

MARIANA PALUMBO

Solos y Solas

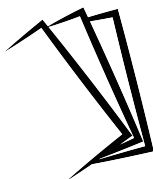
*Búsquedas de encuentros eróticos y afectivos
entre cis heterosexuales*

SOLOS Y SOLAS

SOLOS Y SOLAS

Búsquedas de encuentros eróticos
y afectivos entre cis heterosexuales

Mariana Palumbo



ISBN: 9789878626888

Las opiniones y los contenidos incluidos en esta publicación son responsabilidad exclusiva del/los autor/es.

TeseoPress Design (www.teseopress.com)

teseopress.com

Índice

Resumen.....	9
Summary.....	13
Agradecimientos.....	17
Introducción.....	19
PRIMERA PARTE. Las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos	55
1. Investigar sobre afectividad y sexualidad. Metodología y reflexividad.....	57
2. El no estar en pareja. Motivaciones y expectativas en la búsqueda de vínculos eróticos y/o afectivos.....	97
3. Sociabilidad y criterios de selección en las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos.....	165
SEGUNDA PARTE. Las interacciones en los espacios de encuentro erótico y/o afectivo.....	239
4. El mercado erótico y afectivo: los espacios de búsqueda y el papel de los/as empresarios/as del amor..	241
5. La energía emocional en las interacciones cara a cara	299
6. La primera cita.....	343
Conclusiones	383
Referencias bibliográficas	401
Fuentes documentales.....	429
Anexos	437

Resumen

El objetivo del siguiente libro es describir y analizar, desde un enfoque interaccionista, las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos y las interacciones que se generan en dichos encuentros, entre mujeres y varones heterosexuales de entre 35 y 50 años de edad que no están actualmente en ningún tipo de relación de pareja —solteros/as, divorciados/as y separados/as— y que residen en el Área Metropolitana de Buenos Aires (2015-2017). Esas búsquedas pueden darse en ámbitos cara a cara o virtuales de esparcimiento.

Para tal efecto, a lo largo de los capítulos examino y comparo las motivaciones, expectativas y criterios de selección que poseen mujeres y varones durante la búsqueda de vínculos eróticos y/o afectivos; es decir, qué atributos de clase, eróticos, de género vuelven a los/as otros/as deseables. Analizo las percepciones sociales y subjetivas que tienen los sujetos sobre el no estar en pareja. Describo, analizo y comparo los espacios de encuentro cara a cara y virtuales de citas a los cuales acceden los/as entrevistados/as, echando luz sobre sus características, sus dinámicas y cuáles son los sentidos y los usos que los sujetos les otorgan a dichos espacios. Describo y analizo las interacciones que se llevan a cabo en estos encuentros teniendo en cuenta las dinámicas de sociabilidad que se generan, los postulados heteronormativos, los guiones del amor romántico, las pautas de seducción y los criterios de selección de los sujetos durante las mismas. Por último, examino, de forma secundaria, si la maternidad y la paternidad tienen alguna incidencia en la búsqueda de vínculos eróticos y afectivos, y en tal caso de qué modo.

La metodología de este libro se basa en un abordaje cualitativo. Para la construcción de los datos realicé observaciones participantes presenciales y virtuales, y entrevistas

en profundidad; construí mapas de espacios de interacción; relevé y analicé notas periodísticas sobre los espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales, así como los contenidos de los sitios web de esos espacios.

El libro muestra que en un contexto de individualización y de nuevas dinámicas de conformación de pareja, las mujeres y varones heterosexuales entablan trayectorias eróticas y afectivas zigzagueantes donde el amor romántico sigue teniendo, al menos como horizonte de sentido, un papel predominante. Emergen nuevas maneras de buscar vínculos eróticos y/o afectivos, sentidos, espacios y maneras de vivenciar lo amoroso. Estos hallazgos son problematizados, desde distintas dimensiones, en cada uno de los capítulos.

La estructura del libro se asienta en un capítulo inicial metodológico, dos partes y un capítulo de recapitulación y conclusiones. En la primera parte, que incluye los capítulos 2 y 3, me dedico al análisis de las *búsquedas* de encuentros eróticos y/o afectivos. En el capítulo 2 analizo cómo es vivenciado el hecho de no estar en pareja por las personas solteras, separadas o divorciadas y cuáles son las expectativas y motivaciones que poseen al momento de buscar encuentros eróticos y/o afectivos. Para ello tengo en cuenta las dimensiones de edad, género y clase, como así también cómo operan los guiones de la heteronormatividad y del amor romántico. En el capítulo 3 describo y analizo los criterios de selección al momento de buscar encuentros eróticos y/o afectivos por parte de varones y mujeres que no están en pareja. Estos criterios que intervienen al momento de sociabilizar están atravesados por la clase social, la edad, las expectativas de género y las características corporales, entre otros. A la luz de este análisis, indago de forma comparada en los modos en que estas personas perciben y utilizan los espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales, con vistas a encuentros eróticos y/o afectivos.

La segunda parte, que incluye los capítulos 4, 5 y 6, se aboca al análisis de las *interacciones* que tienen lugar durante las búsquedas en los espacios de sociabilidad erótica y/o afectiva. En el capítulo 4 examino específicamente el mercado de sitios virtuales y de encuentros cara a cara a los cuales estos sujetos acceden, y transformo a este en un concepto marco para comprender cómo se desarrollan las interacciones y vinculaciones afectivas entre organizadores/as y clientes/as. En el capítulo 5 examino una multiplicidad de interacciones que se construyen en los espacios de sociabilidad cara a cara. Analizo las pautas de cortejo y seducción, los afectos que circulan en ellas, las corporalidades en relación con el capital erótico, y cómo la energía emocional se incrementa o disminuye en cada una de las situaciones. Por último, en el capítulo 6, desarrollo una descripción y análisis pormenorizado de escenas de primera cita. Abordo, por un lado, casos donde el primer acercamiento se haya originado en espacios virtuales de sociabilidad erótica y/o afectiva; y otros en los cuales haya tenido lugar en ámbitos cara a cara. Para ello, indago en los guiones sociales heteronormativos y románticos que orientan la interacción, los consumos y las expectativas que aparecen en los relatos de varones y de mujeres.

Summary

The objective of this dissertation is to describe and analyze, based on an interactionist approach, the erotic and/or affective encounters and interactions taking place between heterosexual women and men between the ages of 35 and 50 who are not currently in a relationship –bachelors and single women, divorcees, and those who are separated- residing in the Buenos Aires Metropolitan Area (2015-2017). These interactions may occur in face-to-face or virtual recreational settings.

To that end, in the following chapters I will examine and compare the motivations, expectations and standards with which women and men engage in their search for erotic and/or affective bonds; that is, what class characteristics, erotic or gender attributes make the opposite individual appear as attractive. I analyze the perceptions, both social and subjective, that subjects possess regarding being single. I describe, analyze and compare the spaces for face-to-face encounters and virtual dating platforms used by those interviewed, shedding light on their characteristics and dynamics, as well as the specific meaning and utility that the subjects ascribe to said spaces. I describe and analyze the interactions taking place during these encounters, taking note of the dynamics of sociability that arise therein: from the heteronormative assumptions, the romantic guidelines and patterns of seduction, to the standards of selection that the subjects apply. Finally, as a secondary point of focus, I examine whether maternity and paternity has any affect on the search for erotic and affective bonds, and if so, in what manner.

The methodology used for this dissertation is based on a qualitative approach. The data employed was established through in-person and virtual participant observation, as

well as in-depth interviews; through the use of spatial interaction maps; by surveying and analyzing journalistic articles dealing with face-to-face and virtual sociability, as well as by consulting the websites belonging to those spaces.

This dissertation shows that, within a context where individualization and new dynamics of partner-forming take place, heterosexual women and men engage in erotic and affective bonds of a circuitous nature, wherein romantic love continues to hold, at least as a horizon of meaning, a predominant role. Hence, new approaches to searching for erotic and/or affective bonds emerge. These findings are problematized from a variety of perspectives in the following chapters.

The dissertation consists of an initial methodological chapter, two main sections, a summary chapter and a concluding section. In the first section, accounting for chapters 2 and 3, I concentrate my analysis on the *search* for the erotic and/or affective encounters. I analyze in chapter 2 the lived-experience of not being in a relationship as it is experienced by single, divorced or separated individuals, as well as the expectations and motivations they possess when searching for erotic and/or affective bonds. To that end, I take into account factors of age, gender and class, as well as the way in which heteronormative and romantic guidelines are operative. In chapter 3, I describe and analyze the selection standards used by single men and women when searching for erotic and/or affective encounters. The standards that affect this instance of sociability include social class, age, gender expectations and physical traits, among others. Based on this analysis, I perform an inquiry into the ways in which people perceive and utilize these face-to-face and virtual spaces of sociability for the purpose of erotic and/or affective encounters.

The second section -comprised of chapters 4, 5 and 6- is dedicated to analyzing the *interactions* taking place in spaces of erotic and/or affective sociability. Chapter 4 specifically examines the virtual dating market and the

face-to-face encounters that the subjects take part in, allowing me to formulate a conceptual framework in order to better understand the interactions and affective bonds formed between organizers and clients. In chapter 5, I examine the interactions that arise in face-to-face spaces of sociability. I analyze the patterns of courtship and seduction, the emotions that circulate in the process, the relation between different forms of corporality and erotic capital, and the different levels of emotional energy involved in each situation. Finally, in chapter 6, I offer a detailed description and analysis of the scenes of a first date. I address, on the one hand, cases where the first introduction was made possible by virtual spaces of erotic and/or affective sociability; separately, I address those cases where the initial introduction took place in face-to-face settings. To that end, I perform an inquiry into the heteronormative and romantic social guidelines that orient the interaction, as well as consumption patterns and expectations that arise, according to accounts provided by participating men and women.

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas por haberme dado la oportunidad de trabajar como becaria doctoral y haber financiado esta investigación.

Gracias a la Universidad de Buenos Aires, donde llevé a cabo mis estudios de Licenciatura, Maestría y Doctorado, por haberme formado en las aulas, en los cafés y en los pasillos como profesional y como persona.

Muy especialmente agradezco a mis queridxs directorxs, Débora D'Antonio y Mario Pecheny, por sus atentas lecturas, aportes y sugerencias. En todo momento me aconsejaron con una enorme generosidad.

Agradezco a Anahí Farji Neer y a Maximiliano Marentes, colegas y amigxs con quienes hemos debatido sobre el amor romántico, han oficiado más de una vez como informantes clave y me han acompañado en parte del trabajo de campo. Las reflexiones que hemos generado como sujetxs sufrientes y deseantes del amor, y nuestra visión sociológica han sido una fuente de inspiración en la escritura de esta investigación.

A mis compañerxs del Ubacyt "Perspectivas teórico-metodológicas sobre política, género, sexualidad y salud en América Latina: tensiones y sinergias en la construcción de una tradición de investigación". Por las atentas lecturas y sugerencias que mejoraron, ampliamente, el enfoque de esta investigación y por dotarle de compañerismo al trabajo solitario de la becaria.

A mis compañerxs del Programa Contra la Violencia de Género de la Universidad Nacional de San Martín, dirigido por Vanesa Vázquez Laba. Ante lo arduo del trabajo cotidiano encuentro allí un espacio de compañerismo, de reflexión y militancia.

También les agradezco a mis amigxs y colegxs de México, en especial a la querida “Manada”, a Leonardo Olivos Santoyo por su paciencia, cariño y atención y a Oliva López. Al resto de los integrantes del Programa de Investigación Feminista del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Los seminarios y lecturas allí desarrollados nutrieron mi abordaje teórico y metodológico.

Gracias a mis compañerxs de ruta y de lucha, y a mi familia.

Por último, y principalmente, gracias a mis entrevistadxs y a lxs responsables de los espacios observados por compartir con una desconocida su tiempo, sus sentires y darme su confianza. En un contexto en el cual nos dicen que las Ciencias Sociales no sirven, los relatos de sus experiencias me dan la pauta de que la Sociología continúa siendo una herramienta potente para debatir y reflexionar sobre la íntima relación entre neoliberalismo, cultura y las prácticas íntimas de lxs sujetxs.

Introducción¹

1. Contexto

El modelo de pareja heterosexual en la Argentina ha cambiado. La premisa de amor para toda la vida ha perdido predominancia y sobresalen las trayectorias eróticas y afectivas zigzagueantes y heterogéneas. Hemos ingresado en una nueva dinámica de reproducción familiar y de conformación de parejas en la Argentina, conocida como “segunda transición demográfica”², diferente a la “primera transición

-
- ¹ Este libro se basa en los resultados de mi tesis doctoral denominada "Solos y solas: búsquedas de encuentros eróticos y afectivos entre mujeres y varones heterosexuales (Área Metropolitana de Buenos Aires, 2015-2017)". Distintos artículos fueron publicados a la luz de esta investigación: Palumbo, M. (2019). Capital erótico y expectativas de género: criterios de selección en mujeres y varones heterosexuales. *Sociedade e Cultura*, 22 (2). Palumbo, M. (2019). Sociabilidad virtual y criterios de selección en mujeres y varones heterosexuales. *Cuadernos Inter.c.a.Mbio Sobre Centroamérica Y El Caribe*, 16(1). Palumbo, M. (2019). Búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos. Un estudio comparado entre la Ciudad de Buenos Aires y la Ciudad de México. *Revista Mora*, 25. Palumbo, M. (2019). ¡A jugar! La energía emocional en eventos de speed dating. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 30. Palumbo, M. (2019). Un análisis de la energía emocional en catas de vino (Ciudad de Buenos Aires, Argentina). *Revista interdisciplinaria de estudios de género de El Colegio de México*, 4. Palumbo, M. (2018). Motivaciones y expectativas en las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos. *Cultura y representaciones sociales*, 13(25).
- ² Si bien este concepto ha sido acuñado principalmente para analizar los países centrales, retomo a autoras que lo utilizan para el caso argentino (Ariño, 2007; Jelin, 1989; Mazzeo, 2010a, 2010b; Pantelides, 1988, 1989; Torrado, 2005).

demográfica”³ en la cual el modelo legítimo de familia era el nuclear (Ariño, 2007). A la luz de este fenómeno, en esta investigación me propongo describir y analizar cómo son las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos de varones y mujeres heterosexuales⁴ de sectores medios que residen en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

La segunda transición demográfica es “un proceso irreversible resultante de la acumulación de pequeñas transformaciones que determinan una modificación general de los comportamientos demográficos que involucran a todas las clases sociales” (Ariño, 2007: 282). Los rasgos sobresalientes de esta transición en la Argentina, según especialistas locales (Ariño, 2007; Jelin, 1989; Mazzeo, 2010a, 2010b; Torrado, 2005), son una mayor aceptación social de la sexualidad, la reivindicación de la autonomía individual, un mayor control de las mujeres sobre la reproducción, un avance en legislación y posicionamiento por parte de ellas y por colectivos de la diversidad sexual, una apuesta de las mujeres a priorizar sus carreras y actividades personales por sobre el mandato de la familia y la maternidad, como así también

³ La primera transición demográfica tuvo lugar en la Argentina desde fines del siglo XIX. Se basó en la aceleración del crecimiento vegetativo por desfase de la caída de la natalidad respecto a la mortalidad (Ariño, 2007; Pantelides, 1988, 1989).

