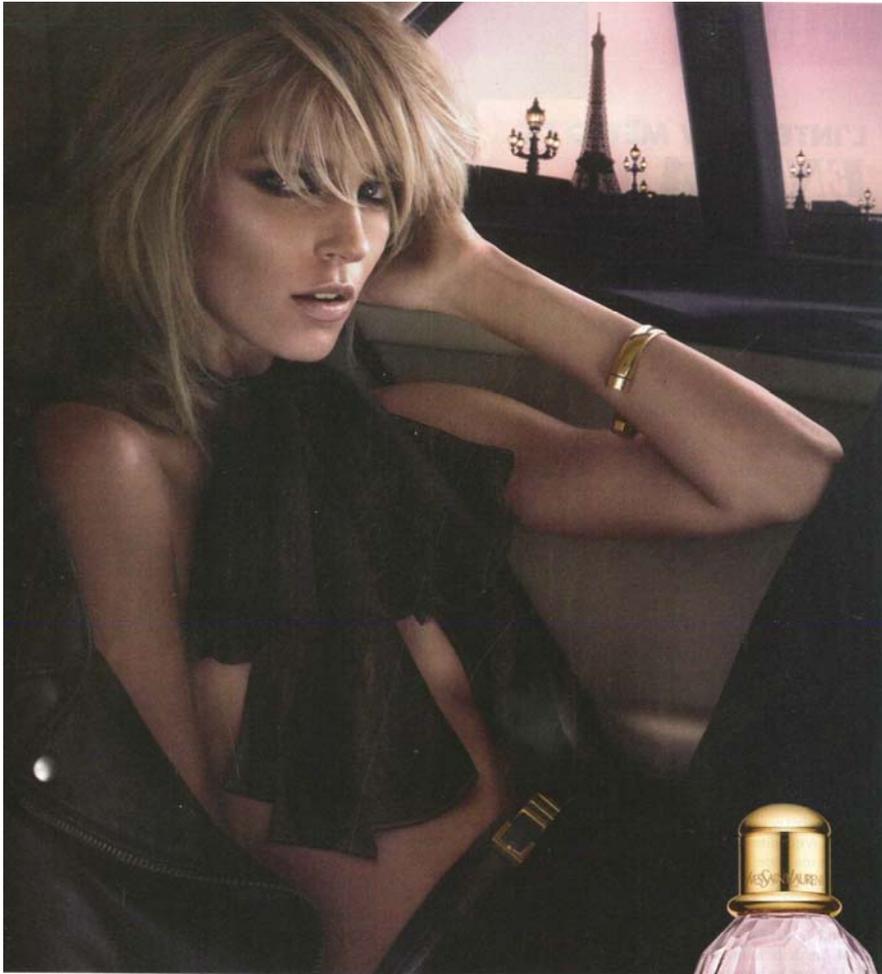
Así pues, afirmar que la ropa abriga es decir sólo una parte -mínima- de la verdad. La ropa es muchísimas más cosas que expresan la dimensión social, sexual y simbólica del ser humano. Aun más que la cocina (somos los únicos animales, no sólo en reír y llorar, sino en vestir nuestro cuerpo y vestir nuestra comida, manifestaciones de la cultura en definitiva), la moda da la medida de cómo lo social, lo sexual y lo simbólico superan y llegan a contradecir y obviar lo biológico. En una ocasión me dijo un arquitecto amigo que en la Escuela de Arquitectura estudiaban cómo la temperatura ideal en el lugar de trabajo era función del sexo predominante de los empleados; uno o dos grados por arriba si numéricamente predominaban las féminas y la inversa si prevalecían los varones. Cuántas veces no observamos empíricamente que la mujer es más friolera que el hombre. Otro amigo mío -y pido disculpas por adelantado si la ocurrencia llega a molestar-, tras observar que, en invierno, como para resguardarse mejor del frío, las mujeres cruzan sus brazos por encima del pecho, afirma que "las mujeres tienen el *tetostato* averiado". Vemos pues cómo la percepción térmica varía en función de los sexos, como también de las edades, por otra parte (quién no habrá observado que los viejos son también más propensos a sentir frío). Sin embargo, dicha percepción se subjetiviza al máximo y la sensación de frío se reduce al mínimo y llega incluso a desaparecer, mediando la seducción, la moda, las convenciones sociales y el deseo de mostrarse femenina. El siempre agudo Montaigne, tan certero en sus apreciaciones, escribe a propósito de las elegantes de su tiempo: "... nos Dames, ainsi molles et délicates qu'elles sont, elles s'en vont tantost entrouvertes jusqu'au nombril" (... nuestras Damas, aun siendo tan muelles y delicadas, tan pronto van entreabiertas hasta el ombligo"). En las fiestas *glamourosas* o de relumbrón, tales como cócteles y entregas de premios, en las ocasiones vistosas de la "aigili" (que es como se llama a la high life en "La Gran Vía" de Chueca), mientras los hombres llevan camisa, con corbata de lazo, cerrada hasta el cuello y chaqué, las féminas van, con su palabra de honor, con sus minifaldas o con otros modelos bien exigüos también, semi-desnudas. Habrá calefacción, sí claro, pero tampoco podrá ser excesiva pues entonces los hombres sudarían la gota gorda. Pues bien, en estos acontecimientos, las mujeres no tienen frío porque la necesidad psíquica se impone a la percepción térmica corporal. ¿Quién no recordará aquella moda de hace unos años en que las mocitas, ya nevara o helara, exhibían sus ombligos entre el jersey y los vaqueros?

Si, con respecto al desnudo, decíamos cómo es desvelamiento y ocultación a la vez, otro tanto podría afirmarse del vestido, pero a la inversa, siendo la ropa espejo del desnudo y por tanto reflejo fronterero. La ropa, pero es que esto lo sabe -aunque tan sólo sea intuitivamente- hasta un niño de teta, no sólo es básicamente funcional (dar calor, proteger del tiempo), sino simbólica y no tanto por lo que pone en relieve, sino además y sobre todo porque, ocultando, siempre manifiesta y muestra, si bien veladamente. Ahí reside el secreto de la buena lencería. Una revista exhibe un reportaje sobre ropa íntima combinada con prendas de vestir y complementos. Su título es "A solas" (alcoba, cita, secreto, juegos amorosos varios) y reza el texto: "transparencias, gasas y sugerentes prendas que brillan en la intimidad".



Permítaseme aquí, por venir al caso, incluir un extracto de un sueño personal glosado por mí mismo: "... los muslos y nalgas de aquella muchacha son rotundamente hermosos. Así se lo manifiesto, llamándola "Venus Calipigia". Ella entonces, fingiéndose avergonzada, los cubre con un cendal y así, lejos de ocultarlos o disimularlos, los realza y vuelve aún más apetitosos".

La ropa, las prendas, los complementos, las joyas se erigen en rasgo sexual secundario de índole cultural, que no físico, alcanzando grados de refinamiento de factura y de complejidad psico-sexual, elevadísimos en ambos casos. Desde siempre, y el amor cortés -"intoxicado de Lanzarote", en feliz expresión del historiador Georges Duby- lo llevará a su cénit, la dilación del placer lo aumenta en proporción directa. La lencería y las prendas que se le superponen, en el marco de la fiesta de amor, exasperan y tensan hasta el enervamiento, hasta el delirio y hasta el furor y la demencia pasajeras, gracias a ese juego de trampantojos, clarosucos, enmascaramientos y descubrimientos, en la expresión libre del instinto, en la libertad -valga la paradoja- del instinto, mas de un instinto penetrado de cerebralidad y perversiones.



ysl-parfums.fr

PARISIENNE
YVES SAINT LAURENT
Vivre et aimer sans attendre



"Parisienne" de Yves Saint Laurent. La aurora "de dedos rosados" va dibujando la silueta de la Torre Eiffel al fondo. Dentro de la parte trasera de un automóvil, que se supone de lujo, recostada con indolencia, una muchacha rubia mira, entre descarada y misteriosa, a la cámara y por tanto a nosotros. Se ha desprendido de una chaqueta de cuero o terciopelo negro. Lleva unos pantalones negros con cinturón de hebilla dorada. El torso, como los

brazos, se halla desnudo, desprovisto de sujetador o de cualquier otra prenda y tan sólo un brazalete de oro se enrosca al antebrazo de la bella, pero una gran lazada de tul negro le descende desde el cuello ocultándonos sus senos. Reza el texto: *Vivre et aimer sans attendre*. Ríe, como queda dicho, la aurora. ¿Vuelve la galana a casa tras la noche de amor? No sería descabellado pensarlo. *Vivre et aimer sans attendre*. En esta ocasión no sólo no se aplaza el placer, sino que se espolea. Se impone la urgencia del deseo. Se ama cada noche, pero en cada cita, se juega, ocultando y desvelando lo más deseado, postergando, por más tensarla y soliviantarla, esa consumación que, indefectiblemente, habrá de darse.

En la novela "La motocyclette" de Peyre de Mandiargues, cada noche, la *maîtresse* abandona el lecho conyugal y a horcajadas sobre su moto surca la negra carretera hasta llegarse al lecho prohibido del amante para allí saciar y estragar su deseo. Bajo su traje de cuero negro de motorista, tan sólo el sujetador y la braga. Cuando, jovencito yo, leí la novela, pensé que era lástima que no exhibiera ella, bajo el cuero, su piel, tan sólo su piel, reprochando al autor en mi fuero interno lo que yo consideraba cesión (¿inconsciente?) al puritanismo. Hoy, porque la edad nos hace más sabios, más enrevesados y comprensivos y nos permite entender mejor las complejidades de la psique, lo considero, por el contrario, un acierto.

"Les bestes (por contraste u oposición) nous montrent assez combien l'agitation de nostre esprit nous apporte de maladies... d'où vient, ce qu'on voit par expérience, que les plus grossiers et plus lourds sont plus fermes et plus désirables aux exécutions amoureuses, et que l'amour d'un muletier se rend souvent plus acceptable que celle d'un galant homme, sinon que en cetuy cy l'agitation de l'ame trouble sa force corporelle, la rompt et lasse?" ("Las bestias nos muestran a las claras cómo el nerviosismo de nuestro espíritu nos genera enfermedades... ¿de dónde procede si no, tal y como lo muestra la experiencia, que los más groseros y pesados exhiban mayor fuste y mayor aliento a la hora de ejecutar el amor, y que el amor de un mulero sea con frecuencia más aceptable que el de un gentil hombre, sino de que en este último la agitación del alma conturba su fuerza corporal, la quiebra y fatiga?"). Con qué sagacidad penetra Montaigne la culturización e intelectualización del deseo, qué inteligentemente evidencia la fuerza de la imaginación ("Combien en a rendu de malades la seule force de l'imagination?")("¡A cuántos no habrá enfermado la fuerza de la imaginación por sí sola!"), que tanto puede que llega a trabar la realización del deseo. ¿De cuántos estragos no tendrá la culpa esta loca? La publicidad -¿habrá leído al pensador gascón?- también lo sabe muy bien.

En proximidad con la fuerza de la imaginación, cabe también considerar el poder que ejercen sobre nosotros las preocupaciones y las congojas. Así lo expresa el propio Casanova recurriendo a un dicho popular italiano: "Cazzo non vuol pensieri" ("La polla no quiere tribulaciones"). Al respecto permítaseme narrar, con toda sinceridad, una anécdota persona, que no es en absoluto una cuchufleta. Yo tenía veinte años cuando, a consecuencia de una suerte de infarto, murió en mis brazos un amigo tan sólo unos pocos años mayor que yo. Le vi luego tendido en la mesa del hospital con los labios amoratados. No era el primer muerto que veía pues, cuando yo era niño, se era bastante menos cursi que ahora y a los chavales nos acercaban, con un respeto que desarrollaba en nosotros el sentido del misterio, al cadáver del familiar, anciano o no; no era pues el primer muerto contemplado, pero sí la

primera vez que veía morir a alguien y de aquella manera, con la vida yéndosele entre los brazos de tres amigos que lo llevábamos en volandas, corriendo y angustiados, hasta el muy próximo hospital. Durante unos días pensé, sumido en un grandísimo abatimiento, que nunca más podría tener una erección. No es ninguna broma de mal gusto. Era cuanto sentía.

11. Algo más sobre desnudarse y vestirse

"Conmovióse el corazón de Holofernes así que la vio porque ardía en deseos de poseerla" (Judit XIII, 16) "Pues se quitó el traje de viuda y vistióse de gala... y púsose un nuevo vestido para engañarlo con estos adornos" (Judit XVI, 9 y 11)

Hay una tensión permanente entre el vestirse y el desnudarse, entre el cubrirse y el despojarse, algo que la bailarina Carmen Werner ha magníficamente intuido -y quizá meditado- y que prodiga en sus espectáculos. Ocultar y desvelar... Afirma el filósofo francés Fabrice Hadjadj, a propósito del *poverello* de Asís: " (San Francisco) adopta la pobreza... Pone la existencia al desnudo exonerándola de escorias, para volver a la fuente del ser, para ver la propia existencia brotar del seno de Dios... la posición radical de pobreza para ser más receptivo al don de Dios". En esta última frase de la cita vale tanto decir "pobreza" como "desnudez". Francisco necesita estar desnudo para poder recibir de Dios la alegría y comunicarla luego a sus semejantes y a todos sus hermanos (hermanos pájaros, hermanos peces, hermano lobo, etc.). Más allá, Fabrice Hadjadj, refiriéndose a la orden franciscana y a lo que buscó su fundador, añade: "... esencialmente hacerse uno con el pobre. Cristo quiso salvarnos haciéndose uno de nosotros. El franciscano se adelanta al pobre haciéndose pobre él mismo... pobre, o sea desnudándose, para estar y ser desnudo él también". El actual Papa, Francisco I, a propósito del santo umbro, precisamente en la ciudad de Asís, ha declarado hace unos días que "se desnudó de sí mismo y se revistió de Cristo... (para) amar a todos, sobre todo a los más débiles y abandonados, y amó con estupor y sencillez la Creación de Dios...". "Despojarse", esto es "desnudarse" es, hoy por hoy, la principal exhortación del obispo de Roma a la Iglesia a cuya cabeza se halla.

