

# **SOBRE EL EROS ENAJENADO: RELACIONES INTERPERSONALES Y TARDOCAPITALISMO**

MARÍA ARCONADA

## **SOBRE LA INMEDIATEZ**

No podemos hablar de inmediatez sin acudir al fenómeno de «expropiación del tiempo», por lo que los primeros párrafos irán referidos a este fenómeno.

Renán Vega <sup>297</sup> plantea cómo, en un principio, la expropiación de tiempo en el capitalismo industrial se encontraba aplicada de forma prioritaria a los obreros en la dimensión laboral: la concepción del tiempo como entidad concreta y derivada de la realidad material fue evolucionando hacia un entendimiento del mismo, más abstracto. Así, cuando esta concepción fue impuesta, los trabajadores «ya no luchaban

297. Vega, R.; *La expropiación del tiempo en el capitalismo actual*, 2012, Marxismo crítico.

298. Jappe, A., Kurz, R. y Ortlieb, C. P.; *El absurdo mercado de los hombres sin cualidades*, 2014, Pepitas de calabaza, Logroño, p. 86.

299. Vega, R.; *La expropiación del tiempo en el capitalismo actual*, *ibid.*, op. cit.

300. *Ibidem*.

contra el nuevo ritmo temporal —el del cronómetro— sino por el acortamiento del tiempo de trabajo, lo que indica que se había aceptado el nuevo ritmo temporal, abstracto y vertiginoso del capital».

Sobre el fenómeno de abstracción del tiempo, se remite al lector a un pasaje de Robert Kurz en *El absurdo mercado de los hombres sin cualidades*:

«La mayor parte de los instrumentos antiguos de medición del tiempo, como las clepsidras y los relojes de arena, no indicaban «qué hora es», sino que se ajustaban a quehaceres concretos, señalándoles el «tiempo justo», de manera tal vez comparable a aquellos relojitos de cocer huevos de hoy en día, que indican mediante una señal acústica cuándo el huevo está pasado y cuándo está duro. Aquí la cantidad de tiempo no es abstracta sino que está orientada por una cualidad determinada. El tiempo astronómico del trabajo abstracto, en cambio, es independiente de toda cualidad, permitiendo, por ejemplo, que el inicio de la jornada laboral se fije «a las seis de la mañana», con entera independencia de las estaciones del año y los ritmos del cuerpo»<sup>298</sup>.

Una vez asentada la expropiación del tiempo en la dimensión laboral, se generalizó el fenómeno al resto de ámbitos de la vida: «En el capitalismo actual la expropiación del tiempo de la vida se expresa, de manera paradójica, en la falta de tiempo. Esto es ocasionado por el culto a la velocidad, la aceleración de ritmos...»<sup>299</sup>.

Esta aceleración, de la mano del desarrollo de tecnologías y plataformas online da lugar a la presión de inmediatez en toda esfera, también en la relacional: «No queda tiempo para ocuparse de la presencia del otro. Desde el punto de vista económico, el otro debe aparecer como información, como virtualidad y, por tanto, debe ser elaborado con rapidez y evacuado en su materialidad»<sup>300</sup>.

Aplicado a la cotidianidad, esto se manifiesta en las expectativas que muchos usuarios mantienen al utilizar plataformas como Tinder o Bumble. Podríamos esbozar un esquema general de su uso<sup>301</sup>, sintetizado en: (1) Match, (2) Conversación de duración razonable, (3) Cita, (4) Evaluación de la cita, (5) Retorno/No retorno a la aplicación en función de la evaluación realizada. En el cuarto paso mencionado, en la decisión sobre volver a tener un encuentro con el otro, se valorará la «química» experimentada (complicidad, consonancia, puntos en común...). He aquí el problema: la complicidad, que no es más que una muestra de la armonía relacional fundamentada sobre el conocimiento del otro y del *nosotros*, se presenta como variable esperada en el primer, segundo, tercer, encuentro.