⁴ La investigación se concentra en mujeres y varones cis, es decir que no son trans, pues han mantenido la identidad de género que les fuera atribuida al nacer.

una disminución en el número de nacimientos⁵ —entre los que aumentan los extramatrimoniales (Ariño, 2007; Jelin, 1989; Mazzeo, 2010a, 2010b; Torrado, 2005)⁶—.

En la segunda transición demográfica cambian los modos a partir de los cuales las personas se vinculan erótica y afectivamente. Hay una disminución del número de matrimonios y un paralelo aumento de uniones consensuales, divorcios y separaciones; incremento de la monoparentalidad y del “ensamble” de familias, y generalización de parejas en las que ambos cónyuges participan en el mercado de trabajo (Mazzeo, 2010a; Torrado, 2005). Estadísticamente se observa una evolución descendiente de la tasa bruta de nupcialidad de la Ciudad de Buenos Aires: en 1990 se registraron 7,4 matrimonios por cada mil personas y en

-
- 5 Según datos estadísticos elaborados por la Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2016): a) Para 1990 la tasa global de fecundidad (hijos/as por mujeres) de la Ciudad de Buenos Aires es de 2,08, mientras que para el año 2015 es de 1,78 y la edad promedio de las mujeres que tuvieron hijos/as es de 30,4. b) Para 1990 la curva de la estructura de fecundidad se encuentra en el grupo etario de entre 25-29 años. En el año 2000, la cúspide es dilatada, está compartida por los grupos de edad de 25-29 y de 30-34. A partir del año 2010, el punto más alto de la curva se observa entre los 30 y 34 años. Esto se mantiene para el año 2015. Si acotamos el universo solo a las que tuvieron su primer hijo/a en el año 2015, se observa que la curva de la estructura de fecundidad forma una meseta: entre los 20 y 34 años se concentra cerca del 70% de la fecundidad; pero el mayor peso relativo se encuentra en el grupo de 30-34 años. c) La edad promedio de entrada a la maternidad de las primerizas para el año 2015 es de 28,8 años. d) Un indicador complementario es que en la Ciudad de Buenos Aires, según la Encuesta Anual de Hogares 2015, el 20% de las mujeres que están finalizando su período fértil —que tienen entre 40 y 49— no han sido madres. En suma, todos estos datos indican que cada vez más las mujeres son madres cuando son más grandes.
- 6 Podemos encontrar en Isabella Cosse (2010), quien ha estudiado la variabilidad de las pautas de cortejo entre 1950 y 1975 en la Ciudad de Buenos Aires, indicios de estas transformaciones. Visualizaba que para mediados de la década de 1970 estaban institucionalizadas la sociabilidad afectiva informal y la flexibilización del cortejo y del noviazgo. Había un cuestionamiento del carácter indisoluble del matrimonio por el avance de la cultura divorcista y comenzaba a aparecer una mayor apertura a las uniones consensuales. Asimismo, aparecen aspiraciones de igualdad entre las mujeres respecto a la división de roles de la domesticidad (Cosse, 2008, 2010).

el 2013 tan solo 3,8 (Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2016). No obstante, esto no implica que las personas no se unan. La edad a la que se inicia la unión no se ha modificado tanto como sí el tipo de relación, siendo antes matrimonial y ahora consensual (Binstock, 2009). En la Ciudad de Buenos Aires, para 1960 el 1,5% del total de las uniones eran consensuales, mientras que para el 2008 alcanzaron casi el 28%. En cuanto al grupo de edad, la consensualidad tiene mayor peso entre las personas de entre 25 y 34 años (más del 85% de las uniones son de este tipo). A partir de los 35 años la proporción de uniones consensuales sobre el total de las uniones disminuye con la edad (Mazzeo, 2010a). En relación con los matrimonios, para 1990 la edad promedio de los varones al momento de casarse era de 29,3 y, para el año 2013, de 33,8. En las mujeres pasó de los 28 años a los 32,8.⁷ En las uniones civiles heterosexuales —entre el año 2004 (primer año de registro) y el 2013 se cuadruplicaron— los varones tienen en promedio 42,3 años y las mujeres 39,3 (Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2014, 2016).

La segunda transición demográfica se enmarca en un contexto de modernidad tardía⁸ signado por el proceso de *individualización* y de desintegración de las certidumbres del progreso de la sociedad industrial (Beck, 1998). La individualización remite a una figura en la cual los individuos vivencian sus acciones como producto de su propia reflexividad, responsabilidad y autonomía individual; “es la imagen del mundo centrada en el yo” (Beck, 1998: 172).

⁷ Estos datos no se encuentran desagregados por personas de igual “sexo”. Para más información, cotejar Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2014), *Matrimonios en la Ciudad de Buenos Aires. Años 1990-2013*, Ciudad de Buenos Aires, DGEyC.

⁸ Se utilizarán indistintamente los términos modernidad tardía (Illouz, 2009), sociedad de riesgo o segunda modernidad (Beck, 1998, 2003) o modernidad líquida (Bauman, 2010) como modos de hacer referencia al marco de la sociedad capitalista posmoderna actual.

El valor social de los individuos ha pasado a depender de sí mismos y es la propia persona, en la multiplicidad de espacios y vínculos por los cuales circula, quien debe proveerse y negociar su bienestar. Retomo la propuesta de Sennett (1974), que él ya problematizaba desde la década del setenta, de que desde “lo privado” deben resolverse problemas estructurales o públicos. “El yo de cada persona se ha transformado en su carga principal; conocerse a sí mismo constituye un fin, en lugar de ser un medio para conocer el mundo” (Sennett, 1974: 4). Pero me alejo de su idea de que esto implique fragmentación social. Lo que observo en este marco es la coexistencia de una multiplicidad de canales a través de los cuales los individuos buscan activamente y generan vínculos afectivos y eróticos. Si bien estos pueden ser fugaces, se constituyen como elementos centrales para el reconocimiento y felicidad de las personas.

En la cultura posmoderna, “materialista y psi” (Lipovetsky, 2000: 11), los discursos terapéuticos postulan a la intimidad y a las relaciones estrechas como estados emocionales saludables y como parte constitutiva de la autorrealización de los sujetos (Illouz, 2007, 2012). El amor se constituye así como una nueva (pos)religión (Beck y Beck-Gernsheim, 2001; Illouz, 2009) y se deposita en los vínculos eróticos y afectivos la contención y el sentido. Pero esta adecuación no se da de forma lineal ni posee las mismas características de antaño —modelo de familia nuclear y amor para toda la vida (Coontz, 2006)—, los sujetos entablarán diversos vínculos eróticos y afectivos que se adecuen, cada vez más, a sus deseos y expectativas (Giddens, 2006).

En este marco de segunda transición demográfica sustentado en valores de la cultura posmoderna, los sujetos entablan trayectorias eróticas y afectivas zigzagueantes donde el amor romántico sigue teniendo, al menos como horizonte de sentido, un papel predominante. Pero en este nuevo contexto, ¿cómo buscamos? ¿Qué buscamos? ¿Dónde buscamos? ¿Qué guiones sociales aparecen? ¿Qué es lo que se pone en juego en las búsquedas? ¿Qué papel cumplen en

esas búsquedas las aplicaciones, sitios web y redes sociales? Según el género de las personas, ¿qué matices toma la búsqueda? ¿Qué tienen para decir las ciencias sociales sobre esto y desde qué posturas teórico-epistemológicas lo analizan? Estas preguntas son algunos de los disparadores para el análisis de la siguiente investigación.

2. Objetivos de investigación y aporte

El objetivo general del libro es describir y analizar, desde un enfoque interaccionista (Goffman, 1970, 1971, 1979; Collins, 2009), las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos y las interacciones que se generan en dichos encuentros, entre mujeres y varones heterosexuales de entre 35 y 50 años de edad que no están actualmente en ningún tipo de relación de pareja —solteros/as, divorciados/as y separados/as⁹— y que residen en el Área Metropolitana de Buenos Aires (2015-2017). Esas búsquedas pueden darse en ámbitos cara a cara o virtuales de esparcimiento.

Las preguntas problemas que estructuran esta investigación son las siguientes: ¿Cómo son las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos y las interacciones que se desarrollan en dichos encuentros, en varones y mujeres heterosexuales de 35 a 50 años de edad que actualmente no están en pareja (solteros/as, divorciados/as o separados/as)? ¿En qué medida y de qué modo en estas búsquedas e interacciones operan, según el género de los actores, la matriz heteronormativa, el amor romántico¹⁰ y las representaciones sociales y subjetivas sobre el no estar en pareja a esta edad? ¿Qué tensiones y agencias presentan los sujetos respecto a la heteronormatividad, el amor romántico

⁹ Entiendo por personas separadas aquellas que han convivido sin casarse y ya no lo hacen.

¹⁰ Estos conceptos serán explicitados y desarrollados a lo largo de la investigación.

y las representaciones sociales sobre el no estar en pareja? ¿Cómo son, comparativamente, las búsquedas, los usos e interacciones en ámbitos cara a cara y virtuales y cómo son percibidas por los sujetos?

Para tal efecto, examino y comparo las motivaciones, expectativas y criterios de selección que poseen mujeres y varones durante la búsqueda de vínculos eróticos y/o afectivos; es decir, qué atributos de clase, eróticos, de género vuelven a los/as otros/as deseables. Analizo las percepciones sociales y subjetivas que tienen los sujetos sobre el no estar en pareja. Describo, analizo y comparo los espacios de encuentro cara a cara y virtuales de citas a los cuales acceden los/as entrevistados/as, teniendo en cuenta sus características, sus dinámicas y cuáles son los sentidos y los usos que los sujetos les otorgan. Describo y analizo las interacciones que se llevan a cabo en estos encuentros teniendo en cuenta las dinámicas de sociabilidad que se generan, los postulados heteronormativos, los guiones del amor romántico, las pautas de seducción y los criterios de selección de los sujetos durante las mismas. Por último, analizo, de forma secundaria, si la maternidad y la paternidad tienen alguna incidencia en la búsqueda de vínculos eróticos y afectivos, y en tal caso de qué modo.

En relación con las características de los sujetos a analizar, seis dimensiones son de importancia: la *orientación sexual*, el *estado civil*, qué *tipos de vínculos eróticos y/o afectivos* buscan, la *clase social*, el *lugar de residencia* y la *edad*. Estudio personas cis que se definen a sí mismas como heterosexuales y que acceden a espacios de sociabilidad de búsqueda de encuentros que son definidos *a priori* como heterosexuales. Se optó por el estudio de personas que al momento de la investigación estuvieran solteras, divorciadas o separadas, hayan tenido al menos una relación de pareja, monógama o no, y que estuvieran buscando establecer encuentros eróticos y afectivos. En relación con las personas viudas, quedan por fuera de la muestra en tanto considero que la ruptura de sus vínculos, a raíz de la muerte de una de las partes,

se debe a causas que exceden la decisión racional de los sujetos. Tampoco se integró a la muestra a personas que estaban casadas porque me interesa indagar precisamente en las expectativas en las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos de aquellos/as que no estuvieran en pareja al momento de la investigación.

Respecto a mi planteo de “encuentros eróticos y/o afectivos”, tiene como finalidad dar cuenta de la variedad de búsquedas de vínculos que aparecen cuando las personas acceden a los espacios de sociabilidad analizados, tanto a los que son cara a cara como a los virtuales.¹¹ Las personas entrevistadas pueden o no buscar pareja. Aparece una multiplicidad de búsquedas de tipo eróticas, que pueden incluir relaciones sexuales o no, a saber, compañía o *flirteo*, sin relaciones sexuales. La dinámica del erotismo excede lo sexual y oscila entre la exhibición y el ocultamiento, la privación y la satisfacción; “la piel que centellea entre dos piezas (el pantalón y el pulóver), entre dos bordes (la camiseta entreabierto, el guante y la manga), es ese centelleo el que seduce, o mejor: la puesta en escena de una aparición-desaparición” (Barthes, 2007: 9-10 en Illouz, 2012: 245). Algunos hallazgos de esta investigación son que ciertas personas ingresan buscando vínculos eróticos, pero terminan haciéndose un grupo de pares; otras personas acceden buscando vínculos de pareja, pero terminan *re-erotizándose* a sí mismos y buscando pareja en otros ámbitos.

Como se dijo, en el caso de este libro se opta por el análisis de las búsquedas en personas cis heterosexuales solteras, separadas o divorciadas de sectores de clase media (Adamovsky, 2009; Visacovsky, 2008). Retomo la caracterización y tipología de clase media en la Argentina que desarrolla Sautu (2016), a partir de su abordaje de dichos aspectos estructurales. La clase media comprende fracciones compuestas por ocupaciones que se desarrollan en el

¹¹ En esta investigación no se abordaron las búsquedas de encuentros donde se intercambia sexo por dinero.

sector privado y en el sector público de la economía. Su rasgo común es que no se insertan donde está el poder económico y político, pero tampoco en el otro extremo de la estructura de clase. Los gerentes operativos, los profesionales, los propietarios y agentes del sector privado conforman la clase media junto con diversos niveles de la burocracia nacional, provincial y municipal (Sautu, 2016: 180).