En "Historia de Cristo", Giovanni Papini, glosando la entrada de Jesús en Jerusalén para la Pascua, escribe lo siguiente: "... los compañeros, jubilosos, arrojan sobre el pedregal, sus mantos de fiesta. Acto, también, de consagración. Quitarse el manto es principio de desnudez, principio de esa desnudez que es deseo de confesión y muerte de la falsa vergüenza. Desnudez del cuerpo, promesa de la verdadera desnudez del espíritu. Voluntad de amor en la suprema limosna: dar cuanto tenemos. "Si alguien te pide la túnica, tú dale también el manto".

Ya Cristo, en Marcos XIV, 51-52, afirma en aquellas palabras y explicaciones suyas sobre la Providencia, advirtiéndonos, frente al mundo, de lo que realmente importa: "No os inquietéis por vuestro cuerpo, qué habéis de vestir pues... ¿no es el cuerpo más que el vestido?"

Cuando Cristo es prendido por los sayones para que comparezca ante el Sumo Sacerdote, principiándose así su Pasión, en la confusión nocturna subsiguiente, aparece un joven vestido tan sólo de una como sábana, un "lienzo", que se asoma a la escena, curioso, interesado en Cristo y en la suerte que está corriendo. En un momento determinado los

soldados le echan mano, pero como le agarran por la vestidura, él, que anda listo, desprendiéndose de ella, quedando entonces desnudo, se zafa de ellos y se pone a salvo. "Entonces sus discípulos, abandonándole, huyeron todos. Pero cierto mancebo le iba siguiendo envuelto solamente en una sábana o lienzo sobre las carnes; y los soldados le cogieron. Mas él, soltando la sábana, desnudo, se escapó de ellos" (Marcos, XIV, 50-52). Todos han abandonado a Cristo. Surge de la oscuridad un jovencito desconocido (ese "cierto mancebo") que no es otro que el propio Marcos. Se siente atraído por Cristo y entonces es desnudado por los enemigos del Redentor. Queda desnudo, que se sepa bien: desnudo, pues ¿por qué, si no, se explicita esto, que es mucho más que un mero detalle chusco, en el Evangelio? Ha nacido el hombre nuevo. Su lienzo o sábana era atadura, interposición entre él y la Verdad, entre él y Cristo. Lienzo y desnudez son puros símbolos. En "Figuras de la Pasión del Señor", de Gabriel Miró, he creído ver la misma intuición y tácita interpretación.

¿Y cómo fue crucificado Cristo? ¿Con unos calzoncillos o taparrabos, como siempre se le ha representado en su muerte? ¿Es que acaso lo crucificó Braghettone? Desde luego que no. Excepto para los griegos, el cuerpo desnudo era el del esclavo. Tanto para romanos como para judíos, se identificaba desnudez con esclavitud. El supliciado en la cruz era clavado o atado desnudo y desnudo moría. Cristo, como hijo del hombre, también ha de desnudarse para bajar a los Infiernos y poder resucitar. También Cristo ha de despojarse para ver al Padre, "Verdad desnuda".



Domenico Veneziano (c. 1400-1461) "San Juan Bautista en el desierto"

Domenico Veneziano, en "San Juan Bautista en el desierto", nos muestra al primo de Cristo desnudándose en el desierto. Despojándose, se quita de encima el peso del mundo, en primer lugar, y, como está solo y por tanto exento de observar las formas sociales, puede establecer un diálogo dramático -e incluso un duelo si se terciara, como ya hiciera Jacob- con Dios, precisamente porque, al estar desnudo -y sólo así- puede llegar a la "verdad desnuda". El vestido es, indefectiblemente, disfraz y por tanto falsedad y engaño. Si a ello añadimos, como lo prueba la paradoja erótica de los "paños mojados", que el desnudo puro será siempre menos (menos excitante, menos artístico, menos civilizado, menos elaborado) que el desnudo velado, concluiremos que, en términos publicitarios, el desnudo total o puro no interesa. Si lo que se busca es suscitar y atizar el deseo, el juego de veladuras que dejan adivinar, ese juego de ocultaciones que buscan excitar la imaginación, ese juego de quitar-poner y poner-quitar, que en intenso dramatismo erótico, manifiestan y esconden, amagan y se ocultan, que apuntan sin llegar a disparar, parece evidente que, a diferencia de los santos desnudos con sus contornos agudos y bien destacados contra lo yermo del desierto, las modelos semi-desnudas o semi-vestidas, se confunden, mimetizan, se disimulan y manifiestan a la vez en un contexto natural o humano que se preste a la ambigüedad, al acecho (y para ello hay que esconderse), al camuflaje por emplear un término militar de técnica previa al ataque, de compenetración entre fondo y figura, como en las fantasmagorías, como en los sueños. Por ello el desnudo publicitario es necesariamente nebuloso o brumoso. "Vano fantasma de sombra y luz", en palabras de Bécquer. La sombra ensombrece, oculta el vestido; el cuerpo desnudo es la luz.

Pensemos, en esta perspectiva, que incluso las muy despojadas mujeres del fotógrafo Helmut Newton, calzan al menos zapato de tacón y, posando, parecen emanar del contexto erótico de las alcobas.

A este respecto, volvamos a recurrir a Casanova. Ya supimos unas páginas más arriba del episodio aquel en los baños de Berna. La víspera de aquello, nuestro veneciano descubre los dichos baños y alquila caseta y prostituta. Es ésta francamente bella pues posee todo "cuanto un amante apasionado pueda figurarse del objeto de su devoción" y, sin embargo, a Casanova "no le tienta". Se pregunta entonces él mismo sobre el porqué de su indiferencia, indiferencia siempre relativa en él, maticémoslo. La respuesta es doble, si bien ambas razones acaban por confluir y ser una sola. En primer lugar, a Casanova no le seduce por su falta de coquetería, porque se muestra arisca y, aunque sexualmente disponible -tal y como exige su oficio-, porque resulta eróticamente inabordable, exenta como está de "esa fina mirada que indica los sobreentendidos, sin los mohines agradables de la reserva, del respeto, de la timidez y el pudor", en definitiva "porque no tiene nada de lo que la coquetería exhibe para hacer nacer el amor". Esta muchacha se muestra, en su acritud, demasiado explícita, demasiado sincera, demasiado "desnuda". La coquetería es, sin embargo, simulación, fingimiento, pura camándula, pero es que, cediendo de nuevo la palabra a Casanova, "no amamos más que el artificio y lo falso, y lo verdadero no nos seduce ya si no va precedido de un vano aparato a guisa de espolique".

En segundo lugar, si la ramera no tienta a Casanova, se debe ello a que desconoce todo pudor referido al desnudo, así como, corolario de lo anterior, a la excesiva desenvoltura que exhibe cuando se halla desnuda, esto es a su naturalidad. "Me desnudo entonces y

cuando me ve en el baño, se despoja ella también y entra en el agua sin pedirme permiso... (tras salir del baño unos instantes para pedir café) vuelve a entrar en el baño sin embarazo alguno en sus movimientos, exactamente igual que si hubiera estado vestida". La muchacha posee la misma espontaneidad corporal que la del salvaje que desconociera incluso el mínimo taparrabos; no siente, no tiene vergüenza. Es, desde este punto de vista, absolutamente edénica. "¿Cómo es que viéndola completamente desnuda, no me causa la menor emoción?", se pregunta nuestro héroe.

Cierto es que, desnuda y todo, hubiera podido mostrarse coqueta mediante poses, posturas y movimientos sinuosos, insinuantes, que no es sino una manera artera de "vestir desnudamente" el desnudo y que es también coquetería. Pero como no ocurre así, Casanova le reprocha en su fuero interno su simplicidad, su mecanicismo profesional y, a la postre, su inocencia, su inocencia edénica, la de nuestros primeros padres antes de la caída, cuando no se ofuscaban por mor de sus sexos puesto que no reparaban en ellos ni les otorgaban valor pecaminoso y vergonzante. Sí, curiosa o paradójicamente, la profesional del amor comprado o alquilado, en su "taylorismo sexual", coincide con la más ingenua expresión del amor. Ambos extremos se encuentran bien distantes de todo melindre o afectación, de lo que es falso.

Que el vestido oculta, no deja de ser una media verdad, como ya sabemos, pues el vestido es sobre todo apariencia. Más que cubrir, indica y pone en relieve y, al ocultar, excita deseo y activa la imaginación. No es otra cosa sino esa "coquetería" que reclama Casanova, "ese aspecto distinguido en el rostro que llamamos noble, ese gesto risueño que la educación otorga para anunciar la dulzura", la cultura del afeitado y el fingimiento.

El vestido es pervisión de la desnudez y del desnudo.

A un libertino, como lo es Casanova, la naturalidad puede indisponerle precisamente por hallarse muy lejos, mucho más allá, del Paraíso Terrenal, con su desnudez edénica que se ignora a sí misma y que es, por otra parte, la del niño antes de que, en su proceso de socialización, aprenda, asimile, haga suya, haga carne, "su carne", la vergüenza.

En las antípodas de las tentaciones perversas que hacen las delicias de un Casanova, hallamos la desnudez feliz del amor más auténtico. Curiosamente, Julieta se excusa ante Romeo por su ausencia de coquetería pues teme que su entrega, tan sincera e inmediata, pueda ser interpretada como frivolidad, tomada por descoco o imputada a falta de decoro. No, Romeo y Julieta se hacen transparentes el uno para el otro desde el primer momento del primer encuentro, desde la primera mirada; contemplándose el uno al otro, ven al otro y se ven a sí mismos en el espejo claro del agua más límpida de sus almas.

Es también cuanto expresan en su diálogo amoroso Sieglinde y Siegmund en la tercera escena del primer acto de "La Walkiria" de Wagner: Sieglinde: "El riachuelo reflejó mi propia imagen y ahora vuelvo a verla ante mí; al igual que un día surgiera de entre las aguas, ahora en ti reconozco mi propia imagen", a lo que responde Siegmund: "Tú eres la imagen que en mí estaba oculta".

Volviendo a Julieta, digamos que su desnudez psíquica culmina en la desnudez física, que será también espontánea, fresca, vivísima, sin juegos, sin trampas, sin ocultamientos ni dengues, ni dolos, mas, por el contrario, de total y sincera entrega. Cuanto Julieta, privada de todo disfraz, declara a Romeo desde su balcón, en la noche (escena II del

acto II), es un emocionante canto a la desnuda verdad y representa implícitamente la condena absoluta a la afectación:

"Fain would I dwell on form, fain, fain deny
What I have spoke: but farewell compliment!
Dost thou love me? I know thou wilt say -ay;
And I will take thy word.....
... if thou think'st I am too quickly won,
I'll frown and be perverse, and say thee nay,
so thou wilt woo: but, else, not for the world.
In truth, fair Montague, I am too fond:
And therefore thou may'st think my haviour light;
But trust me, gentleman, I'll prove more true
Than those that have more cunning to be strange"

("Ah, cómo querría guardar las formas, negar cuanto he dicho, tan comprometedor. Mas, ¡no!, basta de conveniencias. ¿Me amas? Sé que dirás que sí y yo creeré en tu palabra... si estimas que muy fácilmente y muy deprisa fui ganada, entonces frunciré el entrecejo y seré cruel y diré "no" por obligarte, así, a cortejarme, pues si no fuera por ello, por nada en el mundo fingiría. En verdad, bello Montesco, que estoy de ti muy prendada y, así, podrías juzgar ligera mi conducta, pero, créeme, gentilhombre, sabré mostrarme más fiel que todas aquéllas que tan bien han aprendido a afectar la prevención".)

Tanto a Julieta (y con ella Romeo) como a San Francisco, los desnuda Amor. A la pareja veronesa, el amor de mujer y varón; al de Asís, el amor de Cristo.

De este amor desnudo escribe el reconocido medievalista francés Georges Duby, glosando la parte escrita por Jean de Meung en "Le Roman de la Rose": "El amor, el amor de corazón, de cuerpo, no necesita para nada las zalamerías, los interminables alardes, la fingida sujeción del galán a la amiga, ni las perturbaciones del deseo, ni los trastornos de la pasión. El amor verdadero se llama amistad, caridad. Ésta debe ser la franca inclinación de un alma que se ha entregado libremente, en la fe, la justicia, la rectitud de los primeros tiempos de la Edad de Oro. Éste debe ser el impulso físico natural, liberado de las sofisticaciones eróticas y, al mismo tiempo, de las constricciones puritanas. El amor debe ser compartido... Para que el amor se haga bien, naturalmente, con libertad e igualdad; para gozar juntos, éste es el premio, la recompensa. Simplemente la felicidad en la tierra. Un poco de terreno ganado a la corrupción, reconquistado por Naturaleza, este "arte de Dios", como diría Dante. Por fin la puerta cerrada tanto al "contemptus mundi", ese rechazo del mundo que los sacerdotes predicaban desde hacía diez siglos, como a la irrealidad en la que soñaban con aniquilarse los intoxicados de Lanzarote".

De ahí que nuestro Casanova (ya es hora de volver a él), tras constatar que "en la costumbre que nos hemos dado de ir vestidos y no desnudos, el rostro que dejamos ver a todos... es lo que menos importa", acabe por preguntarse cómo es que al final ese rostro se convierte en lo principal. Precisamente porque en él reside sobre todo la expresión y por tanto la posibilidad de actuar, frente a un cuerpo en inferioridad de condiciones desde este

punto de vista, por ser "ciego", más simple, más animal, más natural y más limitado en su capacidad de tejer artimañas. ¿Es el rostro de Julieta, por ingenuo y puro, menos expresivo, menos artístico, menos tentador (¿e incluso menos bello?) que el de, me viene ella a la mente, la malvada Milady de Winter en "Los tres mosqueteros"? Posiblemente la respuesta sea que sí.

Casanova concluye que si sólo nos atuviéramos al cuerpo, no se daría la infidelidad pues la inconstancia en amor se debe a la "diversidad de las caras" que nos obliga a cambiar de una a otra. Tan sólo unas líneas más abajo se volverá a esta reflexión del veneciano sobre la inconstancia amorosa.