La expectativa, irreal y alimentada por diferentes productos narrativos<sup>302</sup>, se encuentra abocada al fracaso desde su primera generación: como generalidad, su ritmo no se ajusta a la naturaleza del fenómeno. En particular: la selección de la persona de la cita, conjugada con el tiempo invertido en la búsqueda y el convencimiento de cuán compatible percibes al otro, lleva aparejado un compromiso personal. Es decir, es más probable que invirtamos más interés y tiempo en esperar descubrir aspectos que sentencien la adecuación sexo-afectiva con alguien al que hemos seleccionado, que con otra persona a la que conocemos sin intervención personal alguna (*compañero de clase, amistad de amistad*).

No es sólo ya que se cuente, evidentemente, con la expectativa de éxito relacional a contrarreloj<sup>303</sup>, es que la persona ya se encuentra comprometida con dicho logro incluso antes de iniciar el contacto. Esta promesa da la mano a la motivación corrupta<sup>304</sup> y supone fuente de angustia y frustración a la persona, que tras haber sido expuesta a historias ficticias imposibles —modelos en los que basa sus expectativas— no encuentra responsable más allá de una misma. Así, nos sorprendemos lanzándonos aseveraciones tan graves como «soy

301. Este esquema puede variar en función de otras variables, como orientación sexual, roles de género y su implicación en la aproximación sexoafectiva, etc.

302. Películas, series, novelas...

303. Sea lo que sea que eso signifique.

304. Véase el subtítulo Sobre el singular como *no-lugar*.

305. La época del Destape no se limita a la esfera sexual, sino también a la política, religiosa y social, pero no se desarrollará en el presente documento.

306. Collado, R.; *El destape del cartel de cine español. La nueva libertad sexual en la transición española*, 2011, ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 9(3), p. 194-220-

307. Foucault, M., *Microfísica del poder*, 2019, Siglo XXI Ed., Madrid.

incapaz de enamorarme» o «es imposible que nadie pueda llegar a amarme».

Nótese que la relación es retratada en el amplio sentido de la palabra: no se limita al encuentro sexual puntual, sino que supone un contexto relacional que lleve a dicho encuentro. Las diferencias individuales a la hora de relacionarse con la intimidad, la sexualidad, y requisitos interpersonales para mantener relaciones sexuales, quedan inscritas también con la colaboración de otras variables, como los roles de género.

## **SOBRE LA LIBERACIÓN SEXUAL**

El término *liberación* presupone una represión, ocultamiento y/o maltrato ya superado. De hacer un recorrido del tratamiento del erotismo y la sexualidad en la España del siglo XX, encontraríamos que no se empezó a acercar a la población, a través de la industria cinematográfica, conceptos eróticos y relativos al deseo sexual hasta la década de los 70<sup>305</sup>. Además, estas primeras píldoras fueron limitadas al desnudo femenino, y no fue hasta años después, que pudimos encontrar esta lógica también trasladada al cuerpo masculino<sup>306</sup>.

Estos cambios en la cercanía del erotismo no acontecieron sin la modificación (esperable) de pautas de comportamiento asociadas: la época del Destape es la época de la *liberación* sexual. Si siguiéramos la lógica de Foucault<sup>307</sup>, podríamos entender la época de represión franquista como una época de control, de vigilancia de la sexualidad; como consecuencia, el cuerpo se convierte en uno de los motivos de lucha entre «los hijos y los padres, entre el niño y las instancias de control». Así, la «revuelta del cuerpo sexual» (lo que entenderíamos por el Destape) se pretende alzar como contraefecto, dando lugar al nicho de mercado relativo a la sexualidad, el cuerpo y el erotismo en todos sus niveles.