Por otra parte, me valgo de la propuesta de Visacovsky. El autor no desconoce los aspectos estructurales, tales como los niveles de ingreso, empleo, educación o consumo, sino que propone verlos en su contexto, observar qué sentido adquiere para los actores la adquisición y uso de un bien o servicio, cómo el consumo se vincula con las pretensiones de demarcación de una identidad y una moralidad. La pertenencia a sectores de una clase social configura criterios de selección —que Bourdieu (1998) denomina “afinidades electivas”¹²—, que orientan las prácticas, gustos y consumos culturales de los sujetos. Dichas pautas, orientaciones y símbolos conforman estilos de vida. Para Sautu (2016), unos de los aspectos que conforman los estilos de vida son el ingreso económico, los espacios de sociabilidad que se frecuentan y las posibilidades de establecer ciertos lazos sociales. Los estilos de vida construidos alrededor de las clases sociales “no son exclusivamente lo que se consume, sino cómo, dónde y con quién ocurre ese consumo” (Sautu, 2006: 166). Según el estilo de vida al cual se pertenezca, algunas escenas y escenarios eróticos y/o afectivos serán percibidos como deseables (Illouz, 2009).

Me interesa indagar en las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos en contextos urbanos, por lo cual el análisis se sitúa en el Área Metropolitana de Buenos Aires¹³. El AMBA es el conglomerado urbano más grande de la

¹² En el libro utilizo la expresión “criterios de selección” en el sentido de la noción de afinidades electivas (Bourdieu, 1998), la cual implica que nuestros gustos y elecciones están orientados socialmente.

¹³ El AMBA comprende la Ciudad de Buenos Aires y 24 partidos del Gran Buenos Aires.

Argentina; según el último Censo Nacional de Población y Vivienda (2010), concentra el 37% de la población del país.¹⁴ Asimismo, en relación con la dimensión virtual que atraviesa este libro, la Ciudad de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires, entre los años 2015 y 2016, han incrementado por encima del promedio nacional el acceso residencial a Internet a través de banda ancha móvil (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017).¹⁵ En ambos lugares, el 40% o más de los hogares poseen Internet. En la Ciudad de Buenos Aires la cifra llega al 69,4% (Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública, Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, 2015).

Las personas que entrevisté y las que acceden a los lugares de observación estipulados viven en el Área Metropolitana de Buenos Aires, por lo cual la investigación ubica su lugar de análisis allí. Asimismo, los perfiles de las aplicaciones¹⁶ y sitios web de citas¹⁷ que observé son de usuarios/as que viven en el AMBA. No obstante, los sitios cara a cara que observé y adonde van estas personas se encuentran en la Ciudad de Buenos Aires.

En relación con el grupo etario, el interés de analizar a las personas heterosexuales de entre 35 y 50 años que no estén en pareja se debe a tres razones. En primer lugar, los cuarenta años se presentan como el umbral de la fertilidad

¹⁴ Según el último Censo Nacional de Población y Vivienda (2010), el AMBA reúne 12.801.364 de habitantes, conformando uno de los aglomerados urbanos más extensos del mundo. De esta población, 2.891.082 de habitantes residen dentro de los límites de la Ciudad de Buenos Aires. Por su parte, la Región Metropolitana de Buenos Aires (Ciudad de Buenos Aires y 40 partidos) reúne 14.819.137 de habitantes (Maceira, 2012).

¹⁵ Datos obtenidos del informe "Acceso a Internet. Primer Trimestre 2017", realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC).

¹⁶ Las aplicaciones como Tinder y Happn son programas informáticos diseñados como herramientas que le permiten a un/a usuario/a tener citas y encuentros. Están relacionados con la red social Facebook.

¹⁷ Un sitio de citas, como Match, es un portal en el cual las personas se registran y luego se suscriben con la finalidad de conseguir un vínculo erótico y/o afectivo. Implica la creación de un perfil con diversa información.

femenina para el discurso médico hegemónico, como por ejemplo para la American Society for Reproductive Medicine y para los Institutos Nacionales de Salud (NIH, por sus siglas en inglés) del Departamento de Salud y Servicios Humanos de Estados Unidos. Según estas instituciones, una mujer alcanza su mayor fertilidad entre los 20 y los 25 años de edad. Las probabilidades de que una mujer quede embarazada disminuyen considerablemente después de los 35 años (y especialmente después de los 40). De todos modos, la edad en la que la fertilidad comienza a declinar varía de una mujer a otra (American Society for Reproductive Medicine, 2015; Colegio Americano de Obstetras y Ginecólogos, 2012). Este discurso se hace presente también en los varones y mujeres que entrevisté. Ellos/as consideran que la fertilidad y la capacidad de reproducción biológica disminuyen cuando las mujeres se acercan a los cuarenta años de edad y que la forma deseable de ser padres o madres es a partir de embarazos “naturales” —excluyen, como primera opción, a aquellos embarazos logrados a partir de algún tipo de tratamiento médico de reproducción biotecnológica¹⁸ o a la adopción—.

El deseo de maternidad y paternidad de los sujetos que analizo, si bien emergió durante el trabajo de campo, no es generalizado como una experiencia que todos/as quieran vivenciar. No obstante, me es útil para analizar las especificidades y matices que adquieren las búsquedas eróticas y/o afectivas en relación con el hecho de tener o no hijos/as cuando se está cerca de los cuarenta años de edad. Es decir, más que la edad cronológica dentro de

¹⁸ Entiendo por este concepto al “conjunto de técnicas que, desde el campo interdisciplinario de la medicina y la biología, clínicas y experimentales, proveen alternativas biomédicas a la ausencia involuntaria de descendencia entre individuos o parejas” (Ariza, 2014: 43). En la actualidad, en la Argentina, las técnicas disponibles son la inseminación artificial —que puede realizarse por medio de la donación de esperma—, la fertilización in vitro (FIV), la inyección intracitoplasmática de espermatozoides (ICSI), la transferencia intratubaria de gametos (GIFT) y la transferencia de ovocitos microinyectados (TOMI) (Farji Neer, Mertehikian, Cunial, Kolkowski, 2017).

este segmento etario, este “umbral” y el hecho de tener o no hijos/as son los aspectos que tomo en consideración al momento del análisis.

Analizo también a los varones de esta misma edad, porque las mujeres entrevistadas tienden a entablar vínculos eróticos y afectivos con varones dentro de un rango etario similar. A medida que las mujeres avanzan en edad hay un estrechamiento de la diferencia de edad respecto a sus parejas masculinas. Esto también sucede con aquellas mujeres con alto capital educativo o que están instaladas profesionalmente, aceptan hombres de edad par porque su situación no depende tanto de la de su cónyuge (Torrado, 2003). Abordar personas en edades similares me permite a su vez analizar, de forma secundaria, qué expectativas sobre la maternidad y la paternidad tienen cada uno de ellos/as.

En segundo lugar, la concentración de los divorcios, al momento de su sentencia, está dada en los grupos de 35-39, 40-44 y 45-49 años (Dirección General de Estadística y Censos, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2014).

Por último, otro aspecto que me llevó a considerar a este grupo etario es que los espacios de sociabilidad a los cuales concurren estas personas son promocionados por sus organizadores, principalmente y/o exclusivamente, para un público específico de mayores de 35 o 40 años. A su vez, las personas entrevistadas manifiestan que prefieren ir a espacios donde concurren personas a partir de esa edad.

Este libro, que está circunscripta a personas heterosexuales (en este caso, además, que no sean trans) que declaran no estar en pareja y que residen en un área urbana, pretenden ser un aporte a los estudios sobre sexualidad y género. Primero, a los estudios sobre la heterosexualidad, la cual ha pasado a ser considerada una categoría naturalizada y residual en los estudios de sexualidad (Tin, 2012; Pecheny, 2008). Segundo, en un sentido más general, a la descripción y problematización de la cultura sexual argentina en la actualidad (2015-2017). Tercero, en tanto estudia las formas a partir de las cuales las personas se relacionan erótica

y afectivamente, este libro se propone ser un aporte a la sociología. Para Georg Simmel (2014), el objeto de la sociología deben ser las formas de socialización, las cuales se presentan cuando los individuos entran en acción recíproca a través de la cooperación, la competencia y la colaboración para determinados fines. Estas formas de socialización devienen formas de sociabilidad cuando adquieren una vida propia, se efectúan por sí mismas y por el atractivo que irradia de esta libertad. La sociabilidad es una forma lúdica de socialización en la cual la satisfacción se da por el mero hecho de estar juntos, en un “como si” todos/as fuéramos iguales (Simmel, 2003). Aunque con complejidades y matices, esta idea aparece en los espacios de sociabilidad observados. Este concepto será analizado y utilizado desde las apuestas de Simmel (2003), Maffesoli (2005, 2009) —quien lo trabaja como “socialidad”— y Sívori (2005).

Explica Herrera Gómez (2003) que la sociabilidad en Simmel (2003) es lo que implica la socialidad para Maffesoli (2005, 2009): un continuo discurrir de interacciones sin un fin propio, que encuentran su expresión en lo cotidiano. En este sentido, en estos autores *vitalistas*, tanto la sociabilidad (Simmel) como la socialidad (Maffesoli) representan los múltiples juegos e interacciones en los que importan el estar juntos, a través de los cuales lo social se produce y reproduce continuamente.¹⁹

Para Sívori (2005), en su análisis sobre la sociabilidad homosexual, la sociabilidad es un fenómeno colectivo que implica que las prácticas y las personas no solo manifiestan una orientación sexual, sino que también comparten un estilo y una reflexividad particular que impregna su práctica social como un todo que excede lo sexual. La sociabilidad está conformada por “un *ethos* propio, un habla, maneras y humor característicos; se han establecido jerarquías, valores y patrones de segmentación social específicos del ambiente

¹⁹ Habiendo explicitado la continuidad entre los conceptos de sociabilidad y socialidad, en esta investigación los emplearé indistintamente.

gay” (Sívori: 2005, 20). En el análisis del autor es importante estudiar la sociabilidad ligada a los espacios donde esta sucede.

3. Coordenadas teóricas e hipótesis

La hipótesis central que guía esta investigación es que las búsquedas e interacciones eróticas y/o afectivas de las mujeres y varones heterosexuales solteros/as, divorciados/as y separados/as, a través de canales más o menos formalizados de búsqueda —tanto en el espacio cara a cara como en el virtual—, con las características que adoptan en el contexto de modernidad tardía, están atravesadas por los guiones sociales del amor romántico y la matriz heteronormativa.

Para hacer frente a esta hipótesis, mis coordenadas teóricas tienen dos ejes. Analizo la búsqueda de encuentros eróticos y afectivos en la modernidad tardía teniendo en cuenta, por un lado, cómo dialogan —con agencias, resistencias y negociaciones— las personas heterosexuales ante los guiones sociales (Gagnon y Simon, 2005) de la heteronormatividad y el amor romántico; y por el otro, analizo cómo en esas búsquedas se genera lazo social entre los individuos.

Es decir, planteo una coexistencia entre el proceso de individualización —que apuesta a una búsqueda de la autorrealización individual y a la intensidad a partir de diversos vínculos eróticos y afectivos— y los guiones del amor romántico como ideal regulatorio de las búsquedas eróticas y afectivas.

Respecto del proceso de individualización, este se inscribe en un contexto de modernidad tardía donde hay una disolución de seguridades tradicionales en relación con el saber hacer, las creencias y las normas orientativas, y una emergencia de un nuevo tipo de cohesión social en la cual

prima el modelo biográfico vital. El pasaje de las certidumbres del progreso de la sociedad industrial hacia la soledad de la autorresponsabilidad y de la autodeterminación de sus vidas ha conformado un modelo de sociedad que Beck (1998) y Beck y Beck-Gernsheim (2003) denominan “sociedad de riesgo”. Explican los autores que este modelo de sociedad individualizada y signada por el hedonismo y el consumo —que es su vector— difiere de la primera modernidad.

En la primera modernidad o modernidad de la estructura, la sociedad estaba concebida como un sistema lineal, el cual tenía puntos de equilibrio separados, y solo fuerzas externas podían perturbar este equilibrio y conducir a un cambio de sistema; esta fase fue lineal, fue una cuestión de juicio determinado y de un seguir las normas. Por otra parte, la segunda modernidad no es lineal y es un asunto de búsqueda de normas y de juicio reflexivo que siempre se centra en la incertidumbre, en el riesgo, pero también deja la puerta abierta a la innovación; en esta, el individuo debe buscar la regla y establecer una conducta moral consciente y autónoma (Beck, 2003: 11).

En tanto artífices de su destino, en un contexto de individualización —o personalización, en términos de Lipovetsky (2000)— y hedonismo, los sujetos buscan optimizar sus elecciones y apuntan a la cumplimentación de deseos personales. Para Lipovetsky, el proceso de personalización elabora una sociedad flexible basada en la información y en la estimulación de las necesidades, el sexo, el culto a la naturalidad, al sentido del humor y a la cordialidad. La sociedad se organiza por “el máximo de elecciones privadas posibles, el mínimo de austeridad y el máximo deseo (...)” (Lipovetsky, 2000: 7). En esa búsqueda del máximo deseo los individuos no apuntan al desapego emocional, por el contrario, siguen aspirando a la intensidad emocional, aunque sea en la fugacidad del encuentro (Maffesoli, 2003). Lo que está en cuestionamiento en la posmodernidad

son las relaciones que se tornan repetitivas e inertes. Esto lleva a que las personas transiten por diferentes vínculos o parejas a lo largo de su vida y conformen, así, lo que he dado en denominar trayectorias eróticas y afectivas “*heterogéneas y zigzagueantes*” en pos de sus expectativas individuales y “la ‘personalidad’ viva del individuo” (Lipovetsky, 2000: 78). “Hay que buscar el frescor de vivir, reciclar los afectos, tirar todo lo que envejece: en los sistemas desestabilizados, la única ‘relación peligrosa’ es una relación prolongada indefinidamente” (*ibid.*: 79).

Los guiones sociales del amor romántico se reactualizan, apareciendo, con nuevas características, como un ideal regulatorio, en términos de Butler (2010). Son un horizonte de sentido del cual se valen las personas heterosexuales para vincularse eróticamente con otros (Illouz, 2007, 2012), tanto en espacios cara a cara como virtuales, pero que nunca se cumplen como tal, sino que se dan con resistencias, derivas, fricciones y agencias individuales. La cortesía masculina y la seducción en términos individuales, ya sean empleadas para tener solo una relación sexual o para proyectar un vínculo a largo plazo, siguen apareciendo como pautas de cortejo (Cosse, 2010) predominantes y percibidas como deseables por los sujetos (Rodríguez Salazar y Rodríguez Morales, 2016).