Del cabello no se dijo todo. La melena puede ejercer de prenda, ropa, vestido, velo, foulard, etc.; de hecho ejerce como tales y en el juego ya descrito de la ocultación/desvelamiento, cumple mejor que cualquier otro elemento (entre otras cosas por su carácter natural, que será, o no, artificioso, pero nunca artificial) ese cometido de enervar, excitar e incendiar la imaginación. Y así se cuenta de Apeles que, habiendo visto a Friné a las orillas del mar, sin más velo que el de sus cabellos sueltos y esparcidos, quedó tan hechizado de su beldad, que tomó de ella la idea de su Venus al salir de las aguas, que luego también Botticelli pintaría, dando a la diosa los rasgos de Simonetta, así como su maravillosa melena que nos oculta su sexo (y por ello nos lo señala y en gran medida, pues, lo desvela) y que, de hallarse totalmente libre y desplegada, le lamería los talones.

La publicidad persigue, mediante la curiosidad que en nosotros suscita, el empujarnos sutilmente, con guante de cabritillo que, arteralmente, cubre el puño de hierro de lo imperioso, a renovar, a comprar, a no conformarnos con lo que ya tenemos (aunque sea eficaz, bello y pueda aún durar mucho tiempo más), sino a ir más allá, aunque sea a riesgo de desafiar el sentido común, a ser volubles, a ser como la mujer según el Duque de Mantua: "mobile qual piuma al vento, muta d'accento e di pensier... è menzognera" (mudable como pluma al viento, muda de acento y de pensamiento... es embustera"). La publicidad nos empuja, en definitiva, a cambiar. Es revelador lo que escribe Casanova: "Cette fille... commença par exciter ma curiosité. C'est la curiosité qui rend inconstant un homme habitué dans le vice. Si toutes les femmes avaient la même physionomie, et le même caractère dans l'esprit, l'homme, non seulement ne deviendrait jamais inconstant, mais pas même amoureux. Il en prendrait une par instinct, et il se contenterait d'elle seule jusqu'à la mort. L'économie de notre monde serait une autre. La nouveauté est le tyran de notre âme; nous savons que ce qu'on ne voit pas est à peu près la même chose; mais ce qu'elles nous laissent voir nous fait croire le contraire; et cela leur suffit. Avides par nature de nous laisser voir ce qu'elles ont de commun avec les autres, elles forcent notre imagination à se figurer qu'elles sont tout autre chose" ("Esta muchacha... empezó a suscitar mi curiosidad. La curiosidad es lo que vuelve inconstante al hombre acostumbrado al vicio. Si todas las mujeres tuvieran la misma fisionomía y el mismo carácter y el mismo espíritu, el hombre, no sólo no se volvería jamás inconstante sino que no podría siquiera enamorarse. Tomaría a una por instinto y se contentaría de esa única hasta la muerte. La economía de nuestro mundo sería otra. La novedad es el tirano de nuestra alma; sabemos que lo que no se ve es prácticamente lo mismo; pero lo que ellas nos dejan ver nos hace creer lo contrario; y ello

les basta. Por naturaleza son avaras por cuanto no nos dejan ver lo que tienen en común con las otras y así fuerzan nuestra imaginación a figurarse que son algo bien distinto"). La cita no tiene desperdicio por cuanto se puede interpretar y leer dentro del contexto de estas consideraciones sobre el ocultar-desvelar, vestirse-desnudarse tanto en sentido literal o físico como figurado o moral-psicológico; mas también dentro del contexto más concreto de la seducción que es el objetivo y el punto de llegada de todo el juego del vestido que muestra y oculta a la vez y que pone en marcha nuestra imaginación; también, si aplicamos este párrafo al mundo de la moda, ¡cómo no descubriremos ante su sagacidad! No olvidemos nunca que Casanova es, ante todo, un esteta.

La moda es cosa diabólica. Si el Demonio tentó a nuestros primeros padres fue sin duda para luego tentarnos mejor y más refinadamente, civilizatoriamente, con el vestido. "Estaban ambos desnudos, el hombre y su mujer, pero no se avergonzaban uno del otro... Entonces se les abrieron a entrambos los ojos y se dieron cuenta de que estaban desnudos, y cosiendo hojas de higuera se hicieron ceñidores".

12. Esther

Esther, la bella Esther, de la tribu de Benjamín, no sólo, gracias a su belleza ("... en extremo hermosa y de lindo parecer... porque era de extremada hermosura e increíble belleza y así parecía amable y graciosa a los ojos de todos"), casa con el rey persa Asuero -el Artajerjes griego-, convirtiéndose así en reina, sino que salva a su pueblo vencido, esclavizado y deportado en masa durante el cautiverio de Babilonia, del exterminio que el monarca Asuero ya había decretado. Pero, para ello, para suplicar y obtener del rey la clemencia para con su pueblo, no le bastó la hermosura, que sí le alcanzó para enamorar y desposar a Artajerjes, sino que hubo de vestirse y adornarse y, vestida y adornada, convenció y disuadió. "Se adornó de todas sus galas. Y brillando con el esplendor de los aderezos de reina... la otra camarista iba detrás de su señora, llevándole la falda que arrastraba por el suelo..." Así obtuvo un imposible, que un decreto del rey tuviera vuelta atrás, algo impensable y que iba contra la ley y la costumbre.

13. El antifaz

En un delicioso cuento de Emilia Pardo-Bazán, titulado "El dominó verde", con bastante más *miga* de la que una lectura acelerada podría darnos a creer, el protagonista ha desdeñado a María, una bella mujer. A pesar de su hermosura, no le agradaba, no estaba prendado de ella. Posteriormente acude a un baile de máscaras y entonces sí queda asatado su corazón ante una mujer que viste un dominó, propio de los bailes *in maschera*, de color verde y cuyo rostro cubre una máscara. La sigue y la persigue imantado, mas la mujer disfrazada, sabedora del influjo que ejerce en él, se le escabulle siempre. Al cabo de jugar al escondite durante un mucho tiempo que alimenta la ansiedad del alentado cazador, permanentemente burlado y exasperado su deseo, ya en la calle, la bella deja ver su cara... "Y alzándose el antifaz, el dominó verde me enseñó la cara de mi abandonada, de mi rechazada, de mi desdeñada María... Aprovechando mi estupor, corrió, saltó al coche..." La

bella se le ha escabullido entre los dedos y, con ella, la felicidad. Prosigue el cuento y concluye: "Desde tan triste episodio carnavalesco sé que lo único que nos trastorna es un trazo verde. La Esperanza, la máscara eterna, la encubierta que siempre huye, la que todo lo promete...la que bajo su risueño disfraz oculta el descolorido rostro del viejo Desengaño": Y resuenan en uno aquellos versos de Bécquer: "Soy incorpórea, soy intangible, vano fantasma de sombra y luz..." La preferencia romántica de la quimera por delante y por encima de la realidad. Por prometedora que ésta sea, "yo soy ardiente... puedo brindarte dichas sin fin", se la aparta, se la abandona, se la rechaza, se la desdeña y volviéndose hacia el imposible, le dice el poeta: "Oh, ven, ven tú".

Sí, ciertamente, es así, mas también, para lo que ahora mismo nos interesa, el cuento parece una ilustración de ese enervamiento erótico del vestido como disfraz, del juego envenenado, a que se aludió antes, del mostrar-ocultar. La modelo, en su belleza irreal, en su sobrenaturalidad, es permanente máscara y disfraz que nos rehúye, inalcanzable. "Todo lo promete" y nada nos da, quimérica como es. Podemos, eso sí, o bien perder la cabeza, literalmente, por una de ellas, como en un relato romántico o maupassantiano, o bien poseerla de forma vicaria mediante la adquisición -del producto anunciado- que siga a la admiración tan perturbadora de la bella. Que el tal producto sea algo femenino poco importa pues se comprará para una mujer que quedará al instante y, en al menos cierta medida, mágicamente revestida de las gracias que revisten a la modelo anunciante. ¿Poco importa pues? ¡No, ciertamente! Importa y mucho.

14. El pie y el calzado

Si la mujer ha de ser alta, qué mejor que dotarla de un calzado que la espigue y le aumente la estatura de unos cuantos, muchísimos a veces, centímetros. Ya vimos cómo la elevada estatura es la preferida y la anhelada. Refiramos esta significativa anécdota narrada por Casanova, a la sazón en la corte del rey de Francia, Luis XV: "... j'ai vu dix à douze dames laides qui avaient plus l'air de courir que de marcher, et si mal qu'elles paraissaient tomber le visage en avant. Je demande d'où elles venaient et pourquoi elles marchaient si mal.

_ Elles sortent de chez la reine qui va dîner, et elles marchent mal parce que le talon de leurs pantoufles haut d'un demi pied (16, 25 cm) les oblige à marcher avec les genoux pliés.

_ Pourquoi ne portent-elles le talon plus bas?

_ Parce qu'elles croient de paraître ainsi plus grandes"

("... vi diez o doce feas damas que parecían correr más que caminar, y tan mal que parecía fueran a caer de bruces. Pregunto de dónde venían y porqué andaban tan mal.

_ Salen de la cámara de la Reina, que se dispone a cenar, y caminan tan mal porque el tacón de sus zapatos alto de un pie y medio (16, 25 cm) las fuerza a andar con las rodillas dobladas.

_ ¿Por qué no llevan un tacón más bajo?

_ Porque así creen parecer más altas"

Nótese la ironía de ese "creen parecer (más altas)" con que concluye la también irónica anécdota de estas mujeres "feas" y recordemos que Casanova procura evitar siempre a las mujeres no demasiado agraciadas. Sea como sea, lo que aquí interesa es que la mujer quiere ser más alta, para así ser más bella. Dieciséis centímetros es mucho tomate y así lo que ganan en estatura lo pierden en compostura y elegancia. Y sin embargo hoy en día las modelos (y las actrices y las elegantes) llegan a encaramarse en tacones de ¡hasta 18 cm! y, poseedoras de la técnica de que, al parecer, carecían las damas de la corte de Luis XV, no sólo despliegan una portentosa estatura, sino que incluso, pues pueden más que sus zancos, saben imprimir a su figura una fascinante bizarría y a su portante una liviana, casi flotante, donosura.

Abandonando al bueno de Casanova, citemos de nuevo a doña Emilia: "... la escasa belleza, la edad, ya casi madura, los afeites, el pelo teñido... allí el señuelo atrayente no era la cara, sino los pies, elegantes y menudos, que aprisionaban zapatos taconeados alto, de flexible cuero de Rusia: unos zapatos que a cada movimiento de su dueña enviaban fragancias perturbadoras.. pies insolentes, encarnados.."

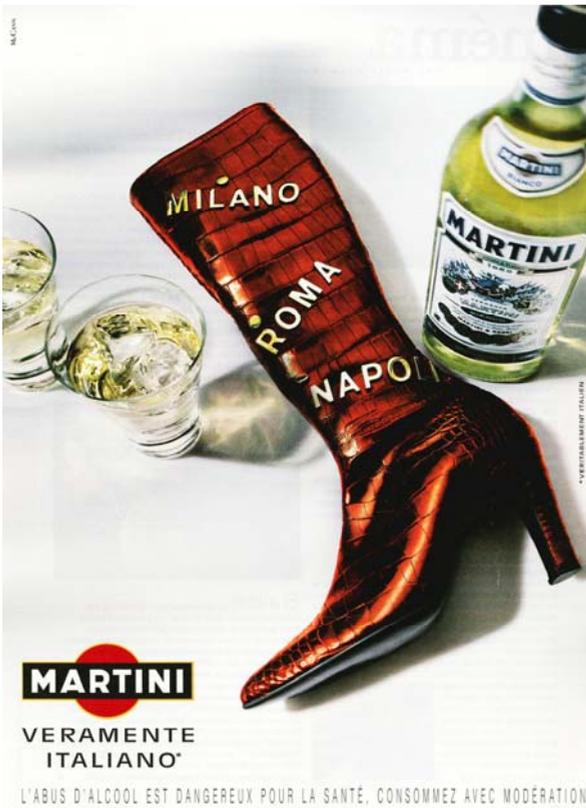
El pie. Cuántas novelas, relatos varios y poemas no habrá leído uno en que el pie femenino, tan admirado entre otras cosas por permanecer siempre oculto, es alabado por su pequeñez, por su aspecto infantil. Se contarán por miles los ejemplos, desde que surge la novela occidental hasta el Romanticismo y el realismo, en que el pie diminuto, de muñeca, es siempre alabado. Basten unos pocos ejemplos para no eternizarnos:

- "... ses petits pieds, vrais pieds d'Espagnole ou de Chinoise et qui eussent été au large dans la pantoufle de verre de Cendrillon" ("... sus piecitos, verdaderos pies de española o de china y que se hubieran hallado holgados en el zapatito de cristal de Cenicienta") (Théophile Gautier, "Omphale")
- "Je l'ai nommée Euryanthe. / J'en perds l'âme et l'appétit. / Circonstance atténuante: / Elle a le pied très petit" ("La he llamado Eurianta / Por ella pierdo el alma y el apetito / Circunstancia atenuante: / Tiene muy chico el pie") (Victor Hugo, "À un visiteur parisien")

Citemos por curioso y significativo este otro pasaje de las memorias de Casanova, en que describe el pie de la Cavamacchie (la "Quitamanchas" o "Limpiadora de grasa", por ser hija de un hombre dedicado a estos bajos menesteres), cantante veneciana, mas especialmente cortesana: "... en dépit du soin qu'elle avait de ne pas montrer ses pieds, une pantoufle qui gisait au bas de sa robe m'instruisit qu'ils étaient aussi grands qu'elle: proportion désagréable qui déplait non seulement aux Chinois et aux Espagnols, mais à tous les connaisseurs. On veut qu'une grande femme ait les pieds petits..." ("... a pesar del cuidado con que ocultaba sus pies, una pantufla que yacía junto a su vestido me dio a conocer que eran tan grandes como ella era alta: proporción desagradable que disgusta no sólo a los chinos y a los españoles, sino a todo buen conocedor. Se exigen pies pequeños a una mujer alta...") Curiosamente, lo que Casanova llama "proporcionado" (pie pequeño en mujer alta) es justamente desproporción, pues proporción es consistencia, acuerdo, armonía, correspondencia, esto es un pie largo en una mujer alta.