Por tanto, pasamos del control-represión del cuerpo y el erotismo, al control-estimulación («¡Desnúdate... pero sé delgado, bello, bronceado!»)<sup>308</sup>. Por tanto, por mucho que se haya insistido desde ciertas empresas en la aclamada liberación sexual, lo cierto es que deberíamos hablar —mejor— en términos de *liberalización* sexual. No podemos, además, obviar qué particularidades ha tenido este cambio de tornas en el control-estimulación de la población femenina.

Si volteamos la mirada al siglo XIX, podremos encontrar en la literatura romántica francesa una definición aún válida de *femme fatale*: «criaturas tremendamente hermosas y atractivas (...) al mismo tiempo, encarnan todos los vicios y son capaces de destapar todas las armas de seducción con sus voluptuosidades»<sup>309</sup>. La autora añade: «no sólo se adornan para *aumentar su valor como propiedad*, sino también para asegurar su atractivo. Estamos ante un desvío, pues el valor exótico-erótico ya no recaía sobre el hombre, sino sobre la mujer...». La figura de la *femme fatale* aparece retratada como contrapuesta contra toda moral impuesta, intentando superar el control-represión del cuerpo. Lo que ocurre, es que el arquetipo se encuentra moldeado y cortado desde el male gaze: el término de liberación implica un choque frontal contra toda autoridad, pero en este caso, tiene como único destino y medio la complacencia, voluntaria y libre, del público masculino. Si complace, empodera. El control-estimulación femenino de la sobremodernidad tiende la mano al arquetipo de la mujer que se revaloriza en función del escrutinio masculino: sé exitosa, genuina, sensual, ingeniosa —sé para y por la conquista de la validación masculina—.

Carrie Bradshaw elige *libremente* presentarse como una experta de lo erótico-afectivo, inteligente, sexy, ingeniosa, divertida, con una feminidad escrupulosamente cuidada, para ser consumida —y consumidora— *libremente* de cuerpos masculinos, sin ningún objetivo más allá que el propio disfrute. Quien considere que Carrie, por mero efecto de la casualidad, decide trabajar los atributos que más valorados están entre

308. Ibidem.

309. Ballester Maroto, M. J.; *La femme fatale en la publicidad del siglo XX. La popularización de un arquetipo decimonónico*, 2014, Tesis Doctoral, Universidad de Salamanca.

310. En alemán: *Verdinglichung*, literalmente "convertir en" o "hacer cosa".

el populacho masculino, es porque aún no se ha enterado en absoluto de qué va la historia.

La validación masculina es un muy potente reforzador, incluso para aquellas personas que no se encuentran atraídas hacia los hombres. Partiendo de la idea de que la aclamada «libre elección» es una de las farsas más extendidas, puesto que decidimos en función de nuestra historia de aprendizaje, reglas verbales, expectativas de refuerzo y/o castigo, llegaremos a la conclusión de que no existe tal voluntad en estéril, y que esta misma esterilidad supone, del todo, una imposibilidad.

Pero Carrie no permanece en Manhattan. Este personaje, retratado como una mujer libre, independiente, empoderada y exitosa, llega a las televisiones de muchas y diversas mujeres. Y modela: retrata relaciones entre formas de actuación y la obtención de castigos o refuerzos. Este modelado llega a mujeres, adolescentes y niñas. Pero también a hombres, adolescentes y niños: ellos aprenden qué esperar y desear, ellas a cómo conducirse para lograr ese halo de éxito —que no es más que las exigencias y fantasías de hombres que *prescriben* a las mujeres—.

No podemos no tener en cuenta la terrorífica implicación del fenómeno de *empoderamiento*: la conquista y el pretendido ejercicio de poder en la dimensión sexual lleva a una práctica masculinizada. El consumo compulsivo de cuerpos y la reificación<sup>310</sup> de relaciones humanas pasan a ser prácticas deseadas y buscadas en ambientes erótico-festivos. Bajo el pretexto del «mutuo acuerdo» —como si fuera un contrato más allá de estas condiciones materiales— se permite y genera una voráGINE de insatisfacción interpersonal, que se pretende resolver con un empoderamiento *mayor*, y así *ad infinitum*.