La teoría de los guiones sociales o *social scripts* de Gagnon y Simon (2005) analiza la sexualidad de los sujetos, incluidas las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos, desde una dimensión sociológica (Laumann, Gagnon, Michael y Stuart, 1994). Postulan que hay guiones, entendidos como construcciones sociales que varían según el contexto y no están pre-dados, que intervienen en las interacciones sexuales. Para estos autores ninguna actividad sexual podría suceder si no existiesen producciones sexuales y mentales bajo la forma de guiones que permiten a los actores atribuir un sentido sexual a diferentes situaciones y estados corporales (Bozon, 2004a: 129 en Jones, 2010). Los guiones operan en nuestra sexualidad en tres niveles, de

manera dinámica e interrelacionada: los escenarios culturales, que son narrativas intersubjetivas socialmente extendidas, como por ejemplo búsquedas de pareja signadas por el modelo del compañerismo o generar vínculos eróticos y/o afectivos a una determinada edad; los guiones interpersonales, que son patrones estructurados de interacción compuestos de secuencias ritualizadas de actos que permiten la coordinación de los encuentros y los rituales de interacción que los atraviesan; y los guiones intrapsíquicos, entendidos como planes y fantasías mediante los cuales los individuos orientan o reflexionan sobre su conducta pasada, actual o futura, por ejemplo cuando los/as entrevistados/as reflexionan sobre sus trayectorias afectivas, separaciones y búsquedas actuales.

Desde perspectivas feministas (De Beauvoir, 1998; Esteban, 2008; Esteban y Távora, 201; Firestone, 1976; Jóna>sdóttir, 1991, 1993; Rich, 1983), los guiones sociales del amor romántico han sido criticados a lo largo del siglo =”font-variant: small-caps;”>xx hasta nuestros días, en tanto parten de “un pensamiento amoroso” (Esteban, 2011: 23) conformado por un conjunto articulado de símbolos, nociones y teorías en torno al amor, que permea los espacios sociales e influye en las prácticas de los individuos estructurando relaciones desiguales de género, clase y etnia, y un modo heterosexual y normativo de entender el deseo, la identidad y el sujeto en su generalidad. Esta forma de comprender >el amor romántico implica una ideología en torno al amor que abarca a todas las relaciones afectivas de los sujetos.

En contraste con este modo de evaluar críticamente el amor romántico, Giddens (2006) entiende que para principios de la década del noventa hubo una transformación democratizadora de la intimidad y de las relaciones de género, a la cual el autor denomina “amor confluyente”. Este tipo de amor, si bien posee características del amor romántico, se diferencia de él, dado que reviste un carácter contin-

gente que cuestiona la condición necesaria de la fidelidad y del amor para toda la vida. En este tipo de amor prima una mayor democratización y reciprocidad entre los sujetos.

Si bien ambos enfoques —pensamiento amoroso y amor confluyente— son antagónicos con relación al carácter opresivo del amor, considero que desde ambas perspectivas puedo observar y analizar, por un lado, qué características y discontinuidades aparecen cuando mujeres y varones se vinculan erótica y afectivamente, y por el otro, cómo son percibidos estos vínculos por los propios sujetos.

A partir de estas concepciones disímiles sobre el amor romántico, que serán abordadas como series (Foucault, 1970) coexistentes y en tensión, caracterizo al amor romántico como la idealización del sujeto amado, la promesa de fidelidad (monogamia) y la propuesta de un proyecto compartido que dure en el tiempo (Alberoni, 1998; Tenorio Tovar, 2012). En el amor romántico —que incorpora elementos del amor pasión, como la idea de “búsqueda” del ser amado ideal—, los afectos y sus expresiones corporales, como caricias o besos, pasan a ser relevantes. Asimismo, la conexión entre el amor y la atracción sexual, propias del amor pasión, se perpetúan en los idearios románticos (Alberoni, 1998). Otros elementos que configuran el amor romántico son el amor agápico, que implica la entrega total al sujeto amado (Bataille, 2010; Illouz, 2009), la intimidad y la representación de que el lazo amoroso debe ser el vínculo más importante en los sujetos.

En mi tesis de maestría²⁰, en la cual estudié la tensión entre el amor romántico y la violencia en las primeras relaciones de noviazgos heterosexuales de sectores medios

²⁰ Mi interés por el estudio del amor romántico tiene sus inicios en mi tesis de maestría denominada “Las dinámicas de la violencia contra las mujeres y el amor en los primeros noviazgos juveniles en el Área Metropolitana de Buenos Aires”, defendida en el año 2015. En la tesis de doctorado continúo indagando en la temática del amor romántico en personas heterosexuales de sectores medios, pero pongo el foco en las búsquedas y en las interacciones que tienen lugar durante ellas, y en otro segmento etario.

del Área Metropolitana de Buenos Aires, observé cómo las fisuras en dichas representaciones románticas generan situaciones y dinámicas de conflicto y discusión —violencias, celos y control— que, aunque recaen principalmente sobre las mujeres, son propiciadas y avaladas por ambos miembros de la relación (Osborne, 2008; Palumbo, 2015). La noción de amor confluyente (Giddens, 2006) me permite visualizar que en la actualidad, dentro de los vínculos eróticos y/o afectivos, aparecen nuevas agencias y resistencias femeninas al carácter opresivo del amor romántico, como por ejemplo las negociaciones entre ambos miembros para lograr una mayor satisfacción (Palumbo, 2015; Rebhun, 1999).

El amor romántico se ubica dentro de una matriz heteronormativa, la cual implica una institución social que excede las prácticas heterosexuales, ya que “las prácticas heterosexuales no son lo mismo que las normas heterosexuales” (Butler, 2006: 282). La heteronormatividad (Meccia, 2016; Serrato, 2015) toma a la heterosexualidad como una norma universal y natural y como un factor obligatorio para la institución de los lazos afectivos, filiales y de otras uniones (Libson, 2009). En tanto es una ideología que comprende a la sociedad heterosexual como un hecho social total que se presenta como natural, se torna resistente al análisis (Wittig, 1992).

Paul Johnson (2005) considera el amor romántico y la heterosexualidad como normas naturalizadas que se inscriben conjuntamente. El pensamiento amoroso legitima prácticas e identidades heteronormativas basadas en los principios de la monogamia, la procreación, la cohabitación (Esteban, 2011) y la necesidad de entablar vínculos eróticos y/o afectivos para la autorrealización subjetiva (Illouz, 2007, 2010; Johnson, 2005).

En esta investigación analizo el amor romántico, retomando la apuesta teórica que hace Judith Butler (2006, 2010) para pensar el género. Para la autora, la idea de que exista una identidad personal estable, fija, objetiva,

convierte a la identidad de género en un ideal regulatorio que postula la coherencia entre sexo-género-deseo. Los géneros inteligibles serán aquellos que “de alguna manera instauran y mantienen relaciones de coherencia y continuidad entre sexo, género, práctica sexual y deseo” (Butler, 2010: 72). Según el desarrollo de la autora, no existe un lugar “original” normativo. No hay algo “original”, una “verdad interna” del género, sino que se produce performativamente —no es un hecho aislado de su contexto, sino que es una práctica social, una reiteración continuada y constante de la normativa de género— y es impuesto por las prácticas reguladoras de la coherencia de género. Ese *hacer* se presenta como una imitación, una copia fallida, y en cada una de sus *performances* los significados de género, que pertenecen a la institución de la heterosexualidad obligatoria, se resignifican y recontextualizan. “Como imitaciones que en efecto desplazan el significado del original, imitan el mito de la originalidad en sí” (Butler, 2010: 270).

La sexualidad se construye culturalmente dentro de las normas de género o de la matriz heterosexual, no hay un afuera —tanto el sexo como el género son construcciones, citamos las normas de forma imperfecta, porque estas son ideales y como tales inalcanzables—. La continuidad y coherencia entre sexo, género, práctica sexual y deseo es el resultado de la hegemonía de la matriz heterosexual. Esta opera sobre el deseo, que exige e instaura que para que los cuerpos sean coherentes y tengan sentido debe haber un sexo estable a través de un género estable. “Instituir una heterosexualidad obligatoria y naturalizada reglamenta al género como una relación binaria en la que el término masculino se distingue del femenino, y esta diferenciación se consigue mediante las prácticas del deseo heterosexual” (Butler, 2010: 81).

Retomo la idea del carácter performativo del género para pensar el amor romántico, parte de la norma heterosexual (Johnson, 2005), como aquel ideal regulatorio u horizonte que poseen las personas heterosexuales al momento

de entablar vínculos eróticos y/o afectivos, y que es performato por los propios sujetos como copias fallidas, con tensiones, resistencias y negociaciones. Un ejemplo de ello son aquellas personas entrevistadas que entablan y reentablan parejas, una y otra vez, basándose en idearios románticos, a saber, el amor para toda la vida, la construcción de familias ensambladas o la monogamia.

Asimismo, no comprendo la heterosexualidad como sinónimo de norma heterosexual o heteronormatividad. Retomando la cita de Butler que reproduce párrafos antes, “las prácticas heterosexuales no son lo mismo que las normas heterosexuales” (Butler, 2006: 282). No analizo la heterosexualidad como una categoría fija, sino que, desde la perspectiva de análisis de Butler, las personas heterosexuales performan su sexualidad con resistencias, tensiones y negociaciones con la heteronormatividad. En esta línea, Carlos Figari (2008), en su estudio sobre el heteroerotismo masculino, acuña el concepto de heterosexualidades flexibles. Identifica que hombres que se definen a sí mismos como heterosexuales alteran, de algún modo, el canon de las metáforas genéricas de diferenciación y caracterización erótica propias de la matriz heterosexual hegemónica. La heterosexualidad de los varones, explica el autor, puede ser vivida con una variedad de estilos de vida. En su carácter de *iterabilidad*, transgreden, desvían o reproducen las masculinidades heterosexuales.

Sin negar la idea compartida por el feminismo lésbico radical sobre la obligatoriedad de la heterosexualidad (por ejemplo, Jeffreys, 1990; Kitzinger, 1994), entendida como institución política y social opresiva en términos económicos, de raza y de género que opera en detrimento de las mujeres (Rich, 1980), complejizo esta premisa. Analizo cómo son las prácticas de las personas heterosexuales, cómo negocian, se vinculan, adecuan y resisten a la heteronormatividad. Explica Richardson (1998) que a simple vista la heterosexualidad está institucionalizada y naturalizada como una forma particular de prácticas y relaciones

coherentes, naturales, monolíticas y universales. No obstante, la autora postula que debemos analizar la categoría de “heterosexual” como una construcción atravesada por una diversidad de significados y acuerdos sociales dentro de ella, por lo cual no puede ser definida de manera homogénea y unitaria (Jackson, 1998; Rich, 1980).

Jackson (1998) analiza la heterosexualidad desde cuatro dimensiones, aunque en la práctica cotidiana se den interrelacionadas: su institución dentro de la cultura y la sociedad, las identidades sociales y políticas asociadas a ella, las prácticas y las experiencias. La heterosexualidad como institución, práctica, experiencia e identidad no es solo sexual. Por ejemplo, la institución central de la heterosexualidad, el matrimonio, se expande como norma por toda la sociedad y es practicada también por personas no heterosexuales.

El análisis constructivista de la heterosexualidad nos lleva a la pregunta por la producción de los géneros. Me valgo de la noción de género de Teresa de Lauretis (1996), quien, desde una perspectiva foucaultiana y feminista, retoma y profundiza el concepto de tecnología del sexo de Foucault.²¹ Aborda el género, y la sexualidad como el conjunto de efectos producidos en los cuerpos, en los comportamientos y en las relaciones sociales; y no como una propiedad inherente a ellos. De Lauretis propone pensar el género por fuera de cualquier definición que lo acerque a la noción de diferencia sexual, y lo analiza como el producto y el proceso de un conjunto de tecnologías sociales, de discursos institucionales, de epistemologías y prácticas críticas y de la vida cotidiana. Las tecnologías de género son

²¹ Teresa de Lauretis (1996) explica que Foucault, en el primer tomo de *Historia de la sexualidad* (2006), analiza cómo la sexualidad, comúnmente pensada como natural y privada, es en realidad construida en la cultura de acuerdo con los propósitos políticos de la clase social dominante. Las tecnologías del sexo son un conjunto de técnicas para maximizar la vida que han sido desarrolladas y desplegadas por la burguesía desde finales del siglo style="font-size: small; font-weight: normal;">XVIII para asegurar su supervivencia de clase y su hegemonía permanente.

dispositivos sociales de subjetivación que se presentan de manera diferencial en los sujetos femeninos y masculinos. “La construcción de género prosigue hoy a través de varias tecnologías de género (por ejemplo, el cine) y de discursos institucionales (por ejemplo, teorías) con poder para controlar el campo de significación social y entonces producir, promover e> “implantar” representaciones de género” (De Lauretis, 1996: 25). No obstante, el despliegue de estas tecnologías está signado por tensiones y quiebres.

En relación con las búsquedas de vínculos eróticos y afectivos, los espacios terapéuticos o el discurso del amor de pareja son tecnologías de género que operan moldeando estas búsquedas, según el género de los actores.

Otro elemento central al momento de analizar las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos en la posmodernidad, y que me propongo problematizar a lo largo de la investigación, es la proliferación de redes sociales y aplicaciones (Brea, 2007; Machado, 2009; Vilches, 2010). Estas han ampliado la posibilidad de sociabilidad erótica y afectiva (Rodríguez Salazar y Rodríguez Morales, 2016). La virtualidad genera nuevos modos de socialidad para los sujetos (Maffesoli, 2009) y son espacios desde los cuales mujeres y varones logran nuevos tipos de agencias y expectativas, tal como veremos en el análisis. Estas perspectivas, en las cuales me enmarco, entienden la virtualidad como generadora de vínculos sociales. Se contraponen a las perspectivas de Bauman (2003) y Sibilia (2008), quienes explican que estamos ante un contexto de modernidad líquida (Bauman, 2003) signado por una sacralización de la individualidad y una pérdida de los lazos sociales. Considero que en el mundo virtual hay sociabilidad y continuidad de experiencias y sensaciones con el mundo no virtual. Los individuos se relacionan entre sí a través de medios virtuales para posteriormente encontrarse cara a cara, y viceversa (Rodríguez Salazar y Rodríguez Morales, 2016). Es decir, hay una interrelación entre los vínculos *online* (en línea) y *offline* (fuera de línea) (Constable, 2008; Kaufmann,

2012; Linne y Basile, 2014; Rodríguez Salazar y Rodríguez Morales, 2016). Esta vinculación es denominada *onlife* por Briones Medina (2017) y Floridi (2015).