Luego Casanova añade con humor: "C'était le goût de Monsieur d'Holopherne qui sans cela n'aurait pas trouvé charmante Madame Judith" ("Éste era el gusto del Señor de Holofernes que, sin ello, no habría gustado de la Señora Judith")

No he considerado nunca este aspecto y ni siquiera sé si a alguien le habrá tan sólo asomado por la cabeza tan peregrina cuestión, pero me pregunto si en la poesía de Baudelaire, pues no puedo recordarlo aun queriendo reparar en ello, los pies son también chicos (cuando, quizá, ni tan siquiera los llegue a mencionar, no sé). Mi hipótesis sería que no, pues la mujer deseada, la Flor del Mal, es extraña, exótica, instintiva, bárbara y asalvajada, enferma moral, perversa o prostituta, y nunca responde a la convención o al tópico. Por ello me inclino a pensar que su pie será también atípico, largo y asilvestrado. Baudelaire, de ser así las cosas, sería un precursor. ¿En qué mente cabría ahora la alabanza del piecito japonés? ¿A quién agradaría el piecito artificialmente reducido de las chinas? Haciéndose eco de cuanto Bacon afirmara a propósito de la necesidad de un punto de extrañeza en la belleza, y que ya se glosó más arriba, Baudelaire se expresa como sigue: "Lo bello es siempre extravagante. No quiero decir que sea voluntaria, fríamente extravagante, porque en tal caso sería un monstruo que desborda los raíles de la vida. Digo que tiene siempre un punto de sorpresa que lo convierte en algo especial".



En la masculinización o atletización del cuerpo femenino a que aludimos anteriormente, el pie tenderá a ser, como la modelo, largo, delgado y flexible, sin desmerecer y en consonancia con el resto y, de producirse deliberada disonancia, será desde luego alargando y nunca acortando, tal y como lo prueba aquella moda de hará unos ocho años en que se estiló sobre todo la bota, pero también el calzado en general, de final afiladísimo y en punta. Sin tanto aguzamiento, véase en el soberbio anuncio de Prada un bellissimo ejemplo, no sólo de cuanto se afirmó anteriormente sobre lo sugerido, lo oculto y lo revelador, sino también, y que es lo que ahora hace al caso, cómo esas *cuissardes* acaban por alargar el calzado y por tanto el pie en auténtico alarde "manierista".

Es innegable que tanto Buñuel como Dalí han permanecido siempre atentos y muy pendientes de los mensajes, llamadas y manifestaciones del inconsciente. ¿Cómo olvidar, en "Viridiana", esa secuencia en que la cámara se detiene en los zapatos de novia que calzó, en el día de sus desposorios, la tía de Viridiana, la mujer fallecida del protagonista encarnado por Fernando Rey? ¿Cómo olvidar -si bien advierto que cito, al igual que para la anterior película, de memoria y que por tanto mi recuerdo puede deformar la realidad- en "La vida criminal de Archibaldo de la Cruz (Ensayo de un crimen)" cuando, tras de que la señorita preceptora del niño Archibaldo haya sido alcanzada y derribada, de manera fortuita durante una de esas *balaseras* mexicanas, por una bala perdida que entra inopinadamente por el balcón, cómo olvidar, digo, ese plano final de la secuencia que sigue al de la sangre manando de la sien, cuando la cámara se detiene en los tobillos y los zapatos de tacón, yacientes contra el suelo, bajo la atenta y como hechizada mirada del muchachito? Es una secuencia que ilustra muy expresivamente cuanto Konrad Lorenz hipotetiza sobre el fetichismo, postulando que responde a los mismos mecanismos, que él tanto estudió en lasocas, de lo que dio en llamar "troquelado"; en definitiva que el fetichismo, desde el punto de vista de la etología, es "troquelado" de carga sexual.

Dalí, en uno de sus "objets trouvés" (a posteriori) recrea en madera -si no voy errado- un zapatito de tacón, en combinación con otros objetos, poniendo de manifiesto el carácter ambivalente y hermafrodítico del zapato de tacón. "Calzarse" a una mujer es, en términos grosero-coloquiales, penetrarla. El pie entrando en el zapato, calzándose, ahormándose, duro como es, longiforme, se convierte en símbolo fálico penetrativo. "Mon pied", "prendre son pied", significa en francés coloquial "pasarlo bien, disfrutar, gozar". "Tomarse el pie", pues, es obtener placer de uno mismo; la expresión remeda el placer solitario, se hace eco del onanismo. En nuestra lengua, vulgarmente, se emplea el verbo "calzarse" para referirse al acto sexual: "calzarse a una tía". Al parecer el preservativo se inventó y fabricó en Inglaterra ya desde principios del siglo XVIII. Cuando Casanova se dispone a colocarse uno antes de mantener relaciones íntimas con una monja de Chambéry, en la Saboya, ésta le dice: "Je vais te chausser moi-même..." ("Te voy a calzar yo misma"). Cómo dudar que el lenguaje popular, el espontáneo, se alimenta de sexualidad.

El zapato de tacón es vagina, es claustro vaginal, por el simple hecho de ser zapato y por tanto de acoger al pie dentro de sí; y es falo porque el tacón, como todo objeto largo y duro, es símbolo fálico; de ahí que pueda afirmarse sin rubor que el zapato de tacón nos remite al andrógino primigenio que participa de ambos sexos.



Es tan sexual el zapato, y más el de tacón, que hoy en día resulta inconcebible un desfile de lencería sin este tipo de calzado. Uno incluso, aplicando la lógica o cuando menos el sentido común, podría incluso extrañarse ante la exhibición de estos zapatos por parte de modelos desfilando o posando con trajes de baño o bikinis; pero a ello puede replicarse, en primer lugar, que desde cuándo la lógica o el sentido común pueden imperar en el mundo del erotismo (¡qué más quisieran las religiones del mundo y sus caudillos varios!), tan irracional, y, en segundo lugar, que la potencialidad simbólico-sexual del zapato alto no puede más que contribuir al efecto *sexy* de la prenda de baño.

"Oh hermosa princesa y con qué gracia andan esos tus pies colocados en tan rico calzado... ¡Qué bellos son tus pies en las sandalias, hija de príncipe!", se dice en el *Cantar de los Cantares* (VII, 1), que, según Renan, es teatro ritual nupcial y en este contexto de boda se impone el saturado símbolo del pie encajando perfectamente en la sandalia.

En "*Judit*" (XVI, 11), leemos: "La sandalia de ella le (a Holofernes) robó los ojos, su belleza cautivó el alma". "Le robó los ojos"... En, entre otros, su estudio sobre "El hombre de la arena" de E.T.A. Hoffmann, titulado "La inquietante extrañeza", Freud establece magistralmente la relación inconsciente entre ojos y masturbación, cómo ojos y dientes son siempre protagonistas simbólicos en el complejo de castración. Una vez más, el folklore y los relatos literarios o anecdótico-históricos acuden en ayuda de la investigación psicoanalítica. En esta obra de Hoffmann, siempre según Freud, el sentimiento de la inquietante extrañeza es inherente a la figura y persona del hombre de la arena (al parecer, en las sociedades germano-parlantes, a los niños se les dice, cuando tienen sueño o cuando han de ir a la cama

que ha llegado el hombre de la arena -nuestro equivalente español es Fernandito, que Juan Ramón Jiménez describe en "Platero y yo", creo recordar, descolgándose desde el techo por una tela de araña- y les ha arrojado arena en los ojos; de ahí ese cosquilleo y ese frotarse los párpados) y por consiguiente a la idea de ser privado de los ojos, que es expresión del complejo de castración. "Le robó los ojos"... el temor por los propios ojos, el miedo a quedar ciego es frecuente sustitutivo de la angustia de castración que responde a la relación inconsciente entre ojos y miembro viril. Porque ha yacido con su madre, Edipo, infligiéndose a sí mismo el castigo, se quiebra los ojos.

No es fruto del azar el hecho de que, desde Caravaggio, en una época de, cuando menos, zozobra de las creencias, de profunda crisis del humanismo, de rupturas religiosas en Europa y de luchas, se suscite una gran ansiedad en el cuerpo social y, con ello, que el tema de Judit, la mujer decapitando, castrando al hombre -y además al hombre guerrero- abunde en la pintura y se consagre como iconografía obsesiva. Siglos más tarde Dalí padecerá de la *hantise* de la mantis religiosa que, como se sabe, va devorando al macho durante la copulación. Lo caliginoso y la mantis, ese erotismo cruel y húmedo, sudoroso, viscoso, permanentemente al acecho en su pintura, hace *pendant* al temor masculino hacia Judit, ésa "como varón esforzado", que dice el romance medieval.

En el libro de Samuel o de los Reyes (II), lavarse los pies es imagen simbólicamente inconsciente del coito. "La vio el Rey *Daví*, la vio el Rey *Daví*, a *Beisabé* en el baño", reza la primera copla de las sevillanas bíblicas que con tanto sentimiento canta Paco Toronjo. Y en la Biblia se lee: "Entre tanto sucedió que un día levantándose David de su cama después de la siesta, se puso a pasear por el terrado del palacio y vio en otra casa de enfrente una mujer que se estaba lavando en su baño; y era de extremada hermosura... era Bethsabée... mujer de Urías... David la hizo venir a su palacio... y entrada que fue a su presencia, durmió con ella... Y volvió preñada a su casa. De lo que dio aviso a David, diciendo: "He concebido"... Dijo después David a Urías: "Vete a tu casa, lava tus pies y descansa..." (Reyes II - XI, 2-8) A este propósito digamos cómo Juan J. Zwart Milego muestra con sagacidad que en el Antiguo Testamento el pie sustituye a los genitales, lo cual responde a ese desplazamiento o corrimiento semántico entre las distintas partes del cuerpo humano, fuertemente simbolizado, tal y como lo consagra la cultura (en francés, por ejemplo, *gorge* y *poitrine* (garganta y pecho) han acabado en parte, preciosista y eufemísticamente, por confundirse y ello, como me sucedió a mí traduciendo en este estudio uno de los versos de Baudelaire, causa problemas a la hora de hallar la correspondiente palabra en el otro idioma). Como ejemplo de ello, leemos en "Isaías 6,2": "Y encima de él estaban serafines: / cada uno tenía seis alas; con dos / cubrían sus rostros, y con dos cubrían sus pies (por genitales), y con dos volaban..." En el "Éxodo", leemos que, por no estar circuncidado, Moisés incurre en la cólera de Yahvé; para aplacar su ira y salvar a su marido, Seforá, con un cuchillo de pedernal, corta el prepucio a su hijo y luego con ese mismo instrumento "tocó los pies" de Moisés. Volviendo a Betsabé, en la representación pictórica de Rembrandt, una sirvienta en penumbra seca los pies a su señora, en actitud *penserosa*.



Rembrandt Harmenszoon Van Rijn (1606-1669) "Betsabé"

En la pintura del alemán Albrecht Altdorfer (1480-1558) que recrea el episodio de "Susana y los Viejos", unas criadas le están lavando los pies. En las innumerables recreaciones de esta misma historia de "Susana y los viejos", Susana suele o bien disponerse a entrar en el agua o bien acaba de salir de ella, o se ve cómo introduce sus pies en el baño. Cervantes se hace eco de toda la simbología sexual del pie en remojo y así en el Quijote (I, 28), a propósito de Dorotea, leemos: "... se lavaba los pies en el arroyo... los pies eran tales, que no parecían sino dos pedazos de blanco cristal que entre las otras piedras del arroyo se habían nacido. Suspendióles la blancura y belleza de los pies... la pierna, que sin duda de blanco alabastro parecía. Acabóse de lavar los hermosos pies y luego ...se los limpió... alzó el rostro, y tuvieron lugar los que mirándole estaban de ver una hermosura incomparable... (Cardenio) dijo... "Ésta.. no es persona humana, sino divina".



Albrecht Altdorfer (1480-1558) "Susana y los viejos"

El pez en el agua, agitándose, bullendo, es imagen inconsciente del órgano masculino.

En "La chancla", canción mexicana de Antonio Aguilar, interpretada por Jorge Negrete, se hace más que evidente la relación simbólica inconsciente entre calzado y sexo femenino, entre calzado (zapato, zapatilla, zueco, sandalia, pantufla, chancla, etc.) y mujer. Tras explicar de forma *sui generis* cómo la mujer amada le ha dado achares y engañado con

otro, el protagonista se toma la revancha y declara: "Y sólo un orgullo tengo / Que *naiden* lo tome a mal : /

Que la chancla que yo tiro, / No la vuelvo a levantar", esto es que sus decisiones no son revocables, que ni ahora ni ha de regresar nunca a la mujer a la que abandona o rechaza, pues "Si me *queren*, sé querer. / (pero) Si me olvidan, sé olvidar".

Hoy en día en que la erotización de la moda se hace tan evidente y explícita, a riesgo de, desvelando y exacerbando demasiado, romper ese frágil equilibrio entre la ocultación y el desvelamiento, que es el del desnudo y el de la moda, y poniendo así en peligroso entredicho el necesario misterio, la necesaria inquietud, hoy en día, digo, el zapato de tacón ha crecido con tal denuedo que llegan a darse algunos, con ayuda de plataforma, que elevan la estatura hasta lo inimaginable. Un amigo mío, guasón él, dice que las chicas actuales, cuando van de fiesta, debieran proteger sus cabezas con cascos de la construcción pues si llegaran a caer ¡desde tan alto!, irremediablemente, se partirían la crisma.

En nuestros días el tacón ha crecido tanto que Victoria Beckham ha llegado a decir, entre la *boutade* esnob y la provocación (esnob también) que sin sus tacones es incapaz de pensar y la cosa tiene su lógica. Quien se suba a ellos, asciende al mundo superior y elevado de las ideas; descendiendo de ellos, se vuelve al mundo torpe, cotidiano y rastrero.