Así, a la mujer se le presenta su liberación sexual como un oasis de bienestar, en el que la satisfacción con ella misma se circunscribe a las mismas máximas masculinas de las que

huyó en un primer lugar. Por tanto, toda intención de movimiento queda estancada en un macabro triángulo de Penrose, que no sólo no permite desplazamiento alguno: ni siquiera posibilita intuir la dirección tomada.

Como anotación final: insistir en que estamos limitadas a este malévolos circuito bajo el yugo de la mirada masculina, no implica que toda forma de vida y liberación se vea abocada al fracaso. Conocer la naturaleza del mismo y entenderlo como una consecuencia histórica más, nos permitirá superarlo parcialmente, y tomar la perspectiva necesaria para poder observar(nos) desde un prisma más esclarecedor.

311. Augé, M.; *Los no lugares: espacios del anonimato*, 1993, Gedisa.

312. *Ibidem*.

## **SOBRE EL SINGULAR COMO NO-LUGAR**

Para comenzar, una breve aclaración: el fenómeno descrito, si bien supone un mal común, no abarca la totalidad de interacciones de los individuos que no cuentan con una pareja sexo-afectiva, sino que se corresponde estrictamente a las conductas cuya motivación es reflejada en el texto.

Para adentrarnos en el significado del no-lugar, habremos de acudir al lugar, y para acudir al lugar, nos deberemos detener en el espacio.

Michel de Certeau propone una distinción de espacio y lugar, siendo un espacio un lugar en gerundio, practicado: recorrido, reflexionado, deambulado. La noción de espacio es inconcebible sin agentes que se entremezclen y transformen: el sujeto que recorre, reflexiona y deambula. El lugar vendría a ser constituido por los elementos que conviven con este movimiento. Augé concluye: «El espacio sería al lugar lo que se vuelve la palabra cuando es hablada»<sup>311</sup>.

Marc Augé nos presenta la sobremodernidad como fuente productora de no lugares<sup>312</sup>s. Lugar sería el espacio «de identidad, relacional e histórico», mientras que el no lugar se acer-

caría a los puntos de tránsito y las ocupaciones provisionales: «las vías aéreas, ferroviarias, las autopistas y los habitáculos móviles llamados «medios de transporte», (...) movilizan el espacio extraterrestre a los fines de una comunicación tan extraña que a menudo no pone en contacto al individuo más que con otra imagen de sí mismo». El no lugar antropológico sería aquel espacio cuya vivencia se circunscribe al acto efímero. Una vía de paso hacia, nunca un destino en sí mismo.

Así, la vivencia en singular –la soltería o mal llamada soledad–, supondría un no lugar *relacional*. Las aplicaciones de citas suponen un espacio (y un producto fruto de la presión por encontrar compañía romántica y/o sexual) en el que este fenómeno se nos muestra en todo su esplendor. La soltería no tiene otro sentido más allá que su propia negación: así, una vez que una cita sale espantosamente mal, procederemos a volver a abrir la aplicación en busca de la planificación de otra, con la esperanza de que en la siguiente («en esta sí que sí») encontremos a alguien que realmente nos encaje como pareja sexo-afectiva, con el grado de compromiso que la persona considere.

Lo problemático (y absurdo) de esta concepción resulta evidente una vez se explicita: concentrar energías y situar en el centro de nuestras acciones la negación de la propia condición, es un movimiento arriesgado. No sólo supone fuente de frustraciones: imposibilita la vivencia de uno mismo en función de otros, para dar paso a la vivencia de los otros en función de uno mismo. Entendernos como individuos siempre y cuando seamos escuchados, vividos y relacionados sería una premisa correspondiente a la vivencia de uno mismo en función de otros. Negarnos y disponer todos nuestros recursos para poder superar una condición a través de otros, correspondería a la segunda, y supondría una inversión peligrosa, como previamente comentó Augé: «una comunicación tan extraña que a menudo no pone en contacto al individuo más que con otra imagen de sí mismo»<sup>313</sup>.



