

Rafa Euba

Consultant and Senior Lecturer in Psychiatry

Londres

146

ESTE LIBRO ES COSA DE HOMBRES

Una guía psicológica para el hombre de hoy

Crecimiento personal
C O L E C C I Ó N

Serendipit 

Desclée De Brouwer 

ÍNDICE

PARTE I: EL ORIGEN DE NUESTROS PROBLEMAS	11
1. No es fácil ser hombre	13
2. Un poco de historia	23
3. Lo que han dicho otros	35
PARTE II: PROBLEMAS Y SOLUCIONES	41
Tenemos que perder los papeles	43
1. La guerra (y la agresión)	47
2. El conquistador	77
3. Empezar la relación	97
4. La relación ya establecida, y cómo sobrevivirla.	123
5. Padre	155

ESTE LIBRO ES COSA DE HOMBRES

6. El hombre en el trabajo	173
7. La salud mental.....	199
8. El hombre en el mundo	215
Conclusión	237



I

EL ORIGEN DE NUESTROS PROBLEMAS

1

NO ES FÁCIL SER HOMBRE

Gustavo, la rana de Barrio Sésamo, decía en su canción más famosa que no es fácil ser verde. No me cabe duda de que es verdad. No es fácil “*ser*” nada, ni siquiera rico, o guapo, y menos verde, claro. No estoy seguro de que ser hombre sea más difícil, o más fácil, que ser otras cosas, como por ejemplo mujer. Pero en este libro nos vamos a centrar en las ansiedades específicas que tiene que soportar el hombre de hoy en día, que son muchas y muy complicadas, y en cómo encararlas con éxito. Los problemas que afectan a la mujer de hoy en día también son numerosos; de hecho son tantos y tan dignos de reseña que bien merecen otro libro, o varios. Pero aquí vamos a hablar sólo del hombre y de sus sufrimientos.

Ser hombre no tiene, en principio, un mérito especial. La mera presencia en nuestras células del cromosoma “*Y*”, que es muy pequeñito y enclenque, y parece como que le debe de faltar un trozo, determina que uno sea hombre. Es fácil comprobar si un individuo dado es varón o hembra: basta con observar si la persona en cuestión tiene “testigos” de su masculinidad o no, que es



lo que la palabra “testículo” quiere decir literalmente. Si los tiene, es varón; si no, no. De todas las cosas horribles que se podrían decir de Adolf Hitler, no deja de ser curioso que alguien sintiera la necesidad de inventar la leyenda de que Hitler tenía sólo un testículo. Tenía dos, pero en la cultura popular, calificarle de genocida y asesino, o de haber provocado la mayor carnicería en la historia de la humanidad, no era suficientemente trascendente. Para destruir su imagen completamente, para derrotarle de verdad, había que negarle su masculinidad. Había que restarle un testículo¹.

Hemos comenzado diciendo que ser hombre no tiene mucho mérito, y sin embargo usamos la expresión “hacerse hombre” para denotar un logro, aquél de llegar a ser una persona independiente, o decimos que alguien se ha “comportado como un hombre”, para describir una acción valiente y decidida, propia de “un hombre”. Lo que nos lleva a concluir que lo que es fácil es ser varón en el sentido biológico, o macho (aunque esta palabra también tenga connotaciones complicadas), mientras que lo de “ser hombre” es algo que uno debe ganarse con esfuerzo y gallardía, una cualidad que debe adquirirse, una meta.

Dice le socióloga americana Camille Paglia que la mujer sencillamente *es*, pero el hombre *se hace*. También dice que la masculinidad se adquiere cuando el hombre se rebela contra la mujer, y que sólo la pueden confirmar otros hombres.

Un anuncio de televisión nos muestra un hombre conduciendo un coche corriente. Es de noche, pero vemos que el conductor es muy guapo, de unos cuarenta años, y no parece español, que

1. Según esta leyenda, que parece tener poco rigor histórico, Hitler perdió un testículo en la batalla del Somme en la Primera Guerra Mundial.



es lo normal en los anuncios españoles. En el asiento del pasajero viaja una rubia también muy guapa, que le mira al conductor con deseo lujurioso. El coche va muy rápido, porque es éste un hombre agresivo y con prisa de llegar a algún sitio, un hombre de éxito, que sabe cómo conseguir lo que quiere. En la siguiente toma, la pareja se besa con pasión en una playa y sobre el capó del coche, que a pesar de todo sigue siendo bastante corriente (un polivalente anodino). Poco después, las sonrisas serenas de él y de ella nos dan a entender que sus impulsos eróticos han sido satisfechos. Llegan por fin a casa, la de los dos, y les reciben un niño, una niña, y un perro grande. El mensaje del anuncio es que uno puede tener un coche familiar práctico, que también se pueda comportar como un deportivo, y que además no cueste un pico. Es decir, que uno puede ser un hombre de familia, inofensivo y de mediana edad, y a la vez ser atractivo, impulsivo, sexualmente poderoso, y atrevido. El hombre ideal: autónomo, en control, agresivo, pero a la vez fiable y buen proveedor para la familia. La mujer de este anuncio es puramente accesorio, claro.