En este marco de rupturas de formas modernas de cohesión social y en donde las contradicciones sociales se resuelven de modo individual, los sujetos experimentan su vida en una tensión entre la búsqueda de cohesión y de libertad. Zygmunt Bauman (2013), en libros posteriores, resume esta dualidad en “[el] conflicto entre la necesidad de darse la mano por un anhelo de seguridad y la necesidad de soltarse por un anhelo de libertad” (Bauman, 2013: 24). Es decir, la individualización no es sinónimo de individualismo o fragmentación social, sino que supone institucionalización. “La esfera privada no es lo que parece ser, una esfera separada del ambiente. El lado externo penetra en el interior e influye en lo privado de las relaciones y decisiones” (Beck, 1998: 169). El mercado, los medios masivos de comunicación, el sistema educativo, el trabajo, entre otros ámbitos, afectan las biografías privadas.

En este apartado explicité mis coordenadas teóricas que me permitirán analizar la búsqueda de encuentros eróticos y afectivos teniendo en cuenta, por un lado, cómo dialogan —con agencias, resistencias y negociaciones— las personas heterosexuales ante los guiones sociales (Gagnon y Simon, 2005) de la heteronormatividad y del amor romántico; y por el otro, cómo en esas búsquedas se genera lazo social entre los individuos.

4. Investigar el amor desde las ciencias sociales. Delimitación del campo y cómo lo investigo

En tanto este libro se encarga de estudiar las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos, en esta sección me propongo **delimitar el campo** de los estudios sociales del amor. Es decir, aquellas perspectivas que lo abordan más

allá de su carácter psicológico o individual. Los feminismos han sido los primeros en problematizar el carácter opresivo del amor romántico, en su dimensión social. Sin embargo, según Anna Jónasdóttir (2014), una de las pioneras en el campo de los estudios del amor, aún hoy hay una escasez de estudios sobre el amor romántico desde perspectivas feministas. Recién a partir de 2008 aparecieron redes de investigación o académicas que concentraron su interés en las temáticas del amor.

La autora reconoce que en la década del ochenta hubo aportes significativos a los análisis del amor, el cuidado y los afectos (Ferguson, 1989, 1991; Hochschild, 1983), pero estos estudios se anclaban en función de la actividad productiva. Por su parte, la vertiente filosófica del feminismo francés de la diferencia se ha preocupado por estudiar el amor más allá del aspecto de opresión sexual y de género, sobre todo en la literatura y en los estudios culturales (Kristeva, 1987; Irigaray, 2002). Sin embargo, esta perspectiva no se profundizó en las ciencias sociales.

Otra vertiente que recuperó el amor en esa época fue la de las académicas feministas que se concentraron en los estudios de la ciencia y la teoría del conocimiento. El amor era invocado como un poder epistemológicamente creativo que posibilitaba a los/as científicos/as su búsqueda de conocimiento válido y confiable (Jaggar, 1989; Keller, 1995; Rose, 1994).

Según Jónasdóttir (2014) y Smart (2007), en el contexto académico de la sociología, sobre todo de la teoría social, estudiar el amor, hasta finales de la década del ochenta, era visto como vergonzoso y riesgoso para la buena reputación del/a investigador/a. Trabajos pioneros que problematizan el amor desde las ciencias sociales son los de Luhmann (1985), Giddens (1997, 2006) y Beck y Beck-Gernsheim (2001). Estos trabajos fueron seguidos por los de Illouz (1997, 2007, 2012), Bauman (2003) y Kaufmann (2011).

También hacia fines de la década del ochenta se da el “giro afectivo” y el “giro emocional” (López, 2014) dentro de las ciencias sociales y humanísticas, gracias a los aportes de los feminismos académicos. A partir de este cambio se toman en cuenta los afectos y la sexualidad en la construcción de conocimiento y como fenómeno de análisis. López denomina “giro afectivo” y “giro emocional” a un enfoque teórico-metodológico que, sin negar la importancia de lo discursivo, sostiene la necesidad de reconocer que en las dinámicas sociales están en juego fuerzas del orden de lo corporal irreductibles a la interpelación discursiva (López, 2014: 263).

Por su parte, Marina Ariza (2016) sostiene que, dentro de este giro afectivo, en las ciencias sociales y humanísticas aparece un interés por relevar la centralidad del actor sintiente, el cuerpo y la afectividad, en el análisis de la realidad social. Los factores que Ariza (2016: 10) identifica en la emergencia de este interés dentro de estas disciplinas son el declive de la hegemonía del positivismo; el interés cada vez mayor por los aspectos subjetivos y culturales de la acción social; la crítica posmoderna a la producción de conocimiento; la influencia crítica del pensamiento feminista y sus desarrollos teóricos; las reflexiones sobre la modernidad tardía; el avance de las neurociencias en distintas áreas de saber, y la llamada emocionalización de la vida pública, que se refiere al papel cada vez más decisivo que desempeñan las emociones en la transformación de la vida pública, en particular en los medios de comunicación, la salud y la esfera jurídica (Lara y Enciso, 2013). Hay una reconfiguración de la producción de conocimiento encaminada a profundizar en dicha emocionalización (Greco y Stenner, 2008) y a comprender el estudio de los afectos por fuera de los discursos *psi*, como una propiedad de la interacción social y en su carácter indisoluble del contexto en que se produce (Barbalet, 2001).

Una segunda cuestión es **cómo estudiar** el amor. La perspectiva interaccionista (Goffman, 1970, 1971, 1979; Collins, 2009), en la cual se inscribe esta investigación, posee una lectura del cuerpo basada en los aportes de la teoría fenomenológica de Merleau-Ponty (1970), la cual comprende que el mundo es entendido a través del cuerpo, como experiencia sensible atravesada y generadora de emociones (García Andrade y Sabido Ramos, 2014). Es decir, el estudio del amor es indisociable de la dimensión corporal.

En las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos y en las interacciones que se desarrollan en esos encuentros, los sujetos buscan energía emocional, la cual se da desde una dimensión corporal. Collins establece que “la sociedad es, ante todo y por encima de todo, una actividad corporal” (Collins, 2009: 56). Para el enfoque de la microsociología de Collins (2009), las personas sienten las situaciones atrayentes o repulsivas de acuerdo con la cantidad de energía emocional que los rituales de interacción pueden proveerles.

Desde esta premisa, García Andrade y Sabido Ramos (2014) analizan las emociones como vínculos afectivos. Esta definición apunta al carácter relacional de las emociones y se aleja de aquellas posturas individualistas (Turner y Stets, 2005) y del debate teórico sobre qué es, en su particularidad, una emoción. Existe una disputa entre quienes incluyen al amor como emoción y quienes no (Felmlee y Sprecher, 2006). Las razones para afirmar que no es una emoción son que es una “actitud” de una persona hacia otra (Rubin, 1970), una trama (Ekman, 1992), un sentimiento (Turner, 1994), un síndrome emocional culturalmente construido (Averill, 1985) o una mezcla de distintas emociones, como la alegría y la ansiedad (Izard, 1992). Quienes sí sostienen que el amor es una emoción se sustentan en que el amor es una emoción universal que está en diversas culturas (Felmlee y Sprecher, 2006).

García Andrade y Sabido Ramos (2014) proponen una superación de estos debates desde una perspectiva sociológica. En vez de pensar el amor como emoción, proponen

pensarlo relacionalmente, como forma de vinculación entre los seres humanos. Colocan el foco de análisis en la vinculación afectiva que se desarrolla a través de las emociones (una vinculación emocional que puede ser sufrida o gozada), para así explicar estructuras sociales más allá del impacto individual de una emoción. Para dicho propósito, toman el término “vinculaciones afectivas” de Elias (1999), el cual remite a que necesitamos de los otros para la satisfacción o insatisfacción individual. Es decir, el término “vinculación afectiva” piensa el binomio individuo-sociedad en correlación, uno se explica por el otro. Este modo de comprender la afectividad pone su foco en el carácter relacional, en el *nosotros*, de las emociones que se desarrollan en las interacciones (García Andrade y Sabido Ramos, 2014).

Por su parte, Sara Ahmed también propone acabar con la separación entre emociones y afectividad propuesta por Massumi (2011). Para Massumi la dimensión afectiva está situada en el terreno de la inmanencia y la emocional está atravesada por la cultura, significada por los discursos y el lenguaje. Mientras que Ahmed entiende esta separación como una reinstalación de la falacia opositiva cultura/naturaleza, que ignora el carácter sobredeterminado de los procesos corporales (López, 2015: 14). Lo que se debe analizar, según Ahmed (2015), en contraposición con los modelos psicológicos, es el efecto de la circulación y el contacto de los afectos —no diferenciados de las emociones—.

Mi perspectiva de análisis sobre la afectividad retoma estos puntos de vista que ponen el foco en el carácter relacional de los afectos y que superan aquellos debates esencializadores entre emociones y afectos.

Esta investigación, tal como se explicitó en el objetivo, tiene una perspectiva teórica de análisis interaccionista, basada en las lecturas de Erving Goffman y Randall Collins. Las interacciones para Erving Goffman implican “la influencia recíproca de un individuo sobre las acciones del otro cuando se encuentran ambos en presencia física inmediata” (Goffman, 1971: 27). En otras palabras, cuando

dos personas interactúan cara a cara, influyen mutuamente sus acciones, de manera que el actor guiará su actuación ajustándose a los papeles representados por los otros actores, que a su vez son su público.

La co-presencia física devendrá en encuentro cuando se transforme en interacción enfocada, con un foco de interacción común y de intensidad entre al menos dos personas (Collins, 2009). Para Goffman, los encuentros son tipos de interacciones signadas por normas que sincronizan el proceso de obtener la atención del orador y de que este obtenga la de uno; “existe una etiqueta para iniciar un encuentro y para poner fin a este” (1979: 24).

Los rituales de interacción y sus cadenas de rituales de interacción implican situaciones de encuentro entre dos o más personas cargadas de emociones²² y conciencia por efecto de las cadenas de encuentros vividas anteriormente, a partir de las cuales y en las cuales se infieren, desarrollan, (re)producen, perciben, improvisan creencias y emociones, valores, memorias, acciones, estructuras y moralidades (Collins, 2009). Es decir, los rituales de interacción operan en las ocasiones en que se conjuga un alto grado de foco de atención compartido (esto es, un nivel elevado de intersubjetividad) con un alto grado de consonancia emocional, mediante la sincronización corporal, fruto de mutua estimulación/excitación de los sistemas nerviosos de los participantes. Producen sentimientos de membresía a través de símbolos compartidos, como energía emocional que los participantes sienten y que les despierta sentimientos de seguridad en sí mismos y entusiasmo (Collins, 2009: 65).

²² Según Marina Ariza (2016), la teoría de la interacción ritual de Collins (2009) se ancla en la noción de efervescencia colectiva de Durkheim (1993), la cual se refiere a un estado emocional y pasional de corta duración, con capacidad de producir modificaciones importantes en el mapa normativo de una sociedad, ya sea de carácter disruptivo o de cohesión (Durkheim, 1993; Nocera, 2009).

La distribución de la energía emocional se da de forma desigual, según las posiciones relativas de poder y estatus. Las relaciones humanas se ven regidas por dos tipos de rituales, de poder y estatus. En los rituales de interacción las personas buscan aumentar su energía emocional. “Los individuos ganan o pierden energía emocional tanto en las interacciones de poder como en las interacciones de estatus” (Collins, 2009: 162). Los participantes pueden sentirse fuertes, seguros y deseosos de tomar iniciativas, o lo contrario, si el ritual de interacción los estigmatiza o excluye; su poder motivacional proviene de la confianza, consciente o no, en el respaldo que la membresía grupal (estatus intra-grupo y rango del grupo en la estructura social) confiere a la propia posición y a sus actos (Iranzo, 2005).

Algunos ejemplos de rituales de interacción que aparecen en la búsqueda de encuentros eróticos y/o afectivos y en las interacciones que allí se dan son una charla, una carcajada compartida (virtual o cara a cara), un beso y otras formas de seducción. En estos rituales de interacción los individuos se sumergen corporalmente y se da una sincronización. En aquellos casos donde el decoro ritual se rompe, los sujetos sienten lo que Collins (2009) denomina una incomodidad moral. Me interesa observar durante las interacciones cuáles son los elementos que aumentan la energía emocional y cuáles producen un efecto contrario.

Como se desprende de la descripción de los rituales de interacción, en las interacciones se intercambian dos tipos de información: la que da una persona voluntariamente y la que “delata”. La información que delata, a pesar de lo que quiera mostrar, depende de las formas emanadas de su cuerpo (voz, ojos, posturas corporales). “Desde los gestos corporales se deducen otros aspectos, no apreciables de otro modo, de su situación” (Goffman, 1979: 30). A partir de esta “externalización” o “glosa corporal”, los individuos en una determinada situación, en este caso las interacciones en espacios de citas y de encuentros, desarrollan corporalmente un “*display* (despliegue) de intenciones” que son

interpretables y predecibles por el resto de los individuos (Goffman, 1979: 30). En el trabajo de seducción, el cuerpo crea situaciones de intimidad o proximidad corporal (Simmel, 1939), que exceden las relaciones sexuales, como por ejemplo en el baile o cuando los sujetos *chatean*²³.