Paradójicamente, el establecimiento de vínculos se encuentra supeditado a esta otra imagen de sí mismo, sirviendo de puente hacia la enajenación relacional. Así como el obrero no es capaz de verse en el producto acabado, el individuo no se ve reflejado en la relación establecida. Entonces, no es sólo que la experiencia del fenómeno de la auto-negación suponga una concatenación de angustiantes fracasos con un altísimo coste temporal, es que el producto obtenido estará corrupto desde sus entrañas.

### **¿RELACIONES MERCANTILIZADAS O MERCANCÍAS RELACIONADAS?**

En películas, series, novelas, ensayos, se está empezando a hacer eco de un sintagma —a mi parecer— peligroso: las relaciones mercantilizadas. Si bien comprendo de dónde se esgrime (cómo las lógicas mercantiles organizan las relaciones humanas), considero la noción confusa.

En primer lugar, porque para hablar de relaciones *mercantilizadas*, habremos de contar con un arquetipo relacional que escape de la lógica del Capital. Lo cierto es que la organización de las relaciones humanas —con sus correspondientes guiones conductuales, expectativas y asunción de tareas diferenciales por género— no puede quedar situada más—allá—de las propias condiciones materiales porque está compuesta y supone un producto histórico.

En segundo lugar, ¿es posible que se esté dando no una mercantilización de relaciones, sino relaciones entre mercancías? La mercancía es la forma general de producto típica del modo de producción burgués, caracterizada por poseer valor de uso y valor de cambio. En tanto valor de uso, la mercancía satisface una necesidad determinada; en tanto valor de cambio, esta mercancía es intercambiable por otras mercancías.

313. Ibidem.

314. Jappe, A.; *Las aventuras de la mercancía*, 2016, Pepitas de Calabaza, Logroño. La producción de un par de zapatillas, por lo tanto, no sería pensada con el fin último de facilitar los desplazamientos, la movilidad, garantizar cierta seguridad o evitar que la persona no vaya descalza; sino que sería la generación de un beneficio económico.

315. Ibidem.

316. Lukács, G.; *Historia y conciencia de clase*, 2013, CEICS-Ed., Buenos Aires.

No obstante, el valor de uso se encuentra supeditado al valor de cambio, es decir, «toda la producción de valores de uso no es más que un medio, un mal necesario, con vistas a una sola finalidad: disponer al término de la operación de una suma de dinero mayor que al principio»<sup>314</sup>. Así, las mercancías «deben tener algún valor de uso y satisfacer alguna necesidad o deseo, pero esos valores de uso son intercambiables»<sup>315</sup>.

La clarificación de la naturaleza de la mercancía resulta fundamental para la comprensión de todo fenómeno vital, pues «no hay ningún problema de ese estadio evolutivo de la humanidad que no remita en última instancia a dicha cuestión»<sup>316</sup>. El problema de la mercancía no se ve circunscrito a la ciencia económica, sino que ha de entenderse como «problema estructural central de la sociedad capitalista en todas sus manifestaciones vitales»<sup>317</sup>.

La reificación de la conciencia del individuo implica la mercancía como única forma posible de experiencia. En esta máxima quedan retratadas también las relaciones entre personas: si toda forma de experiencia ha de concebirse estrictamente como mercancía, no podemos hablar de una mercantilización, cuando ésta implica la existencia de relaciones sociales «estériles» que posteriormente son corrompidas por las lógicas del Capital. Las relaciones son construidas desde un inicio a partir de la lógica capitalista.

Así, si bien el uso de «relaciones mercantilizadas» nace con buena intención, no termina de adecuarse al fenómeno relacional en la sociedad capitalista, por lo que quizá fuera preferente hablar de mercancías relacionadas.