Si se tratara de un anuncio de un coche urbano pequeñito, de diseño *chic*, la conductora sería joven y sofisticada, pero sobre todo independiente. El coche la llevaría a una cita en una oficina en el centro de la ciudad, y después a almorzar con su amiga en la terraza de una cafetería. Algún que otro hombre guapísimo la miraría sonriendo y con admiración, pero en este anuncio los hombres serían puramente accesorios.

Vivimos en una sociedad sexualizada (siempre lo ha sido, pero ahora quizá lo sea incluso un poco más), en la que se espera que cumplamos el papel que se atribuye a nuestro género. Como pasa con otras expectativas sociales, nosotros somos sólo parcialmente conscientes del papel sexual que debemos desempeñar,



pero nos lo creemos muy profundamente. El hombre del coche polivalente con ambiciones deportivas y la chica del cochecito francés no tienen problemas de identidad sexual. Los dos saben a dónde van y lo que se espera de ellos. Tienen confianza no sólo en las prestaciones y características de sus automóviles, sino sobre todo en su capacidad de alcanzar un éxito abstracto y coherente con su género, así como en su habilidad de generar deseo sexual en otros.

Cuando los hombres eran hombres...

Los papeles sexuales ya no nos vienen dados de una manera obvia; nos los tenemos que diseñar nosotros, por lo menos en cierta medida. Por una parte, miramos con nostalgia el mundo pasado de las películas en blanco y negro, en las que los hombres eran hombres, y las mujeres, mujeres. Ingrid Bergman y Humphrey Boggart no tuvieron que luchar con la confusión de valores del mundo actual. En Casablanca, Bergman debía ser apasionada y leal a su hombre, mientras que Boggart debía ser valiente, heroico e independiente. Y decir cosas ingeniosas y un poco amargas en frases cortas (*"We'll always have Paris"*). Y beber y fumar un poco demasiado.

El feminismo se inventó un poco más tarde, cuando el cine ya se veía en color, aunque las películas de James Bond de los años setenta, por ejemplo, no fueran exactamente estandartes de corrección política en su tratamiento del papel femenino. Bond era, entonces más que ahora, una caricatura del hombre ideal, una abstracción extrema de la virilidad, un héroe de tebeo. Tan valiente que no parecía ser fisiológicamente capaz de sentir ansiedad, tan seguro de sí mismo que no podía albergar dudas, tan



atractivo para las mujeres que éstas (en general también un poco ligeras de cascos, la verdad) insistían en metérsele en la cama incluso cuando Bond tenía cosas mejores que hacer. Su mera presencia, su manera de salir del Aston Martin, de pedir un cóctel en el bar, de hacer un chistecillo, eran provocaciones eróticas irresistibles incluso para la mujer más casta, virtud ésta que de cualquier manera no abundaba en aquellas películas.

Hoy en día, la definición del hombre ideal es bastante difusa, lo que en cierta manera es una cosa buena, porque ofrece un grado de flexibilidad para los que de otra manera no podrían satisfacer un canon rígido de virilidad. Así que el hombre ideal de hoy no tiene que ser necesariamente como James Bond, o como un héroe de la antigüedad; quizá la figura de Indiana Jones sea más cercana a lo que se espera del hombre ideal, o por lo menos del soltero ideal: un hombre guapo sin edad definida, intelectual y atlético, con pocas ataduras, pero con valores morales y coraje.

Pero nosotros, los hombres, tenemos tres problemas: el primero (y más obvio) es que no es fácil parecerse a Indiana Jones; el segundo es que incluso siendo Indiana Jones uno no tendría la garantía de haber alcanzado el nirvana de la masculinidad (¿cuánto ganaba trabajando de profesor?, ¿sería buen padre? –el suyo no lo fue, después de todo–) y el tercero es que ni siquiera estamos seguros de que debemos intentar parecernos a Indiana Jones; después de todo, hay muchos otros modelos de hombre que uno podría tratar de emular. Quizá el médico de *Médecins Sans Frontières*, el futbolista, el cura de pueblo, o el vecino de enfrente, en su heroísmo familiar y cotidiano, ofrezcan una imagen más atractiva del hombre que queremos ser.