El cuerpo no es solo una entidad física que poseemos, es también un sistema de acción y su implicancia en las interacciones de la vida cotidiana. El cuerpo no es reducible a un simple aspecto anatómico, porque el sujeto y su cuerpo se van constituyendo en relación con quienes interactúan en determinado espacio-tiempo (Giddens, 1997; Le Breton, 1995; Turner, 1984). Para Nancy (2007), los cuerpos están abiertos, tensionados desde diferentes frentes, son diferencias cargadas de fuerzas situadas y tensadas unas contra las otras, lo cual implica que los cuerpos son todo lo contrario de lo cerrado y lo acabado, son abiertos, expuestos y tensionados. Son cuerpos vivientes dotados de energía, que afectan y son afectados, que resisten y actúan. “Los sujetos no llevan una vida según el movimiento de los cuerpos celestes, sino, como lo sostiene Max Dorra (2005: 33), según los movimientos que producen en nosotros los sucesivos encuentros que tejen parte de nuestra vida cotidiana” (Frigerio, 2006: 39). En los encuentros se generan vinculaciones afectivas (Elias, 1999; García Andrade y Sabido Ramos, 2014) que generan vergüenza, alegría, incertidumbre. Tal como propone Ahmed (2015), el estudio de los afectos debe poner su foco en su circulación y en sus efectos.

Elizabeth Grosz (1994) y Judith Butler (2002) cuestionan la idea de un cuerpo pre-dado, pasivo, sobre el cual se configuran preceptos culturales, y consideran los discursos como creadores de la idea de un cuerpo “natural” que justifica ciertas creencias y regímenes corporales. Grosz (1994) interpreta el cuerpo como un umbral en el cual se ponen en

²³ El verbo *chatear* es un término que se utiliza en la jerga informática para indicar que se mantiene una conversación con una o más personas a través de Internet. Es una palabra derivada del inglés *chat* (charla).

tensión diversos binarismos. En esta línea, Donna Haraway (1991) comprende que hay una ruptura de los dualismos modernos entre yo y otro, cuerpo y mente, humano y animal, humano y máquina —que provienen del despliegue de nuevas tecnologías cibernéticas en la biología y la medicina—, en los lugares de trabajo, en las escuelas, en las lógicas de dominación del capital transnacional, entre otras áreas de la vida social. Estos límites fluidos están generando la existencia de sujetos y organismos híbridos, que pueden ser englobados dentro de la metáfora de *cyborgs*. Por ejemplo, la búsqueda de un encuentro erótico en una aplicación como Tinder puede llevar a sensaciones concretas como la excitación o el aburrimiento. A su vez, el uso constante y elemental que han pasado a tener en nuestra vida cotidiana los *smartphones* (teléfonos inteligentes), donde se descarga la aplicación, permite que estos puedan ser conceptualizados como *prótesis* de nuestros cuerpos “(...) a pesar de no encontrarse en contacto directo con nuestro cuerpo; a pesar de no ser una prótesis penetrante” (Andrada de Gregorio y Sánchez Perera, 2013: 50).

Otra dimensión al momento de estudiar la sociabilidad amorosa y erótica es la espacialidad donde estos sujetos, desde sus afectos corporalmente encarnados, sociabilizan (Sívori, 2005). Las vinculaciones afectivas que aparecen al momento de la búsqueda o en las interacciones eróticas y afectivas se pueden desarrollar en una multiplicidad de espacios, pero hay lugares específicos, tanto cara a cara como virtuales, como por ejemplo páginas web, aplicaciones, redes sociales, clubes de solos y solas, restaurantes, vinotecas, establecimientos bailables, tales como milongas, bares o discotecas. Deirdre Conlon (2004) y Henri Lefebvre (1991) establecen que el espacio social está imbricado a la noción de sexualidad. Comprenden el espacio como constitutivo, productor y permeado por relaciones sociales. Los espacios no son simplemente un escenario, sino que son constantemente (re)producidos dentro de complejas relaciones entre la cultura, el poder y las diferencias, y varían

a lo largo del tiempo. Los espacios y los lugares y los sentidos que los sujetos les otorgan están atravesados por el género (Massey, 1994).

Para Leticia Sabsay existe una mutua implicación entre espacialidad, sexualidad e identidad que funciona como “frontera imaginaria y espacial, no solo organiza, clasifica y jerarquiza las prácticas sociales, sino que opera de forma performativa, interpelando a los distintos sujetos sociales, y de este modo participa en la configuración del imaginario de cada identidad social” (Sabsay, 2011: 72). En este sentido, Phil Hubbard (2001) propone que existe una geografía de la ciudadanía sexual que organiza y naturaliza la heterosexualidad, y así divide y confina grupos sexualmente disidentes. Los sitios webs de citas, aplicaciones y lugares de sociabilidad cara a cara aquí analizados se presentan naturalmente como heterosexuales, y en los casos que apunten a otro público lo indicarán específicamente.

Por último, para mi interpretación sobre la edad retomo la perspectiva de Mike Featherstone y Mike Hepworth (1991), sociólogos especializados en gerontología, quienes ubican la mediana edad o la mitad de la vida en el rango de entre los 35 y 65 años, y la vincula a la menopausia femenina y a la andropausia masculina. Los autores explican que hay una diferencia entre un cuerpo ante el espejo y el *self* que lo ve. La edad, por los años acumulados, que aparece frente al espejo funciona como una máscara que no se condice necesariamente con la edad que sienten subjetivamente las personas. Esta tensión que puede resumirse entre *look age* (parecer de una edad) y *feel age* (sentirse de una edad) no implica que la máscara o el sentido subjetivo sean lo real, sino que la idea de la máscara refleja una contradicción entre la apariencia ante los otros y los sentimientos y la identidad íntima. Los autores concluyen que la edad personal tiende a ser más joven que la cronológica y a decrecer a medida que aumentan los años de los sujetos. A

esto se suma el hecho de que las personas de sectores de clase media en una economía de consumo compran productos que los hacen ver y sentir más jóvenes.

La representación social sustentada en la edad cronológica desconoce la tensión entre *look age* y *feel age* y conlleva, en términos de los autores, estigmatizaciones sociales. Esta lectura me resulta enriquecedora para indagar en los mandatos sociales en torno al estar en pareja (o no) en relación con cómo se sienten los propios actores respecto a su edad, y si estos mandatos intervienen en la búsqueda de vínculos eróticos y afectivos.

5. Estructura

La estructura del libro se basa en un capítulo inicial metodológico, dos partes y un capítulo de recapitulación y conclusiones. La primera parte trata sobre las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos; la segunda, sobre las interacciones que tienen lugar durante dichas búsquedas en los espacios de sociabilidad del mercado erótico y/o afectivo.

En el capítulo 1 describo la estrategia metodológica y las fuentes de construcción de datos. Explicito mi propuesta metodológica y reflexiva de análisis.

El libro se divide en dos partes. La primera parte, que incluye los capítulos 2 y 3, se aboca al análisis de las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos. En el capítulo 2 analizo cómo es vivenciado el hecho de no estar en pareja por las personas solteras, separadas o divorciadas y cuáles son las expectativas y motivaciones que poseen estas personas al momento de buscar encuentros eróticos y/o afectivos. Es decir, cómo es experimentada la condición de la soltería y cómo las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos son formas de tramitarla. Para el análisis se tendrán en cuenta las dimensiones de edad, género y clase,

como así también cómo operan los guiones de la heteronormatividad en relación con el amor romántico en las personas que no están en pareja y que buscan encuentros eróticos y/o afectivos.

En el capítulo 3 describo y analizo los criterios de selección al momento de buscar encuentros eróticos y/o afectivos por parte de varones y mujeres que no están en pareja. Los criterios de selección que intervienen al momento de sociabilizar están atravesados por la clase social, la edad, las expectativas de género y las características corporales, entre otros. A la luz del análisis de estos criterios, indago en los modos en que estas personas perciben y utilizan los espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales, con vistas a encuentros eróticos y/o afectivos, de forma comparada.

La segunda parte, que incluye los capítulos 4, 5 y 6, se aboca al análisis de las interacciones que tienen lugar durante las búsquedas en los espacios de sociabilidad erótica y/o afectiva. En el capítulo 4 examino el mercado de sitios virtuales y de encuentros cara a cara a los cuales estos sujetos acceden, y analizo el mercado como marco para que se desarrollen las interacciones entre organizadores/as y clientes/as. Para tal fin tengo en cuenta las vinculaciones afectivas que se dan entre ellos.

En los capítulos 5 y 6 analizo las interacciones que se desarrollan durante las búsquedas en los espacios de sociabilidad del mercado erótico y/o afectivo. En el capítulo 5 examino las interacciones que acontecen en los espacios de sociabilidad cara a cara. Tengo en cuenta, por un lado, las pautas de cortejo y seducción, los afectos que circulan en ellas y las corporalidades en relación con el capital erótico. Por el otro, observo cómo la energía emocional se incrementa o disminuye en cada una de las situaciones. Las interacciones cara a cara son reconstruidas a partir de mis observaciones y los relatos de las entrevistas; para las virtuales me valgo de las entrevistas, ya que a partir de mis observaciones de las aplicaciones solo puedo tener acceso

a los perfiles públicos de los/as usuarios/as, pero no a sus conversaciones y coincidencias con otros usuarios, dado que son privadas.

Por último, en el capítulo 6, desarrollo una descripción y análisis pormenorizado de escenas de primera cita. Abordo casos donde el primer acercamiento se haya originado en espacios virtuales de sociabilidad erótica y/o afectiva, y otros en los cuales haya tenido lugar en ámbitos cara a cara. Para dicho fin indago en los guiones sociales heteronormativos y románticos que orientan la interacción, los consumos y las expectativas que aparecen según se trate de varones o de mujeres.

PRIMERA PARTE.
Las búsquedas
de encuentros eróticos y/o
afectivos

1

Investigar sobre afectividad y sexualidad

Metodología y reflexividad

El capítulo se estructura en dos bloques: por un lado, la estrategia metodológica y las fuentes de construcción de datos; por el otro, la propuesta epistemológica y reflexiva de mi análisis.

1. Estrategia metodológica

La metodología de este libro se basa en un abordaje cualitativo. Para la construcción de los datos realicé observaciones participantes presenciales y virtuales, entrevistas en profundidad, mapas de espacios de interacción, y relevé y analicé notas periodísticas sobre los espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales, así como los contenidos de los sitios web de los espacios.

Observaciones

Para analizar las interacciones en estos encuentros realicé observaciones participantes cara a cara y virtuales. Juan Ignacio Piovani (2007) retoma a Barbara Kawulich (2005) para explicar que la observación participante conlleva el involucramiento de la investigadora en una variedad de

actividades, y por un período prolongado de tiempo, con el fin de observar a los miembros de una cultura en su vida cotidiana y participar de sus actividades facilitando una mejor comprensión de los mismos.

La técnica de la observación participante implica lograr el acceso a los espacios donde las interacciones se llevan a cabo, seleccionar informantes clave, concurrir sistemáticamente a estos espacios, clarificar hallazgos a través de controles con algunos de los miembros, llevar a cabo entrevistas formales y conversaciones informales, realizar un registro de notas organizadas y estructuradas que expliquen diversos aspectos de la población y la temática que se quiere abordar.

Los espacios cara a cara y virtuales fueron elegidos bajo el criterio de que representan una variedad de consumos culturales propios de los estilos de vida de personas de clase media, residentes en el Área Metropolitana de Buenos, y que están situados en barrios de clase media. Asimismo, los sitios web apuntan a personas pertenecientes a la clase media o media alta.

Pude tener acceso a estos casos a partir de una búsqueda que llevé a cabo sobre espacios de sociabilidad para personas del rango etario aquí abordado en diarios de circulación masiva, como *La Nación* y *Clarín*. Realicé, también, cinco entrevistas exploratorias a personas que no estaban en pareja, que eran de sectores de clase media y que transitaban por espacios de sociabilidad para “conocer gente”: espacios de danza, grupos de *runners* (corredores), cursos de fotografía, entre otros, y aplicaciones y sitios web.

De todos los espacios mencionados en las entrevistas exploratorias seleccioné las clases de salsa y bachata¹, las catas de vinos y los eventos de *speed dating* (citas rápidas o

¹ La salsa y la bachata son dos géneros musicales bailables originarios del Caribe y fusionados con otros ritmos urbanos y folclóricos.

multicitas)². Estos tres ámbitos de sociabilidad cara a cara fueron elegidos en base a distintos criterios. Representan una variedad de consumos culturales propios de sectores de clase media y son accesibles para los sujetos que los frecuentan, tanto económica como geográficamente. Estos ámbitos de sociabilidad son pagos pero económicos para los/as entrevistados/as, y están ubicados en barrios mayoritariamente de clase media de la Ciudad de Buenos Aires donde ellos/as circulan, tal como presento en la sección “Mapas de los espacios de interacción” dentro de este capítulo.

En relación con el criterio de regularidad, elegí las clases de baile, dado que, por poco o mucho tiempo, ya sean clases de *rock*, salsa, bachata o tango³, son una práctica frecuente entre los/as entrevistados/as. Elegí, teniendo en cuenta lo anterior, específicamente la salsa y la bachata porque son danzas donde dicen encontrar, de forma más explícita, aquello que buscan: más cercanía corporal, ya que son “bailes latinos”. La regularidad también aparece en las catas de vinos y se le agrega lo novedoso de este tipo de evento. Según el organizador de la cata, el consumo “masivo” de vinos *boutiques* y la proliferación de bodegas comenzó a gestarse al comienzo del nuevo siglo. Estos espacios como lugares de encuentro aparecieron en una nota en el diario *Clarín* (10 de mayo de 2015) denominada “Levante entre copas: el vino, una nueva excusa para buscar pareja”. Hoy hay una multiplicidad de vinerías en barrios de clase

² Cita rápida, speed dating o multicita es un proceso formalizado de emparejamiento o sistema de citas que consiste en que cada persona tiene diez citas en una noche, cada una del lapso de ocho minutos. Basado en el precepto de que “la primera impresión es la que vale”, propone que diez mujeres y diez varones de un mismo rango de edad tengan encuentros de ocho minutos, tiempo que es considerado como suficiente para saber si alguien resulta agradable o no.

³ Para el caso del tango y la milonga, véase Carozzi (2014, 2015). La autora estudia las relaciones entre las posiciones generizadas y la manera en que se distribuye el movimiento en el mundo del tango, a partir de una etnografía de clases de tango y milongas del centro de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

media que ofrecen eventos de catas a través de la red social Facebook. Además, me interesa el mundo del vino por sus efectos de desinhibición al momento de sociabilizar.