"Sobre todas las gracias, las de su paso. Los tapices, los jaspes, los senderos no recibían su huella como la de las otras mujeres; porque al andar Herodías todo semejaba florecer bajo la perfección y la gloria perversa del ritmo de su vida. Andaba sintiendo la plenitud de sí misma... Nada comparable a sus pies, a sus rodillas, a su cintura, a sus codos, donde se resume el donaire y el estilo del paso. Ofrecía sus pies en sandalias de gamuza morada, ceñidas con una escarcha de gemas... Se deseaba que caminase, no por su movimiento, sino por su emoción" (Gabriel Miró, "Figuras de la Pasión del Señor").

En el estudio que Freud lleva a cabo de la novela "La Gradiva" de Wilhelm Jensen, es de notar que el *ars incedere* de la muchacha cautiva precisamente porque, aun portando sólo sandalias, camina como si calzara zapato de pronunciado tacón. El tacón, no sólo hace más alta, sino que estiliza la pierna, al afinar la pantorrilla y esforzar el muslo, y destaca los glúteos; en la virilización o atletización del canon femenino de belleza al que hemos hecho alusión, el tacón se revela necesario por la tensión que imprime al cuerpo. Porque su portante se caracteriza por una pronunciada elevación del talón, reposando todo el peso sobre las almohadillas y los dedos e imprimiendo así una atlética tensión a la pierna, porque en definitiva camina como si efectivamente llevara calzado provisto de tacón, es tan especial el garbo de la Gradiva como interesantes sus desplazamientos; y por ello fascinarán fatalmente al joven protagonista del relato.

Una última consideración a propósito del calzado. En el anuncio de vaqueros Levi's (foto 60), se observa cómo la modelo propina una patada a la butaca en que habría de sentarse para probarse el zapatito de vidrio de la Cenicienta, brillando mágicamente sobre el cojín de terciopelo, pues lo rechaza abiertamente y se rebela con vehemencia ante él por cuanto representa: fragilidad, incomodidad, lo engorroso del cuidado que requiere para no quebrarlo: "Al diablo con el zapato de cristal". El texto, luego, establece que esta marca de vaqueros garantiza la comodidad, frente a todo constreñimiento, molestia, enojo o imposición: "Los jeans sí encajan" y "Por fin unos jeans en los que creer" Aquí no sólo se está

reivindicando la autonomía de la fémina actual en la sociedad hodierna, sino también un cuerpo autónomo, emancipado, asentado sobre un pie que no puede ser ya tan pequeño pues el cuerpo independiente requiere de una base suficientemente grande si quiere manifestarse permanentemente en toda su relevancia y estatura, sin miedo a plegarse, como les ocurría a las damas en la corte de Luis XV según nos narra Casanova, sin temor a derrumbarse; en definitiva que se sostenga y camine con decisión y a grandes pasos.

Resumen, deducciones y conclusiones de la parte C

1. La modelo

- La moda y la publicidad son el paisaje, son el contexto, en que la modelo ejerce, actúa o se presenta como adecuado continente, receptáculo en que pueda verteerse nuestro inconsciente, con su historia pasada, sus voliciones latentes, sus temores, sus iconos, sus símbolos, sus reglas enrevesadas, su lenguaje de tensión dialéctica permanente entre lo manifiesto y lo oculto... en definitiva, lo que, un tanto paradójicamente podríamos denominar su "cultura", la "cultura del Inconsciente". La modelo es el cuenco, la concavidad que acoge nuestros fantasmas y que les da forma dramática, otorgándoles un argumento y una forma. Así, desde este punto de vista, se puede establecer un paralelismo, en absoluto disparatado, entre publicidad y onirismo. La modelo se erige en protagonista indiscutible de esa elaboración de la vida inconsciente, encarnándola en una imagen y dotándola de un argumento, de una historia. Arte tradicional, sueño y publicidad coinciden pues en la necesidad de lo narrativo, así como de lo formal y lo figurativo; y para que se dé narración, ha de haber uno o varios personajes. Arte, sueño y publicidad exigen un mínimo de concreción; no cabe la abstracción.
- La publicidad, mediante la presentación de la modelo en situación, protagonista de una historia o de una circunstancia siempre alejadas de lo ordinario, de lo "normal" y habitual, satisface y tranquiliza nuestra necesidad de lo que llamamos más arriba percepción o visión aristocrática del arte, en alusión a que hemos menester de alguien a quien admirar, de alguien excepcional.
- Esta excepcionalidad de la modelo o su carácter extraordinario, heroico podríamos decir, la faculta para alojar en ella, para asumir, mesiánicamente casi, nuestros fantasmas, expresándolos y liberándolos. Y así, todo aquello que reprimimos en el inconsciente (las llamadas, tradicionalmente, perversiones: homosexualidad, travestismo, fetichismo, desviaciones sado-masoquistas, etc.) es evocado, expresado y momentáneamente resuelto por la publicidad a través de la modelo y la proyección en ella de complejos, temores, apremios y deseos. Publicidad y modelo nos solicitan, al igual que nosotros solicitamos a publicidad y modelo, turbándonos incluso, para una catarsis y un reequilibrio psíquico. La publicidad, a través de la modelo, objeto del deseo, actúa como el sueño y ejerce su misma función benéfica. Mediante la puesta en escena de lo reprimido (olvidado, arrumbado, expulsado u oculto), dando cabida a la expresión de

conflictos, así como a la satisfacción de deseos inconfesables, la publicidad y la modelo son portavoces del Inconsciente y sanadores psíquicos, auténticos chamanes que otorgan palabra y dignidad a lo informe e indigno y, garantizándonos en gran medida contra las peligrosas demasías morales represoras de la vida psíquica, nos reequilibran.

2. El desnudo

- En el desnudo femenino y en el cuerpo de la modelo, se produce tensión permanente entre espiritualidad y carnalidad.

Cuanto, siguiendo a Kenneth Clark, se afirmó a propósito del desnudo-cuerpo en el Arte, puede afirmarse del desnudo-cuerpo en la publicidad, por haber recogido ésta de manos de aquél, como ya se explicó, el testigo irrenunciable de la Belleza. Así, el desnudo-cuerpo se vertebra como forma e ideal, como forma ideal, y se constituye en la forma de hacer publicidad. No es sólo un motivo de la publicidad, sino que va mucho más allá. Desde el punto de vista formal, el modelo es la publicidad, osamos afirmar.

El cuerpo de la modelo es un ideal, es unidad y pauta de medida universal.

Como en el Arte, en la publicidad se dará una permanente tensión, con oscilaciones, entre, por una parte, el cuerpo ideal, expresión de la belleza pura, sosegada, solar podríamos decir, y, por otra parte, el cuerpo expresivo, dinámico, plasmación y expresión de la melancolía (desasosiego, conflictos, perturbaciones) cifrada ésta físicamente en la delgadez, llegando incluso a la imperfección, traduciendo ésta los "defectos" psíquicos, esto es los muy arraigados deseos prohibidos. De ahí que la modelo actual sea ansiógena y su cuerpo, su ademán y su situación argumental en el anuncio publicitario estén neurotizados, entre otras cosas por estar revestidos todos ellos de una grandísima carga erótica.

En cualquier caso, el cuerpo bello, pero desviado o incluso ajeno al canon, al singularizarse, se torna más expresivo y plasma mejor lo oculto, lo imaginado, lo nocturno o lunar, lo inquietante.

Si, como afirma Calvo Serraller, el erotismo es inseparable de la prohibición, la publicidad y la modelo actuales son las adecuadas para testimoniar de lo oculto y reprimido, viniendo ello a matizar así la función reequilibradora a que se aludió anteriormente. Publicidad y modelo también intranquilizan ya que son medio de expresión de unas imperfecciones de las que nuestra sociedad y nuestra civilización comienzan a hacerse eco, tan selladas hasta entonces como quería cerrado nuestro Joaquín Costa el sepulcro del Cid.

- El desnudo y el vestido

El desnudo es ambivalencia radical por cuanto que nunca es total, esto es no se da la "desnudez desnuda"; su carácter parcial y dinámico traduce las modificaciones y los cambios propios de las conductas arteras, ambiguas y marrulleras de la seducción.

El vestido (en su intimísima relación con el desnudo) es puesta en relieve, sugerencia, exasperación del deseo.

El vestido es antinaturalidad, cerebralización y perversión de Eros. Al contrario que el de la edad de Oro -la desnudez-, el vestido de la Edad de Hierro, al cubrir unas partes pero mostrar otras, al señalar, poner en relieve y sugerir lo tapado, por una parte, y rodear lo que queda al aire, por otra parte, enseña veladamente, excita la imaginación, genera la perversión. El cuerpo vestido se reviste de símbolos y asociaciones eróticas.

3. Caracteres sexuales secundarios

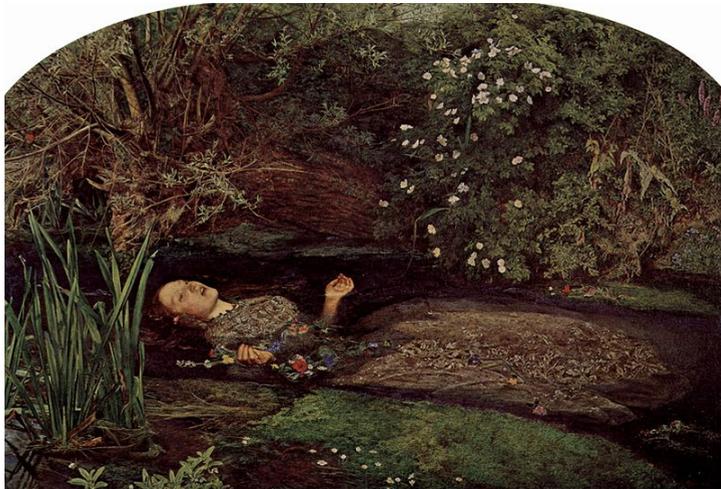
- La elevada estatura de la modelo le confiere no sólo, obviamente, elevación física y prestancia, sino además elevación social y moral.
- El talle afinado adorna el cuerpo de melancolía, subjetivándolo y erotizándolo. Toda tensión, toda deformación del cuerpo es erotización. Toda modificación artificial es desnudo imaginario, proyección del intramundo psíquico y expresión de cambios sociales y morales.
- El cabello expresa lozanía, salud y carácter. Su caída y deterioro son símbolos oníricos e inconscientes del complejo de castración, de la carencia, del abandono y del menoscabo.

La cabellera además, la melena, por sus grandísimas posibilidades plásticas, se presta inmejorablemente al juego erótico del desnudo (mostrar, ocultar, descubrir, velar...)

EPÍLOGO: ANTES DEL PECADO ORIGINAL

"Luego plantó Yahvé un jardín en Edén, al oriente, donde colocó al hombre que había formado. Yahvé hizo brotar del suelo toda clase de árboles deliciosos a la vista y buenos para comer, y en medio del jardín el árbol de la vida y el árbol de la ciencia del bien y del mal. De Edén salía un río que regaba el jardín..."

Desde el punto de vista espiritual, creo que se podría definir a los pre-rafaelitas como caballeros andantes, pincel en ristre, en demanda estética permanente del Grial o Paraíso, espoleados por insaciable nostalgia, mas también, digámoslo todo, tintos en una cierta cursilería. Las modelos y mujeres de los pre-rafaelitas se corresponden en el físico, esbelto, y en la psique, melancólica, por ser post-románticas, con la modelo actual, si bien no alcanzan tal grado de delgadez.



Arriba: John Everett Millais (1829-1896) "Ofelia"; Izquierda: John William Waterhouse (1849-1917) "La dama de Shalott"; Derecha: William Morris (1834-1896) "La bella Isolda"

En el simbólico y abstruso mundo de la alquimia, "shekhinah" es la piedra exiliada voluntariamente del Paraíso junto con nuestros primeros padres, para llevar al mundo exterior, al "valle de lágrimas", un símbolo del mismo Dios y la misma presencia de Dios. La mitología pre-cristiana y cristiana expresan ese anhelo de volver a la Edad de Oro, al tiempo feliz del reinado de Saturno, al Edén.

La *lapis exulis*, el *shekhinah*, la piedra filosofal, el santo Grial no son más que la materialización del deseo por el regreso al Paraíso y no dejan de ser más que manifestaciones distintas, aunque muy próximas, de idéntica añoranza. Por ser objetos sobrenaturales, sus propiedades también lo serán: prolongación de la vida e incluso eternidad, sabiduría, comunicación directa con Dios y por tanto Felicidad Suprema. Desde este punto de vista, se puede afirmar que lo que buscaban nuestros místicos no era más que hallar en el fondo de su alma este Grial, actualizarlo y materializarlo, siendo así el éxtasis el encuentro, el descubrimiento o hallazgo íntimo de ese Dios, la presencia y la manifestación de Dios, Deleite y Felicidad Sumos.

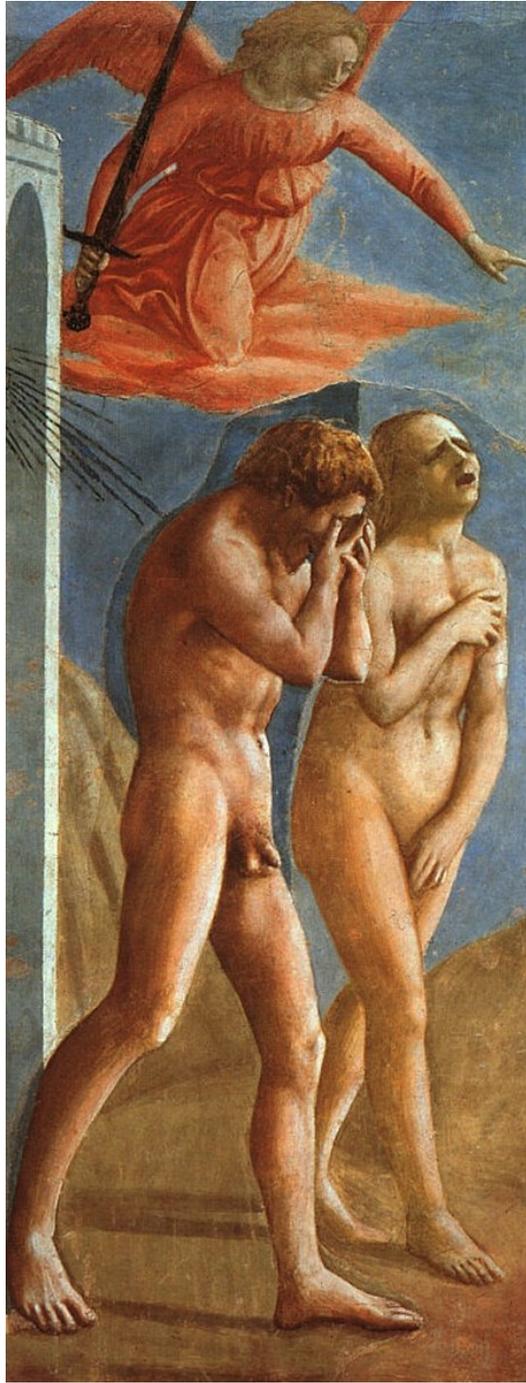
Además del objeto, palpable, tangible, visible, encontramos el lugar pues el mito tiene su geografía, que no es otra que la de la tierra del Preste Juan, o isla o tierra de San Brandán (ya que este santo irlandés habría aproado y entrado en el Paraíso Terrenal), o el castillo o isla -o ambas cosas- del Grial, o el Dorado.