El Hombre Tradicional *versus* el Hombre Moderno

Los desafíos a los que se enfrenta el hombre actual se suelen resumir en una dicotomía un poco simplista: la de tener que elegir entre ser un hombre tradicional, masculino, fuerte, y parco en palabras, para así obtener el respeto de los hombres, o como alternativa, ser un hombre “moderno”, a quien no le asusta mostrar sus emociones y compartir las tareas del hogar, para así obtener el respeto de las mujeres.

No podemos evitar que la vida nos imponga limitaciones, pero no debemos permitir que nuestro género nos imponga además restricciones innecesarias y adicionales. Así que está bien que nos interesen las cortinas, hacer encaje, o el cómo cocinar *crème brûlée*. Pero que conste que también es perfectamente legítimo que nos interesen la Liga, las carreras de camiones, o el querer saber cómo funciona un carburador. No tenemos que elegir entre el hombre tradicional y el moderno, simplemente porque no existe una necesidad real de que el hombre que lleguemos a ser, la persona con nuestro nombre y apellidos, sea sobre todo, y antes que nada, hombre. Si nos quitamos el asunto del género de en medio, la tarea de ser una persona nos resultará un poquito menos ardua. En esto, no hay, o por lo menos no debería haber, preceptos establecidos.

El tema del sexo

El sexo es, como siempre, un poco más delicado. Tradicionalmente, las conquistas sexuales contribuían a aumentar el caché del hombre que las infligía, y a disminuir el de su “víctima”. O sea, el mismo comportamiento mejoraba el valor de él como



pareja potencial, y disminuía el de ella. Las cosas han cambiado con los años, pero este fenómeno todavía persiste en cierta medida. Se espera del hombre que sea expansivo en sus horizontes sexuales, que se comporte como un macho en el reino animal, esforzándose en esparcir su semilla en el mayor número de recipientes posible. Este macho tiene colores en sus plumas (o sea, es guapo y tiene un coche bonito), tiene confianza en sí mismo y muestra su fortaleza y valentía en alardes innecesarios frente de otros machos, y no parece tener mucho instinto paternal. Si es de verdad muy macho, ni siquiera se enamora, y consigue dissociar el sexo de la ternura. Y si es de verdad muy, muy macho, no usa los intermitentes en el coche, pero esa es otra historia.

Lo malo de todo esto es que la vida en la selva es muy difícil y muy desagradable. Imagínese el lector a un hombre que *sí* se enamora, pero que no tiene muchos colores en sus plumas. Va a sufrir mucho. Otra posible víctima es la chica que sucumbe a los avances sexuales del macho "alfa", pero después descubre que no es más que una conquista más, otro nombre en la lista. Incluso el mismo macho alfa, en su existencia peligrosa y esforzada, será víctima también de la cultura de la selva; este semental también perseguirá a la mujer que le huye, y en su afán de conquistar a todas, no sabrá cómo establecer una relación duradera con sólo una.

El autismo del hombre

Hay un factor común, un tema recurrente en el carácter y comportamientos típicamente masculinos, que a veces resulta ventajoso, pero que otras muchas veces nos crea problemas muy significativos. Este factor común es el "autismo", en su acepción



más ancha. El varón es más “autista” que la mujer, en el sentido de que tiene menos necesidad inmediata de relacionarse y de compartir sus sentimientos. Al hombre no le gusta mucho hablar por teléfono con sus amigos, y no parece importarle tanto lo que esté pasando en las relaciones sentimentales de otros, a diferencia de su compañera, a quien definitivamente sí le gusta mucho hablar por teléfono con sus amigos, muchas veces acerca precisamente de relaciones, tanto la suya como las de otros. La ventaja del varón “autista” es que este rasgo de su carácter le permite ser independiente. Quizá él mismo se vea un poco como Clint Eastwood en una de sus películas del Oeste, acaso como un caza-recompensas cabalgando solitario por el desierto de Arizona, un hombre cuyo pasado nunca llegaremos a conocer, de palabras monosilábicas y afecto seco, pero largo en decisión y valentía.

La desventaja del “autismo” masculino –o como quizá se diría en el lenguaje de la psicología popular actual, su falta de “inteligencia emocional”– es que ésta es una característica que merma la capacidad del individuo de trascenderse y de comunicar sus emociones, que no es una cosa buena. Al hombre le cuesta más la intimidad. Como dice John Gray en su excelente *best seller* “Los hombres son de Marte, las mujeres de Venus”, los hombres necesitan resolver problemas, y no encuentran un gran consuelo en hablar de ellos, a diferencia de las mujeres. También dice John Gray que los hombres sienten el imperativo de distanciarse intermitentemente para poder recobrar la intimidad con su pareja después. Así que este hombre se encuentra imbuido en sus problemas y alejado de otros, o sea, sólo y luchando con el mundo, como el viejo peleando con el mar en la novela de Ernest Hemingway. No es la mejor receta para la felicidad.