El sitio de *speed dating* fue elegido porque es un espacio donde la gente paga para tener citas y es promocionado de ese modo. Su dinámica, tal como presento en su descripción, permite tener una multiplicidad de citas en un lapso de tiempo corto. A diferencia de los eventos de *speed dating*, las clases de salsa y bachata y las catas de vinos no son promocionadas específicamente para personas que no están en pareja y que buscan encuentros eróticos y/o afectivos, pero, como analizo en la investigación, son elegidas principalmente por ellas. *A priori*, son pensadas por sus usuarios/as como espacios donde vincularse de ese modo. Este emergente es uno de los criterios que me llevó a analizar estos dos ámbitos.

Las aplicaciones y sitios web fueron elegidos también porque son utilizados masivamente por los/as informantes, son accesibles y se promocionan como espacios donde tener encuentros eróticos y/o afectivos. Los sitios web elegidos fueron Match y Badoo⁴ porque eran los más nombrados por los/as entrevistados/as y porque son presentados por los diarios *Clarín*, *La Nación* e *Infobae* como los sitios con más usuarios. La aplicación que me propuse seguir al principio de la investigación fue Tinder, por su masividad y la posibilidad, novedosa, de marcar con una cruz el desagrado y con un corazón el agrado por otro/a usuario/a.

A medida que avanzaba en el trabajo de campo, Happn aparecía como una aplicación ampliamente utilizada por mis informantes. Cuando Tinder empezó a masificarse ellos/as comenzaron a utilizar Happn. Mis informantes

⁴ Match y Badoo nacieron como sitios web, pero hoy pueden descargarse como aplicaciones para el celular. El último fue Match, desde octubre de 2016. En cambio, Tinder y Happn surgieron como aplicaciones. En el caso de Tinder, a partir de marzo de 2017 puede ser utilizada desde cualquier dispositivo con acceso a Internet (información recolectada en <http://blog.gotinder.com/introducing-tinder-online/>).

explican que Tinder comenzó a ser utilizada por usuarios/as que ellos consideran, en base a sus criterios estéticos de clase, de sectores sociales más bajos. Happn devino, entonces, como una aplicación donde encontrarse con personas de su estatus social. La relevancia que empezó a tener Happn para los/as usuarios/as de clase media me llevó a tomarla en consideración como un espacio virtual a ser observado.

a) Espacios de sociabilidad cara a cara

En primer lugar, observé tres espacios de sociabilidad cara a cara que se encuentran geográficamente ubicados en barrios de sectores medios de la Ciudad de Buenos Aires—Palermo, Almagro, Belgrano, Núñez, Las Cañitas, Recoleta, San Nicolás y Monserrat (zona del Microcentro)— y a los cuales concurren personas que viven en el Área Metropolitana de Buenos Aires: una discoteca donde se aprende y baila salsa y bachata, un sitio web que genera encuentros cara a cara en bares y pubs que tienen como propósito los eventos de *speed dating* y una vinería que realiza catas de vinos de bodegas nacionales e internacionales y propone dinámicas para que las personas que participan se conozcan y tengan temas de conversación en común, tales como charlas con *sommeliers*, cenas en mesas compartidas y conciertos de música *soul*, *jazz* y *blues*.

En relación con mi injerencia en el campo, a la discoteca donde se baila y se toman clases de salsa y bachata asistí una vez por semana por el transcurso de un año. A las catas de vinos fui a cada uno de los eventos que se promocionaban —en promedio dos por mes— durante un semestre. Mientras que al espacio de *speed dating* accedí solamente dos veces, dado que la persona que lo organiza comenzó a viajar para vender el producto por otros países de América Latina y encarar estrategias para diversificar su mercado. Pero pude realizarle tres entrevistas en profundidad de dos horas promedio cada una, además de mantener charlas

informales durante las observaciones y conversaciones por Whatsapp⁵. Para observar el espacio de *speed dating* y que mi presencia no fuese disruptiva para las personas y tampoco entorpeciera el trabajo de la organizadora, acordamos que cooperaría como colaboradora. Ella y dos empleados se encargaban de las cuestiones centrales del evento y yo los apoyaba en lo que me pidiesen, como por ejemplo acomodar las mesas y las sillas. Esto me permitió tener charlas informales con los/as personas que concurrían, observar las interacciones y pautar una entrevista con una de las usuarias de este servicio.

En estos espacios de sociabilidad les expliqué de forma oral a los/as organizadores/as y a cada uno de sus usuarios/as que estaba realizando una investigación y el propósito de la misma. Les solicité su consentimiento de forma oral, el cual fue otorgado. Asimismo, los/as organizadores/as de los espacios de salsa y bachata y de catas de vino me presentaron frente a todo el grupo, les comentaron mi investigación y les consultaron si estaban de acuerdo en que yo realizara mis observaciones. Luego tomé nota de lo observado y mantuve en todo momento el anonimato de las identidades de mis informantes.

Estos espacios de sociabilidad cara a cara tienen su contraparte virtual, tal como presentaré más adelante. Cada uno posee una página de Facebook o un sitio web en el cual se promocionan los eventos y se suben fotografías de los mismos; en el caso del *speed dating*, tiene una plataforma donde pueden visualizarse cuáles fueron los resultados de las citas. Es decir, hay una interrelación entre los vínculos *online* y *offline* (Constable, 2008; Kaufmann, 2012; Linné y Basile, 2014; Rodríguez Salazar y Rodríguez Morales, 2016). Pero a los fines analíticos, y dado que el énfasis de sus

⁵ WhatsApp es una aplicación de mensajería multiplataforma que permite enviar y recibir mensajes de texto, de voz, imágenes y videos

eventos está depositado en el encuentro cara a cara, ubico en ámbitos de sociabilidad cara a cara el mayor dinamismo de estos espacios.

Salsa y bachata

Las clases de salsa y bachata fueron un ámbito al que los/as entrevistados/as concurrían frecuentemente. Elegí uno de los espacios que los/as entrevistados/as refirieron en distintas oportunidades: una discoteca donde se imparten clases los martes, jueves y domingos. El evento es organizado por dos profesores, una mujer y un varón. Ellos/as dan junto con otra docente la clase de salsa y junto con otros/as profesores/as, que van variando, la de bachata. Luego de la clase de los jueves va un *disc-jockey* de salsa y bachata invitado y la noche se extiende hasta cerca de las cuatro de la mañana.

Hay personas que toman solo una de las dos clases y otros/as ambas. Sobre la edad de las personas que concurren a este espacio, si bien hay personas más jóvenes, la mayoría ronda entre los 35 y 45 años. La cantidad de varones y mujeres es en promedio similar, aunque en algunas oportunidades hay más varones que mujeres o viceversa.

Para la investigación observé las distintas clases de salsa y bachata, pero sobre todo las de los días domingos, debido a que había más cantidad de personas. En relación con la dinámica de las clases, las de bachata tienen lugar de 19 a 20:30 horas y las de salsa de 20:30 a 22 horas.

El espacio donde tienen lugar las clases es grande; hay dos pisos, aunque para las clases se utiliza solo uno en forma de rectángulo. De un lado está la puerta y enfrente la cabina del *disc-jockey*. Al costado hay sillones y mesas donde la gente deja sus cosas y se cambia los zapatos; y del otro lado, una barra, pero durante las clases está cerrada.

Las clases de salsa y bachata constan, cada una, de tres partes: precalentamiento, clase y final. En el precalentamiento se practican los *pasos básicos*, que son los movimien-

tos de pies que están presentes en todos los pasos. Luego los profesores dividen la clase en tres niveles: principiante, intermedio y avanzado. Cada uno de los profesores toma uno de los niveles y se ocupa de ir marcando y enseñando los pasos. Explican los pasos uno a uno, por momentos sin música y en otros con música.

Cuando termina cada una de las clases, los profesores ponen un tema “libre” para que la gente baile como y con quien quiera. Para finalizar la clase hacen un sorteo de clases gratis, con el número que le dan a cada persona con la entrada. Luego del sorteo, los/as organizadores/as invitan a que todos/as vayamos a comer juntos/as. Esto sucede los martes y domingos. Los jueves no se sale a cenar, dado que ese día, luego de las clases, el lugar funciona como discoteca. No obstante, el lugar regala pizzas que son colocadas en la barra para que cada uno/a se sirva y se pueden comprar bebidas.

En relación con la continuidad entre los espacios cara a cara y los virtuales, los/as organizadores/as de las clases tienen una cuenta de Facebook donde suben las fotografías de las diferentes clases y eventos.

Catas de vinos

Observé por un semestre, durante el año 2016, una vinería que realiza catas de vinos, en promedio dos viernes por mes. Las reuniones son publicitadas a través de una pizarra en la calle que avisa cada semana si habrá o no cata, y a través de su perfil de Facebook.

La cata tiene lugar en el sótano de la vinería. Allí hay sillas y mesas. Cuando la cata comienza, el/la *sommelier* comenta de qué bodega provienen los vinos y cuáles son sus características. Explica la forma correcta de catar un vino, los tipos de uva, y dialoga con la gente consultándoles qué les parece. Se prueban alrededor de cinco vinos. El primero,

siempre, es un blanco o rosado, luego vienen los favoritos del público, malbec o cabernet sauvignon, la última botella que se cata es la más cara.

En las catas en las cuales hay mucho público, hay alrededor de 25 personas; en las más pequeñas, 15. Las personas que frecuentan el espacio tienen entre 35 y 55 años. Concurren en grupo, en pareja o solos/as.

Luego de la degustación de los vinos se ofrece de manera gratuita una picada de fiambres o empanadas y hay un recital acústico, en el que tocan dúos o bandas conocidas del dueño. Cuando terminan de tocar las bandas, las personas comienzan a retirarse, pero antes compran los vinos que acaban de catar o algún otro. El dueño les hace un descuento sobre los vinos que se cataron esa noche. Algunas personas deciden quedarse en el sótano tomando más vino y conversando.

Speed dating

Los eventos de *speed dating* que observé tienen lugar, en promedio, dos sábados al mes y son publicitados a través de su sitio web. La metodología del *speed dating* consiste en tener diferentes citas en un lapso de tiempo corto, por ejemplo tres horas. Según se explica en la página web del espacio de *speed dating* que observé, es una forma de conocer gente creada en 1998 en Los Ángeles, Estados Unidos, y patrocinada por una red internacional de origen judío que promovía encuentros entre jóvenes judíos/as solteros/as.

Para darle sustento a la metodología de las citas rápidas como forma idónea para encontrar pareja, y restablecer el precepto romántico de “amor a primera vista”, en su sitio web apelan a una nota periodística de *La Gaceta Online* sobre una investigación que se realizó en la Universidad de Ohio, Estados Unidos. No obstante, no especifican la fuente precisa ni la fecha de esta investigación.

Cada evento de *speed dating* ofrece diez citas de ocho minutos cada una. En aquellos eventos donde hay más usuarios y usuarias, la cantidad de citas ronda en alrededor de 14. El rango etario observado es de 34-45 años para mujeres y de 35-47 años para hombres. Si bien no indican explícitamente que son encuentros para heterosexuales, lo dan por sentado. Para los varones gays y las mujeres lesbianas publicitan eventos exclusivos.

¿Cómo se accede a un evento de *speed dating*? Primero, a través del sitio web, donde aparecen publicitados los eventos. Hay encuentros de *speed dating* según edad y género, por ejemplo: “Rango de edad para este evento. Mujeres: 34-45. Varones: 35-47”, con la posibilidad de acceder si se tienen dos años menos o más.

Si una persona ingresa por primera vez, debe completar un perfil de “Solicitud de membresía” que consta de tres pasos.

Paso 1: “Datos personales”. Seleccionar un alias, una clave e indicar nombre, apellido, fecha de nacimiento, correo electrónico, país de residencia, nacionalidad, número de Documento Nacional de Identidad, país de residencia, provincia, localidad, barrio, dirección, sexo, teléfono de línea, número de celular, el teléfono de coincidencias (es el teléfono al cual llamarán los/as usuarios/as con quienes se tengan coincidencias en el evento), los contactos de las redes sociales que se utilizan (Facebook, Twitter, LinkedIn, MSN, Skype, WhatsApp, Google+, MySpace, Badoo), y cargar fotos.

Paso 2: “Tu descripción”. Indicar estatura, peso, complexión física, color de pelo, color de ojos, estado civil, cantidad de hijos, con quién vive actualmente, si fuma, si toma alcohol, educación, ocupación, profesión y religión. A continuación, solicitan que se escriba una breve reseña sobre la profesión, actividad o negocio del/a usuario/a y otra reseña donde se cuente brevemente cómo es el/la usuario/a y qué cosas le gustaría dar a conocer.

Paso 3: “Qué buscas”. Hacer una reseña sobre qué tipo de relación y persona es la que se está buscando.

Luego de completar el perfil hay que elegir el evento: *singles* (solteros/as), *singles* profesionales, *singles* sin hijos, *singles* con hijos.

Dos sábados por mes, de 19 a 22:30 horas aproximadamente, tienen lugar los eventos de *speed dating*. Los lugares donde transcurren son bares en Palermo, Belgrano, San Telmo o en la zona del Microcentro. Concurren alrededor de sesenta personas, debido a que se desarrollan dos eventos de *speed dating* en simultáneo, por ejemplo uno de 35-45 (mujeres) y 37-47 (varones), y otro de 45-59 (mujeres) y 47-63 (varones).

Antes de que comience la acreditación, junto con los dos empleados ya hemos armado las mesas con números. En cada una de las mesas hay carteles verdes, para el evento de 35-45 (mujeres) y 37-47 (varones), y naranjas para el evento de 45-59 (mujeres) y 47-63 (varones).

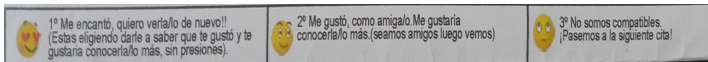
Comienzan a llegar las personas y se desarrolla el primer momento del evento: la acreditación. La mayoría de los/as usuarios/as, tal como se indica en el evento, avisaron o reservaron a través de la dirección de e-mail y de WhatsApp. Algunos/as pagaron con tarjeta de crédito desde la página web y otros/as abonaron en la acreditación. Hay usuarios/as frecuentes que son invitados/as por la propia organización debido a que faltan mujeres o varones, para que el evento sea equitativo y todos/as puedan tener la máxima cantidad de citas.