El Arte, tradicionalmente, en mil ocasiones, ha pintado el jardín de Edén. La publicidad no podía sustraerse tampoco a colmar, o intentar colmar al menos, esta carencia, esta amputación de la felicidad, a que nos condenaron nuestros primeros padres, con, si no la restitución de lo arrancado, sí cuando menos con un sustituto, un reflejo, un lenitivo, un bálsamo. La publicidad también va a conjurar nuestra mutilación, no sólo -como se dijo anteriormente- ofreciéndonos auténticos ángeles esplendentes y vírgenes radiantes, sino también paisajes de Edén, *vedute di Paradiso*, podríamos decir. La publicidad ejerce de Grial.

"Y habiendo expulsado al hombre, puso delante del jardín de Edén querubines y la llama de espada vibrante, para guardar el camino del árbol de la vida".

La iconografía suele recurrir a un ángel de flamígera espada como ejecutor de la expulsión y celoso guardián de la propiedad desahuciada. La publicidad coloca a una bellísima mujer a la entrada del Edén, pero si el ángel impide, ella, por el contrario, invita. Ella nos abre la cancela, cerrada hasta entonces. Tras ella, como tras el ángel, la naturaleza verde, jugosa, cuajada, de tamizada luz, sosegada, acogedora, templada (pues no hemos de olvidar cómo es el vestido de la edad de Oro). Ya se trate de un paisaje de clima oceánico, ya mediterráneo, ya tropical, ya de playa, la atracción es evidente. Tierra de promisión. Tierra soñada; es más, tierra añorada. Vuelta al origen.

Cabe incluso pensar si esta mujer que abre en lugar de cerrar, no sea sencillamente Satanás, tal y como ocurre en las novelas de caballerías y en el ciclo artúrico, y si una oración a tiempo, un pensamiento que, raudo y fugaz, pero efectivo, cruza el cerebro y nos evoca a la madre de Dios, o una señal de la cruz en el último momento, cuando aún se está a tiempo de preservar el alma, no la volatilizarán y disolverán el paisaje paradisíaco que nos brinda, tal y como cabe pensar del anuncio de Intimissimi.

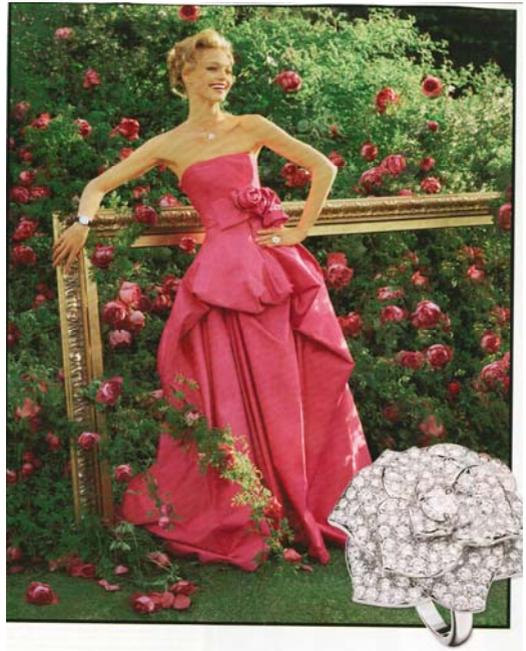


Masaccio (1401-1428) "La expulsión del Paraíso"



intimissimi

DANS LES BOIS
 en 3 looks www.intimissimi.com
 #intimissimayes



e-boutique en piaget.es

PIAGET

Piaget Rose
 Anillo en oro blanco y diamantes



En el anuncio de Piaget, el jardín de Edén se dobla de jardín encantado de cuento, como puede uno imaginarse el de la Bestia en "La Belle et la Bête" de Jeanne-Marie Leprince de Beaumont. Aquí el ángel, risueño, desenfadado, jovial y vital, es rosa entre las rosas, como quien dice bella entre las bellas. Rosas vegetales, rosa en joya, aplique de rosa en la cintura, vestido de rosa satén, labios de rosa, todo ello compendiándose y exaltándose en la Bella. ¿Ese marco dorado? Quizá nos advierta de la ficción de lo representado; quizá sea también y sobre todo símbolo, puerta, portal artístico que abre y da paso al Paraíso, como ese arco en el fresco de "La cacciata dal Paradiso" de Masaccio. En la generosidad feliz de la Bella, lo representado no sólo toma cuerpo real, sino que además desborda los límites del marco.

Por otra parte paremos mientes en cómo, en el poema de Villon que se citó y glosó más arriba, la que antaño fuera *belle heaumière*, describe su "naturaleza", su sexo: como un "jardinet", como un burguete. El sexo es también *hortus conclusus*, protegido por los muros de los muslos y el *hortus conclusus* es remedo del Paraíso, del Edén, del jardín de Edén. En la literatura del amor cortés, en este cerrado huerto, en ocasiones cercado por muros invisibles de aire mágico que lo aíslan del exterior e impiden la vista de cuanto ocurre dentro a los profanos que quedan fuera - y son profanos todos excepto amigo y amiga-, en este delicioso pensil, los enamorados se entregan al amor desnudos de cuerpo y alma. El enamorado sin mácula y sin reproche regresa al Paraíso perdido, lo recupera una vez adentrado en la espesa, suave, dulce, aterciopelada y fresca floresta del vello púbico, zaguán vegetal de ese cuenco oscuro y silencioso, de angosto cuello como mano hermana apretando la dicha, ensimismado en cuanto acoge, abismándose en las delicias que procura, otorga y comparte, pozo cegador de la negación y la disolución más afirmativas.



J A R D I N S

d'or. Un apparent désordre pour jouer le naturel en liberté.

La revista Elle y el Jardín de las Delicias. "Jardins" se titula el reportaje de belleza y amor. Bajo la llama del terso bosquecillo incendiado, sobre el muslo, reza el texto introductorio: "Toison d'or. Un apparent désordre pour jouer le naturel en liberté" ("Toisón de oro. Un aparente desorden para jugar al natural en libertad"). ¿No es esto el Paraíso? "Estaban ambos desnudos, el hombre y su mujer, pero no se avergonzaban uno del otro" (Génesis, 2, 25)

El jardín como sexo de la mujer, es figura arquetípica. Ya en el Cantar de los Cantares, leemos en boca del amado: "Hortus conclusus soror mea sponsa hortus conclusus fons signatis" ("Huerto cerrado eres, hermana y esposa mía, jardín cerrado, fuente recóndita"). Ella, la amiga, invita al amigo a que penetre en el íntimo vergel y tome su fruto más preciado: "Soplad en mi jardín, que exhale sus aromas. Entre mi amado en mi huerto y coma sus frutos exquisitos" (4,16). El tópicus del *hortus conclusus*, como símbolo de la mujer, conocerá en el cristianismo una doble vertiente: la sagrada en que representa el vientre de María, claustro en el que se gesta el Redentor ("fruto bendito de tu vientre") y la profana en que representa la relación sexual y el goce carnal. El jardín de Venus. En el "Roman de la Rose", que es, entre otras cosas, un soberbio manual de instrucciones del amor cortés, el enamorado entra en un bellissimo jardín, imagen laica del Paraíso, donde fluye la fontana del amor y reina la Rosa. "Entré en el jardín de Venus, / fui a buscar la flor que amaba", así comienzan unas, si no voy errado, célebres malagueñas, poniendo en evidencia una vez más cómo la literatura se nutre del folklore y de los símbolos inconscientes populares. Nuestro buen Arcipreste de Hita, como no podía ser menos (iqué raramente nos defrauda!), se acoge a la tradición literaria y popular y nos recuerda cómo mujer, molino y huerto requieren siempre "grand uso", equiparando mujer y huerto y asociando el molino a la actividad sexual. El bellissimo romance de Gerinaldo no puede ser más líricamente explícito y, así, dice la Infanta: "Gerinaldo, Gerinaldo, / paje del rey más querido, / quién te tuviera esta noche / en mi jardín florecido. / Válgame Dios, Gerinaldo, cuerpo que tienes tan lindo" Una vez consumado el amor, pregunta el rey a Gerinaldo: "¿Dónde vais, Gerinaldo, / tan mustio y descolorido?", a lo que el propio Gerinaldo responde: "Vengo del jardín, buen rey, / por ver cómo ha florecido; / la fragancia de una rosa / la color me ha desvaído". Recuérdese aquel relato del Decamerón en que el jardinero hace las delicias de las monjas trabajando su recoleto huerto, consagrando literariamente esos equívocos que luego el teatro de revista, por ejemplo, constituirá, con infinitas e ingeniosas variaciones, no sólo como una de sus características, sino como uno de sus fundamentos. "Si quiere fumar, / no debe dudar: / mi estanco está abierto / y puede usted entrar. / ¡Tabaco y cerillas! / ¡Y qué cajetillas! / Ya llevo dos horas / y aún no me estrené... / ¡Tabaco y cerillas...! / Estréneme usted...", canta, en forma de schotis ("Las de Villadiego", del maestro Alonso), la Colasa, quien en lugar de jardín tiene "estanco" pues para que prenda el fuego, hay que encender la cerilla.

Base de todo ello, base folklórica, es la visión popular manifestada en tantos romances, canciones, dichos y relatos, como, por citar tan sólo uno, se dice en una canción del pueblo cacereño de Ahigal: "En las vegas de Alagón / a una niña vi / que con sólo quince años / se regaba su jardín..." La cupletista "la Fornarina", a principios del siglo XX, cantaba también: "Soy jardinera y tengo un huerto, / tengo azucenas y rico jazmín / y quiero que seas mi jardinero / para que riegues mi perejil". Por último ya, para no alargarnos en exceso con la

cuestión, recordemos "El Jardín perfumado" del árabe del siglo XIV Jeque Nefzawi, tan influido por la literatura hindú, en que se afirma algo así como que el sexo del varón va del ombligo a la horcajadura y el de la mujer discurre desde el cuello hasta esa misma horcajadura.

Nuestra sociedad de consumo y de masas ha mitificado el período estival y las vacaciones y se ha valido para ello de la publicidad y los modelos. ¿Quién no ha visto un cartel o una foto, en un folleto o en una revista, de una bellísima mujer en una playa o en una isla? Puede hablarse, sin duda, de una recreación vacacional del Edén, con fines comerciales, cifrada en el verano y la playa.

Es la lectura del "Diario del Primer Viaje" de Colón algo sumamente poético y delicioso. Se asemeja cuanto allí se narra a un nuevo Génesis, en que el hombre despierta y, asombrado, descubre el mundo recién creado, y, tras sorprenderse, da nombre a las cosas que ve por primera vez, como en un jardín rezumante aún de la lluvia genésica que lo ha engendrado. "Y Yahvé formó del suelo todos los animales del campo y todas las aves del cielo y los llevó ante el hombre para ver cómo los llamaba, y para que cada ser viviente tuviese el nombre que el hombre le diera. El hombre puso nombre a todos los ganados, a las aves del cielo y a todos los animales del campo..." Y Colón, como un nuevo Adán, fue otorgando nombres a las islas, a las tierras recién descubiertas, a los accidentes geográficos y pronunciando a su manera y españolizando, él y luego todos los conquistadores que le fueron a la zaga, los nuevos vocablos indígenas que designaban cosas, animales y costumbres nunca vistas, inéditas, insólitas y admirables; y aquello era también descubrir y casi volver a crear, ya se incorporara el vocablo indígena, ya se les designara con término "cristiano": tapir, jaguar, perezoso, oso hormiguero, armadillo, churcha, hobo, guayacán, mamey, cacao, tabaco, coco, patata... Ave... ¡del Paraíso! Sí, ¡ave del Paraíso!, mas también: "Hasta un cabo muy alto y muy hermoso y todo de piedra tajada, a quien puso por nombre Cabo del Enamorado" (Colón, "Diario del primer viaje").

Gonzalo Fernández de Oviedo, por su parte, en su "Sumario de la Natural y General Historia de las Indias" establece una rigurosa y deliciosa relación de lo así nuevamente (re)creado.

Siguiendo a Colón (las citas son tanto del propio diario del Almirante, perdido en parte, como de la transcripción de los pasajes de mayor interés que, con tan buen acuerdo, llevara a cabo fray Bartolomé de las Casas) en su lírico asombro, tan poéticamente expresado, se nos antojan aquellas islas primeras que descubriera y sacara de la oscuridad de lo ignoto, convirtiendo así el descubrimiento en auténtica creación, se nos aparecen, digo, aquellas islas (las actuales Santo domingo o Española, Cuba, Bahamas) como el Edén. Allí:

a) ¿Cómo son los indios?

- Los hombres y las mujeres van desnudos como nuestros primeros padres, no han sentido la vergüenza ni la necesidad de ocultar con hojas de higuera su sexo. Gregorio Marañón escribe al respecto: "Sí, aquel era el Paraíso pródigo, templado,

virginal. Y con su Eva, desnuda, como una Venus atlántica... el Paraíso de la Eva ingenua y propicia". Escribe el propio Colón: "Ellos andan todos desnudos como su madre los parió, y también las mujeres".

- Los nativos son muy bellos:
Ellas: "... y son ellas de muy buen acatamiento (en el sentido de "aspecto general") ni muy negras, salvo menos que canarias", "... y hay muy lindos cuerpos de mujeres"
Ellos: "... muy bien hechos, de muy fermosos cuerpos y muy buenas caras... Ellos, todos a una mano, son de buena estatura de grandeza... y los ojos muy fermosos y no pequeños... las piernas muy derechas, todos a una mano, y no barriga, salvo muy bien hecha... y muy lindos cuerpos de hombres".
En cuanto al segundo tipo de indio que encuentran los españoles, se nos dice: "Cuanto a la hermosura, decían los cristianos que no había comparación, así en los hombres como en las mujeres, y que son blancos más que los otros, y que entre los otros, vieron dos mujeres mozas tan blancas como podían ser en España".
- Los nativos son lozanos: "Y todos los que yo viera eran mancebos, que ninguno vide de más de treinta años", como si aquellas tierras fueran un Jordán o sus aguas el elixir de la eterna juventud.
- Los nativos son pacíficos y cándidos: "Esta gente es muy mansa y muy temerosa... sin armas y sin ley... Ellos no traen armas ni las cognoscen, porque les mostré espadas y las tomaban por el filo y se cortaban con ignorancia... gente farto mansa... gente muy simplice en armas... porque son la mejor gente del mundo y más mansa", siendo además "de muy dulce conversación".
- Los nativos son generosos e inocentes: "... y nos traían cuanto en el mundo tenían... y todo con un corazón tan largo y tan contento que era maravilla... porque lo mismo hacían y tan liberalmente los que daban pedazos de oro como los que daban la calabaza del agua. Y fácil cosa es de cognoscer cuándo se da una cosa con muy deseoso corazón de dar... ", "No puede creer que hombre haya visto gente de tan buenos corazones y francos para dar y tan temerosos, que ellos se deshacían todos por dar a los cristianos cuanto tenían, y en llegando los cristianos, luego corrían a traerlo todo". El hecho de que tanta magnanimidad y desprendimiento se debiera, entre otras cosas, a que "creían el almirante y toda su gente haber venido del Cielo" no resta un ápice a su espíritu de largueza.
Desde este punto de vista no sólo se puede calificar a los indios como auténticos cristianos, a despecho de no haber sido aún cristianados, sino además concederles el ser más cristianos que los propios cristianos. Dice San Pablo que la caridad "no busca su propio interés" (1Co, 13, 5) y persigue la comunión de bienes: "poner todo en común" (Hch, 4, 32). Así pues:
- Los nativos son cristianos sin saberlo, como Monsieur Jourdain hablara en prosa sin haberlo sospechado siquiera: "... todos de muy singularísimo tracto amoroso y habla dulce... muy lindas costumbres... son gente de amor". Desconocen la codicia: "... no hay mejor gente ni mejor tierra.... tanto son fieles y sin codicia de lo ajeno... Ellos aman a sus prójimos como a sí mismos".

- Los nativos son francos: "... con tan franco corazón que era maravilla", "...que cuanto le piden, dan con la mejor voluntad del mundo, les parece que pidiéndoles algo les hacen gran merced".
- Los nativos son risueños: "... tienen un habla la más dulce del mundo y mansa, y siempre con risa".

b) ¿Cómo es el clima?

- Templado, benigno, primaveral, paradisíaco.
"... que era placer grande el gusto de las mañanas, que no faltaba sino oír ruiseñores... y era el tiempo como abril en el Andalucía... los aires eran muy dulces y sabrosos... tornó a ventar muy amoroso... los aires eran como en abril en Castilla, cantaba el ruiseñor y otros pajaritos como en el dicho mes en España, que dicen que era la mayor dulzura del mundo. Las noches cantaban algunos pajaritos suavemente."
- Las tierras son un vergel.
"... en toda Castilla no hay tierra que se pueda comparar a ella en hermosura y bondad", "Dice que todo era tan hermoso lo que vía, que no podía cansar los ojos de ver tanta lindeza, y los cantos de las aves y pajaritos", "... halló una ribera de agua muy hermosa y dulce, y salía muy fría por lo enjuto della. Había un prado muy lindo y palmas muchas y altísimas", "... montañas altísimas muy hermosas, y no secas ni de peñas, sino todas andables y valles hermosísimos y así los valles como las montañas eran llenos de árboles altos y frescos, que era gloria mirarlos", "... se detenía más de lo que quería por el apetito y deleitación que tenía y rescebía de ver y mirar la hermosura y frescura de aquellas tierras", "... debajo del sol no me parece que las pueda haber mejores en fertilidad, en temperancia de frío y calor, en abundancia de aguas buenas y sanas", "... toda ella verde qu'es placer de mirarla", "... están huertas de árboles las más hermosas que yo vi e tan verdes y con sus hojas como las de Castilla en el mes de abril y mayo y mucha agua" (ténganse en cuenta que Colón arriba a las Indias un doce de octubre y parte de ellas a mediados de enero, esto es llega en pleno otoño y marcha en pleno invierno. Allí, sin embargo, en aquellas tierras vírgenes, es primavera y, por tanto, es siempre primavera, es la eterna primavera, "como por mayo en Castilla... por su templanza".

c) ¿Cómo es la mar?

- Amistosa, en bonanza constante, e incluso mitológica.
"... la mar llana como un río"
"... (el Almirante) dijo que vido tres serenas que salieron bien alto de la mar", si bien, con decepción, añade: "pero no eran tan hermosas como las pintan, que en alguna manera tenían forma de hombre en la cara".

d) ¿Cómo es la fauna?

"... (peces) de las más finas colores del mundo, azules, amarillos, colorados y de todos colores, y otros pintados de mil maneras. Y las colores son tan finas que no hay hombre que no se maraville y no tome gran descanso a verlos..." En ningún momento se habla de animal ponzoñoso o de alimaña. Es todo tan edénico que ni siquiera ladran los perros. Como diría luego, con cierta bronquedad, no sé qué otro conquistador o cronista de Indias, "no ladran ni aunque los maten". Habrá más, aunque Colón aún no pueda ni sospecharlo siquiera, y es que las abejas de América no pican, compartiendo con los naturales humanos la mansedumbre y la "largueza hidalga".

En definitiva, ¿se trata pues del Paraíso? Sí, es el Paraíso. "... pero pasadas las Islas Canarias siempre halló los aires y la mar con gran templanza. Concluyendo, dice el Almirante, que bien dijeron los sacros teólogos y los sabios filósofos qu'el Paraíso Terrenal está en el fin del Oriente, porque es lugar temperadísimo. Así que, aquellas tierras que agora él había descubierto, es el fin del Oriente".

Y es que hemos visto cómo hombres y mujeres van desnudos en su entrañable y casi conmovedora inocencia, cómo son donosos, lozanos y bien agestados; cómo son generosos, largos, dadivosos; cómo son ingenuos y muy mansos; cómo allí reina, templada y amorosa, la sempiterna primavera; cómo los paisajes son limpios y verdes, los aires claros, las tierras viciosas; en ningún momento se nos habla de bestias feroces y amenazadoras. No, no hay pecado original. No hay pecado alguno. Sólo belleza, ociosidad, abundancia y juventud. Jardín del Edén. ¿Quién querría abandonarlo? "... que es tierra la mejor e más fértil y temperada y llana y buena que haya en el mundo... ni me sé cansar los ojos de ver tan hermosas verduras y tan diversas de las nuestras... vino el olor tan bueno y suave de flores o árboles de la tierra, que era la cosa más dulce del mundo... y el cantar de los pajaritos, que parece que el hombre nunca se querría partir de aquí".

En el tercer viaje del Almirante parece ya que la cosa no admite dudas: "...yo muy asentado tengo en el ánima que allí adonde dije es el Paraíso Terrenal..." No sólo eso sino que además el Paraíso queda fuertemente erotizado. Contradiendo el carácter esférico que Tolomeo atribuye al mundo, Colón halla que éste "no era redondo... que es de la forma de una pera que sea toda muy redonda, salvo allí donde tiene el pezón, que allí tiene más alto, o como quien tiene una pelota muy redonda y en lugar de ella fuese como una teta de mujer allí puesta, y que esta parte de este pezón sea la más alta e más propincua al cielo...". Se trata de la costa venezolana actual, que el almirante bautizó dichosamente como "Tierra de Gracia" y donde halló, en pleno mes de agosto cuando en España el calor es insufriblemente tiránico y todo se encuentra agostado y como arrasado, "temperancia suavísima y las tierras y árboles muy verdes y tan hermosos como en abril en las huertas de Valencia"; en cuanto a los naturales, son "de muy linda estatura y blancos más que otros que haya visto en las Indias (ya sabemos por las anteriores citas la importancia que Colón, hombre de su tiempo y partícipe del canon de belleza correspondiente, otorga a la blancura de la piel), e los cabellos

muy largos e llanos, e gente más estuta e de mayor ingenio e no cobardes", o sea adornados de virtudes tanto físicas como morales. Tras una serie de disquisiciones, razones, reflexiones y contraargumentos a las autoridades paganas consideradas indiscutibles hasta sus viajes, Colón, tras constatar que "certificadamente" no ha hallado jamás "escritura de latinos ni de griegos" que "diga el sitio en este mundo del Paraíso Terrenal", pero inclinándose, siguiendo en ello a santos y teólogos, por que esté en el Oriente, declara que la tierra que acaba de descubrir no sea otra que la del Paraíso Terrenal, o cuando menos sus alrededores, su "periferia" por cuanto al Paraíso Terrenal "no puede llegar nadie, salvo por voluntad divina". Como Colón ha arribado a la desembocadura del Orinoco, de la confluencia y vecindad -que tanto atrae su atención y confunde su espíritu- de tan gran cantidad de agua dulce con la salada, así como de la "suavísima temperancia" del clima, Colón concluye que "grandes indicios son éstos del Paraíso Terrenal" y apoya su afirmación en cuanto al respecto han dicho y escrito "santos e sanos teólogos" por ser las señales que ellos dan conformes a las características físicas que él encuentra en aquel nuevo mundo.; tanto es así que, amparado por las autoridades de los doctores y exégetas cristianos más prestigiosos, Colón afirma con seguridad que, como ya se citó más arriba, "yo muy asentado tengo en el ánima que allí donde dije es el Paraíso Terrenal".

Insistamos, como por otra parte insiste Colón, en la erotización morfológica - envoltorio físico de la erotización psíquica- del Paraíso Terrenal, por ser algo que hace al caso e importa mucho a este estudio. Escribe el Almirante: "Yo no tomo que el Paraíso Terrenal sea en forma de montaña áspera... salvo que él sea en el colmo allí donde dije la figura del pezón de la pera y que, poco a poco, andando hacia allí, desde muy lejos se va subiendo a él; y creo que nadie no podría llegar al colmo como yo dije, y creo que pueda salir de allí esa agua". Añade luego que si tal cantidad de agua no procediera del Paraíso Terrenal, procedería "de tierra infinita", es decir de algo que es también sobrenatural y que escapa a lo ordinario y a la comprensión de la razón humana. En cualquier caso, se trata, por un lado, de un lugar altamente feminizado por su forma de pecho rematado por el pezón y prometedor por tanto de dicha, así, como por otro lado, fecundamente genésico por ser la fuente de tanta agua, de tanta vida. Colón: "La Sacra Escritura testifica que Nuestro Señor hizo al Paraíso Terrenal y en él puso el árbol de la vida, y de él sale una fuente de donde resultan en este mundo cuatro ríos principales: Ganges en India, Tigris y Éufrates en (aquí vacío en el texto original) los cuales apartan la sierra y hacen la Mesopotamia y van a tener en Persia, y el Nilo que nace en Etiopía y va a la mar en Alejandría". "Vida", "árbol de la vida" y agua, avenidas y avenidas de agua.

Conquistadores posteriores, aún en medio de grandísimas tribulaciones y envueltos en las refriegas y tráfigos de la guerra, no dejarán de ponderar lo "paradisíaco" de parajes y elementos exóticos. Así, Bernal Díaz del Castillo, soldado de Hernán Cortés, escribe: "Hay en este pueblo la mejor agua que habíamos visto en la Nueva España (México), y un árbol que en mitad de la siesta, por recio sol que hiciese, parecía que la sombra del árbol refrescaba el corazón y caía de él uno como rocío muy delgado que confortaba las cabezas"; abundando en ello, Gonzalo Fernández de Oviedo, a propósito del "hobo" (¿era éste el árbol que describiera Bernal?), escribe: "Los hobos son árboles muy grandes y muy

hermosos y de muy lindo aire, y sombra muy sana...y es el mejor árbol que en aquellas partes hay para dormir debajo de él, y no causa pesadumbre a la cabeza..."

Pues bien, hoy en día el turismo nos depara el Paraíso por un precio relativamente módico y aunque sólo sea de forma efímera.

La publicidad sabe, tan bien como el arte, que el mejor reclamo es siempre el sexual, el de la belleza, y así colocará hermosas mujeres, ya sea como visitante risueña y feliz -la mujer occidental en tierras exóticas-, la turista; ya sea como pródiga nativa que acoge, risueña y feliz también, al visitante.

Hispanoamérica y, en especial, Brasil, Cuba y el Caribe en general, representan la mejor y más consagrada imagen y plasmación de ese Edén que el avión y el aumento del nivel de vida general de la población (al menos hasta ahora) ponen al alcance de muchísimos.



BIENVENIDO A IBERCUBA

En **Ibercuba** queremos que descubras la esencia de Cuba con nosotros.

Gracias a nuestra experiencia programando viajes, te ofrecemos la máxima garantía y confianza. Contamos con oficina y personal propio en destino para que conozcas de primera mano lo más interesante de Cuba. Te proponemos una amplia variedad de alojamientos, excursiones y vuelos en las compañías más importantes, para que tu sólo tengas que preocuparte de disfrutar las mejores vacaciones.

ÍNDICE

Información general	2
Introducción a Cuba	10
Excursiones opcionales	12
La Habana	13
Vieques	25
Cayo Guillermo	41
Cayo Coco	42
Cayo Largo	43
Cayo Santa María	44
Santiago de Cuba	46
Guantánamo	47
Combinados y Circuitos	48
Información de vuelos	57
Notas importantes	58
Seguro de viaje	59

IBERCUBA

El anuncio de Ibercuba no puede ser más sencillo, entre otras cosas porque no necesita complicación alguna. Contiene todos los elementos, poquísimos, que precisa el mensaje para seducir y crear el deseo de viajar al Edén: playa, fina arena y palmeras (anunciadas por una palma y su sombra), mar acogedora, sugerida ya que no vista, sol y, claro está, la bella modelo, que es, aquí, turista bronceándose, embelleciéndose, rejuveneciéndose, rodeándose de dicha a miles de kilómetros de su ciudad, hostil, y de su meteorología, acerba. Es tan sencillo el mensaje, requiere de tan poco que incluso es posible que la foto se haya tomado en un estudio.

En el anuncio de El Corte Inglés, todo se ha reducido al mínimo imprescindible: apenas cielo, apenas mar, un poco de arena, en disposición horizontal y en perspectiva casi plana, como en una pintura constructivista o rothkiana. La modelo es indiscutible y exclusiva protagonista: tumbada directamente sobre una arena que no mancha ni se pega pues entre

otras cosas la modelo no transpira (ya que hay que obviar todo aspecto excesivamente fisiológico y toda incomodidad), en decúbito supino y en la mano una bebida exótica, de color rojo, el mismo que el de su bikini, siendo el rojo el color de la pasión, del amor ardiente y ardoroso, que no sudoroso, como se ha hecho notar.



En el anuncio siguiente, encontramos también la playa, el exotismo del Brasil costero y el magnífico cuerpo perfilado de la modelo nativa, espigada, de salvaje y marcadísima ensilladura lumbar, como una pródiga palmera invitándonos al viaje y al deleite.

Como mascarón de proa, ufana, la turista se ofrece al sol en la límpida mañana, bajo, en palabras de José Alfredo Jiménez, "un cielo más que azul".



En este anuncio, "Como fruto dorándose al sol", incluso llega a prescindirse del mar y de la palmera. Basta el cielo iluminado y la modelo aspirando un aire de bendición, como fruto venturoso y radiante ofreciéndose al sol.

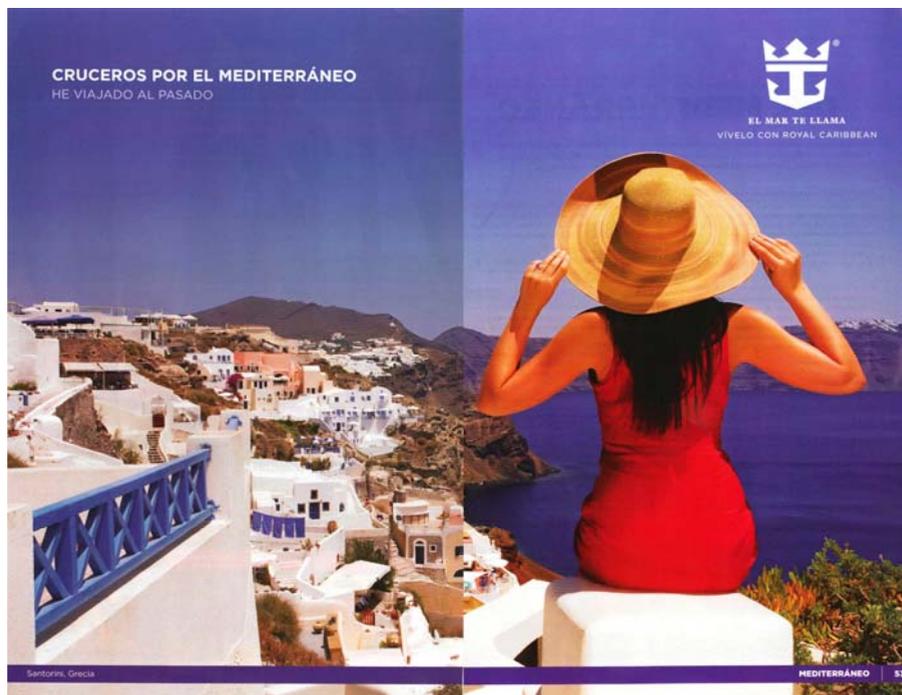
Cuando -y ruego se me disculpe el hablar de mí, pero es que cuanto voy a decir hace al caso; no se debe a razones de egolatría- imparto algún cursillo o taller de alguna disciplina teatral, suelo acabar cada día de trabajo con una sesión de relajación, siguiendo el método de relajación muscular progresiva de Jacobson, integrando en él elementos del de Schultz ("entrenamiento autógeno") y algunos otros de "estimulación respiratoria y propiocepción". En el tramo final, se invita a los "relajados" a imaginar una situación física de paz y dicha, de placer y de felicidad, empleando para ello el adjetivo "paradisiaco". Al acabar,

suelo preguntar qué se ha imaginado. Mayoritariamente -raras son las respuestas que no se ajustan a este "guión de coordenadas arquetípicas"- se han evocado la playa y la mar en calma, el tiempo tibio o caluroso, las vacaciones y, en algunos casos, lo que se podría llamar "suspensión de la conciencia".

En Europa también tenemos nuestro edén. Es el Mediterráneo. Tras la Segunda Guerra Mundial, con la elevación del nivel de vida de las poblaciones, los distintos desarrollismos y la consagración definitiva de las vacaciones pagadas, surge, en la incipiente sociedad de consumo, el turismo de masas y, con ello, el abaratamiento de transportes y estancias. Y así lo que hasta entonces era privativo de la burguesía -en España, las estancias en San Sebastián y Zarauz, por ejemplo- e incluso de algunos países -la Promenade des Anglais, en Niza- pasa paulatinamente a democratizarse y a estar al alcance de muchos.

El verano en la costa mediterránea. Luz, calor. Tanto que nos permite ir casi desnudos, otorgándonos así una elevadísima sensación de libertad, aproximándonos a nuestros primeros padres. Mar amigo. Ruralidad, y por tanto cronológica, psíquica y míticamente lugares bien próximos al Paraíso. Vacaciones. Hotel y playa. Ociosidad. Platos de la tierra. Pescado recién sacado de la mar, arroz, pasta, frutas frescas. Vino.

Urge la creación y teorización del turismo como disciplina económicamente necesaria. El turismo representa un valor de primer orden en la entrada de divisas de los países costeros. Se estudia e investiga en turismo como quien investiga en sociología, o más incluso pues sus beneficios son más pronto y más tangibles. El turismo es además muchas cosas: sociología, psicología, estadística, geografía, filología, arte. Surge el Ministerio del Turismo, independizado del de Hacienda o Economía. Es para algunos países, sureños, mediterráneos, claro está, la primera fuente de ingresos. Las autoridades, para su fomento, crean, entre otras cosas, festivales de canción ligera como elemento publicitario. En España, el de Benidorm y el de Palma de Mallorca. En Italia tiene lugar el más importante, que es por otra parte el decano de todos ellos: el de San Remo. Se trata de ensalzar el clima, la acogida calurosa de los naturales del lugar afortunado, objeto de la elección del turista, el ritmo calmoso de la vida, el *dolce far niente*, la diversión despreocupada, los parajes y el paisaje bienaventurado, tal y como se nos muestra en el anuncio de la isla griega de Santorini: luz, cielo de azul intenso, mar en reposo como un lago, casas blancas, paz y dicha. ¿Es ella nativa o visitante? Puede ser ambas. En cualquier caso es imagen del verano indolente, de las vacaciones felices.



Otro tanto puede afirmarse del fenómeno de la "canción del verano" que constituye una auténtica trivialización, para consumo de masas adocenadas, de los parámetros edénicos. Canta, por poner un ejemplo, Marta Sánchez en "Arena y sol" (ya el título sigue banalmente la estela de la canción de Gino Paoli, "Sapore di mare", que se comentará más abajo) todos los tópicos del viaje o la estancia ideales, tal y como nos los venden en las agencias de viajes: verano, vacaciones, playa, sol, descanso, diversión y al final el amor (el sexo), efímero (la típica relación de verano, que no compromete) o no. "El deseo pone libertad / en el esplendor de los cuerpos. / Tú me besas con sabor a sal, / con sabor a sal yo te beso. / Lentamente, suavemente. / Arena y sal , / el mar azul, /contigo yo, / conmigo tú . / Espuma blanca, /dorado amor / de arena y sol. /La marea canta su canción / una sensación de aventura. / Y caemos en la tentación / de hacer más locuras. / Bajo un cielo como fuego". Se trata de una clara y bastante pobre invitación al amor y al sexo y así encontramos "la libertad" (entiéndase "libertad sexual"), el "esplendor de los cuerpos" (cuerpos clonados operados y de anabolizantes), "espuma blanca" y "dorado amor" en clara alusión simbólica al esperma, "la marea" que es el vaivén coital de los cuerpos, "el cielo como fuego" (el fuego del sexo), "la sensación de aventura" (entiéndase aventura sexual, sin consecuencias y sin compromisos posteriores), la "tentación" y la "locura" (sexual), señuelos de lo que Pasolini denunciaba como "l'obbligo del sesso" en nuestra sociedad de consumo que desvirtúa y achabacana lo sacro y lo misterioso del amor y del sexo.

Festival de San Remo 1963. Gino Paoli canta "Sapore di sale". Una obra maestra de la "canción ligera". En la playa se expresa el amor, cifrado en la piel que sabe a sal, los labios acogedores, el abrazo y el beso que culmina el proceso. Allí, en aquella playa, en aquel lugar, no se trabaja, uno se abandona a la indolencia, a la voluptuosa pereza ("qui il tempo è dei giorni che passano pigri", "aquí el tiempo es de los días que pasan perezosos"). Aquella playa representa la inocencia confiada, opuesta al mundo del trabajo, con sus obligaciones, sus tribulaciones, su invierno y su frío, esa realidad gris que hay que alejar de nuestras mentes: "lontano da noi / dove il tempo è diverso, / diverso da qui" ("lejos de nosotros / donde el tiempo es distinto / distinto de aquí"). Aquí, en esta playa, la holganza es tal que, como la modelo de El Corte Inglés, las cosas se ven y sienten desde la horizontalidad, supina o prona: "ti vieni a sdraiare... nella sabbia e nel sole... ti lasci cadere così nella sabbia" (vienes a tumbarte... en la arena y en el sol... te dejas caer en la arena"). Es como si, por efecto del sol, de la tensión que baja al nivel del mar, del sosiego, del tiempo de reposo y pausa que uno se otorga en vacaciones, el protagonista hubiera renunciado, o al menos puesto en sordina, su intelecto y raciocinio y se dedicase sólo a sentir epidérmicamente, como un Meursault, pero sin consecuencias trágicas ni circunstancias de absurdo vital; sí, a sentir casi exclusivamente, a abandonarse al sol, a la brisa, al agua y a la sal, a vegetalizarse ("e rimango da solo / nella sabbia e nel sole", "y permanezco solo / en la arena y el sol"), e incluso el amor -que no puede faltar en una canción de estas características- es también letargo, sin convulsiones, sin sacudidas, con la sal como símbolo de la felicidad ("sois la sal de la Tierra"), coronando las sensaciones edénicas al borde del mar, que es viaje, invitación e incitación a un mundo nuevo, a una vida distinta, plena y feliz. "Sapore di sale, / sapore di mare, sapore di te" ("Sabor de sal, / sabor de mar, sabor de ti")

Hay más y es una cierta divinización de nuestras personas. En efecto, la mar, el regular y débil oleaje, el repetido morir hipnótico de las débiles aguas en la monotonía sedante de la arena, el sol que parece abolir la voluntad y el pensamiento, todo ejerce de adormidera sacra. Entonces ella, tú, "esci dall'acqua" ("sales del agua") y la imaginación, quizá exaltada pues la inteligencia permanece bajo efluvios de sopor, nos presenta a Afrodita surgiendo de las olas, *bagnata*, fresca, monumental. Y esta Afrodita, la diosa del amor y la belleza, se tumba junto a nosotros: "e ti vieni a sdraiarti / vicino a me" ("y vienes a tumbarte / junto a mí"). Se ha obrado el prodigio. También nosotros somos, en gran parte, dioses e inmortales. Lo efímero, lo sujeto a corrupción, ha quedado conjurado, aunque sólo sea, como ocurre con el beso, "e mentre ti bacio" ("y mientras te beso"), por unos segundos, sí, pero paradójicamente eternos.



EN EL HORIZONTE
Jersey de lana de punto
grueso, de Knitbrary
(8,50 €); y braguita de
biquini, de Emporio
Armani Beachwear
(ver precio); y
pendientes de Suárez
(ver precio).

ÍNDICE

PRIMERA PARTE: LA AÑORANZA DE LA BELLEZA (Arte, moda y publicidad)

A) TIERRA DE ASILO PARA LA BELLEZA

A 1. La modelo	9
A 2. Arte y Publicidad	12
A 3. Algunos ejemplos de "Belleza en la publicidad"	15
A 4. La nostalgia de la perspectiva	30

B) MORFOLOGÍA Y PSIQUE DE LA MODELO

B 1. El físico de las modelos	33
B 2. La belleza tísica	45
B 3. La vampiresa	51
B 4. Temperamento de la modelo	56
B 5. La ansiedad generada por la modelo	57
B 6. Una perogrullada, pero que ha de ser señalada	59

Un alto y un resumen	60
-----------------------------	-----------

C) LA MODELO, RECEPTÁCULO DE LA "CULTURA DEL INCONSCIENTE"

C 1. El desnudo	62
C 2. La aventajada estatura - nuevas consideraciones	66
C 3. El talle	68
C 4. La cabellera	69
C 5. Imperfecciones	74
C 6. Homosexualidad	77
C 7. Perversiones (travestismo)	86
C 8. Perversiones (sado-masquismo)	94

C 9. Ambigüedades	99
C 10. El vestido	105
C 11. Algo más sobre desnudarse y vestirse	110
C 12. Esther	116
C 13. El antifaz	116
C 14. El pie y el calzado	117

Resumen, deducciones y conclusiones de la parte C

El desnudo	126
La modelo	127
Caracteres sexuales secundarios	128

EPÍLOGO: ANTES DEL PECADO ORIGINAL	129
---	------------