En la acreditación, a las personas se les da una lapicera, una tarjeta donde poner las percepciones de cada una de sus citas, y un cartel para colgarse donde aparece el *nickname* (alias) y un número de identificación. Al finalizar el evento deben entregar la tarjeta a la organización.

A medida que las personas se acreditan, se van armando en diferentes espacios del bar grupos de mujeres por un lado y de varones por otro. Cerca de las 20 horas la organizadora reúne a todas las personas y les da las pautas de

interacción (sobre este punto me explayaré con más detenimiento en el capítulo 5). Explica que a cada uno/a se le dio una tarjeta donde poder ir colocando cita por cita qué le pareció la otra persona. Hay tres estados para elegir: 1) “¡Me encantó, quiero verlo de nuevo! (Estás eligiendo darle a saber que te gustó y te gustaría conocerlo más, sin presiones)”. 2) “Me gustó, como amigo/a. Me gustaría conocerlo/a más. (Seamos amigos, luego vemos)”. 3) “No somos compatibles. ¡Pasemos a la siguiente cita!”. Esto que está representado en tres emoticones⁶, ella lo presenta en unas cartulinas a tamaño ampliado.

Imagen 1: Emoticones para marcar en cada cita y explicación



Fuente: fotografía propia de una parte de la tarjeta que se les entrega a las personas que asisten al evento de *speed dating*.

Comienza el *speed dating*, las mujeres se sientan cada una en una mesa y tienen citas con varones, de ocho minutos. Cada ocho minutos la organizadora hace sonar una campana que da la pauta de que hay que cambiar de cita. Rápidamente cada uno/a escribe el número de cita; el número de identificación de la persona que tiene enfrente; su *nickname* y alguna característica que le recuerde a esa persona, e indica cuál de los tres emoticones representa esa cita. Las mujeres se quedan sentadas mientras que los varones rotan a la siguiente mesa.

⁶ Emoticones es una palabra que deriva del inglés emoticons. Son un conjunto de caracteres informáticos que representan una emoción a partir de dibujos de caras, de personajes o de objetos

Imagen 2: Tarjeta de un/a usuario/a donde se coloca la impresión que le causó cada cita

RECUERDA: al pasar tus coincidencias a la date card fíjate que estén correctas ya que una vez publicadas no realizamos cambios. No olvides que tendrás que subir tu foto para poder visualizarlas. Si tienes problemas envíala a consultas@10en8.com y la subimos por vos.

NUMERO	NICKNAME
Fecha	Lugar

PARA TENER EN CUENTA DURANTE Y DESPUÉS DEL EVENTO.


- Antes de empezar tus citas, NO OLVIDES anotar el N° de mesa que te tocó en el sorteo.
- Apenas tome asiento tu cita, pregúntale su Nick (sobrenombre) y su N de ID. Anótalo en tu DC.
- Cuando hagamos sonar las campanitas, despídete de tu cita e inmediatamente anota el grado de afinidad que tu cita te generó.


Tu cita intentará causar la mejor impresión en tu persona, no olvides hacerle saber cuánto has disfrutado de conocerla.


Relájate y diviértete conociendo gente fuera de tu círculo diario. Con esta actitud podrás tener mejor suerte y predisposición.




Sé atento, mantén buen contacto visual mientras charlas y pon en tus labios una sonrisa. Esto te muestra positivo. El contacto visual puede incentivar a que inconscientemente la otra persona se sienta atraída por vos.

NO DESCARTES A LAS PERSONAS DE TU MISMO SEXO ya que pueden llegar a ser muy buenos amigos y te pueden presentar también a la persona que estas buscando, tal vez un amigo/a, hermano/a, compañera/o de trabajo, etc. Como dice el dicho: "El sapo de una, es el príncipe de otra".

 1° Me encantó, quiero verte/a de nuevo!
(Estás eligiendo darle a saber que te gustó y te gustaría conocerlo/a más, sin presiones).

 2° Me gustó, como amigo/a. Me gustaría conocerlo/a más (seríamos amigos luego vemos)

 3° No somos compatibles.
(Pasemos a la siguiente cita!)

CITA	N° ID	Escribe el nickname y alguna característica que te recuerde a esta persona			
1					
2					













Fuente: fotografía propia de una parte de la tarjeta que se les entrega a las personas que asisten al evento de *speed dating*.

En la mitad del evento la organizadora anuncia que habrá un *break* de treinta minutos e invita a la gente a que prueben los tragos que ofrece el bar, que no están incluidos en la entrada. Luego continúan las citas. Cuando estas terminan, cada una de las personas le entrega a la organización la tarjeta que recibió al comienzo, donde resume sus intereses. En ella coloca el número de identificación de la cita y una cruz o tilde en el emoticón correspondiente: en el primero si le gustó, en el segundo si le gusta como amigo/a o en el tercero si no son compatibles. Esta información es procesada por la organización y en el lapso de dos días cada uno/a puede ingresar con su nombre de usuario al sitio web y ver, en el caso de que haya compatibilidad mutua, la dirección de e-mail de la otra persona y el teléfono de coincidencias, tanto si le gustó como para amistad.

Imagen 3: Indicaciones de coincidencias en el sitio web del/a usuario/a

ATENCIÓN!!! TODO LO QUE PONGAS EN TU DC Personal, TIENE QUE SER EXACTAMENTE IGUAL A TU DC Oficial. Ya que "la que vale es la que nos entregas" para ser procesada. Si te olvidaste marcar a alguien, aparecerá en la Web como la 3ª opción (Sin afinidad). NO REALIZAMOS CAMBIOS UNA VEZ RECIBIDAS.

== MIS COINCIDENCIAS.
Dentro de las 48 hs. hábiles de realizado el evento recibirás un mail que te indicará que tus COINCIDENCIAS ESTAN ONLINE. Ingresa a la página con tu usuario y contraseña, dirígete a MIS COINCIDENCIAS, elijes el evento al que asististe y prepárate para tus citas!!

Marcaste	Te marcaron	Coincidencia	Opciones
			Felicidades!!! ambos se atraen!!! verás al lado "su mail y teléfono". Si presionas el botón se le enviarán estos mismos datos para que te contacte.
			"Ummhhh!! empecemos como amigos, conozcámonos más". Aparece su mail. Al presionar el botón se le enviará tu dirección de mail.
			Corres con ventaja ya que sabes que le gustas... Al presionar el botón se le enviará a la otra persona tu mail.
			No hay coincidencia.

Fuente: fotografía propia de una parte de la tarjeta que se les entrega a las personas que asisten al evento de *speed dating*.

b) Espacios de sociabilidad virtuales

Observé cuatro sitios web y aplicaciones, con características diferenciadas, que tienen como finalidad la generación de vínculos eróticos y/o afectivos entre personas: Match, Badoo, Tinder y Happn. Las observaciones —solo de los perfiles públicos de los/as usuarios/as, pero no de sus conversaciones y coincidencias con otros/as usuarios/as, dado que son privadas— me permiten analizar los criterios de selección de los sujetos, cómo se presentan en las imágenes, lo que escriben sobre ellos/as mismos/as y las referencias que hacen en relación con qué tipo de persona buscan, qué tipo de vínculo desean y las características de las páginas.

Para obtener información de los sitios de citas y aplicaciones, inventé para Match, Badoo, Tinder y Happn un usuario de varón y otro de mujer y les fui modificando la edad a lo largo de las observaciones, desde los 35 a los 50 años, que es el rango etario sobre el cual me interesa indagar. Estos/as usuarios/as no marcaron sus supuestas preferencias, tenían como fotografías un paisaje de una nube y un sol —solo en el caso de aquellas aplicaciones en las

que era obligatorio poner una imagen, si no, no la tenían—, no interactuaban con ninguna persona sino que simplemente fueron utilizados/as para observar los perfiles, que son públicos, y las funciones que poseen las aplicaciones. En Tinder y Happn fueron observados, dentro del rango etario y sexualidad analizada, 70 perfiles de mujeres y 70 de varones para cada aplicación durante el año 2016. En Badoo y Match, fueron analizados 10 perfiles de mujeres y 10 de varones, en tanto proveen mayor cantidad de información.

Desde allí tuve acceso a una multiplicidad de imágenes. Sobre estos perfiles no se mostrará ninguna fotografía, sino que se realizará un análisis general sobre ellas. La forma a partir de la cual analizo las imágenes entiende a estas no como realidades y objetos cerrados, sino que comprende que hay representaciones, discursos y recuerdos por fuera de ellas. Estos componentes externos también hacen a la imagen. Teniendo en cuenta esta premisa retomaré las lecturas de Deleuze (1987), Danto (2004) y Nancy (2007) para el abordaje de las imágenes.

En relación con los espacios de sociabilidad virtuales, estas cuatro formas de encuentro tienen características que las distinguen unas de otras. En la red social y aplicación Match se pondera la escritura de un perfil en el cual se consignan gustos, de qué se trabaja, si se estudia, cuáles son las características corporales de la persona, entre otras informaciones. Por lo que la palabra escrita, además de las fotos, adquiere un tinte de mayor importancia. Esto lleva a que la correcta forma de expresarse y de escribir vuelva a alguien, según los criterios de selección de los/as usuarios/as de sectores de clase media aquí analizados, deseable. En cambio, en Badoo, la información escrita que requiere el perfil es menor y adquieren mayor importancia las fotografías. Para poder utilizar algunas opciones que ofrece la página, que también funciona como aplicación, se vuelve obligatorio presentar imágenes. Por último, en las aplicaciones Tinder y Happn, las fotografías hacen al perfil y ambas están sincronizadas a la red social Facebook. De igual

forma que en Badoo, se puede indicar agrado o desagrado marcando un corazón o una cruz. Pero en Tinder y Happn, en comparación con Match y Badoo, la palabra escrita tiene un lugar mínimo.

En relación con la información escrita de los perfiles, además de las fotografías, Match solicita la siguiente información específica del usuario o usuaria: edad, lugar de residencia, qué busca (por ejemplo, hombres de 36 a 40 años), cuántos son los kilómetros de búsqueda, sus intereses, si hace deporte, si posee mascotas, signo del zodiaco, cosas favoritas, lugares favoritos, y hay un espacio para escribir una pequeña reseña. Luego, para marcar compatibilidad, Match solicita información sobre el/la usuario/a y sobre las personas que serían de su agrado: estatura, tipo físico, color de ojos, color de cabello, si fuma, si bebe, ocupación, ingresos, estado civil, si tiene hijos, si quiere hijos, tono de piel, fe, religión, idiomas, máximo nivel de educación alcanzado. No todos los casilleros deben ser completados, se puede indicar la opción “Te lo digo luego” o no explicitar, con la opción “Sin preferencias”. Todas estas preguntas que realiza Match se deben a que, a diferencia del resto de las aplicaciones aquí analizadas, actúa por medio de filtros y de algoritmos de compatibilidad, tal como me explicó en una entrevista la asesora en vínculos de Match para América Latina. En cambio, las otras aplicaciones solo funcionan según la geolocalización y la edad de búsqueda, y ambas pueden ser modificadas por el/la usuario/a.

La aplicación Badoo está sincronizada a la red social Facebook y, además, el/la usuario/a tiene que especificar, en primer lugar, su edad, ubicación, qué busca; por ejemplo “Hacer nuevos amigos”, “Quiero chatear” o “Quiero salir con una chica de entre 30 y 35 años”. Puede indicar si trabaja, cuál es su nivel educativo y una breve reseña de algún tema sobre el que quiera manifestarse, o cuáles son sus intereses (por ejemplo gastronomía o música). Asimismo, la red social indica cuándo fue la última conexión de cada usuario/a.

En la sección “Quiero”, los/as usuarios/as pueden precisar qué desean del/a otro/a. Los aspectos sobre los cuales pueden indicar preferencia son: relación (si tiene una relación o no), sexualidad, apariencia (aquí pueden indicar estatura, color de pelo y de ojos), consumo de bebidas alcohólicas y tabaco, nivel educativo, idiomas, con quién vive y si tiene hijos/as. Al igual que en Match, pueden no solicitar cierta información. En Badoo los perfiles poseen un puntaje, de 1 a 10, según cuántas personas indicaron que le gustaba el perfil y sus fotografías.

En Tinder aparece, como en Match y en Badoo, en primer lugar, la edad del/a usuario/a, la distancia a la cual se encuentra, se puede colocar el trabajo y la educación y una pequeña reseña en caso de que se desee. Al estar relacionado con Facebook podemos ver los contactos en común con el/la otro/a usuario/a de Tinder; no obstante, nunca se publicará en Facebook que se está utilizando la aplicación.

En Happn aparece la edad, cuándo el/la usuario/a estuvo conectado/a a la aplicación la última vez, a cuánta distancia se encuentra y un mapa que indica las coordenadas geográficas en donde se “cruzó” con la otra persona.

Imagen 4: Ejemplo de mapa a partir del cual Happn muestra la esquina en la cual los/as usuarios/as se cruzaron



Fuente: fotografía propia del mapa que aparece en la aplicación Happn.

Se puede agregar información sobre estudios y trabajo, como así también una pequeña reseña sobre algo que se quiera comentar.

Un rasgo que tienen en común todas las aplicaciones es que existe la opción de pagar para acceder a una cuenta *premium* que permite nuevas funciones que, en algunos casos, aumenta la cantidad de personas que es posible conocer y, en otros, hace más visible el perfil del usuario o usuaria. Este punto será desarrollado en el capítulo 4.

Los sitios de citas y aplicaciones, aunque son utilizados por personas de distintas clases sociales, según mis observaciones son empleados principalmente por personas de sectores de clase media o media alta y en sus publicidades apuntan a personas pertenecientes a estos mismos sectores. La asesora en vínculos de Match para América Latina indicó, durante la entrevista que le realicé en el mes de octubre de 2016, que utilizan el sitio web Match un 67,4% de personas que poseen un nivel educativo entre universitario incompleto hasta doctorado. Asimismo, es necesario tener acceso a un *smartphone* (teléfono inteligente) o a una *tablet* (tableta) con Internet donde tener descargadas las aplicaciones, o tener Internet en algún otro dispositivo para poder navegar por los sitios.

Entrevistas

Se llevaron a cabo 30 entrevistas en profundidad a personas que concurren a los espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales especificados.

Tuve acceso a los/as entrevistados/as que utilizan las aplicaciones y sitios de citas a partir de la técnica de *bola de nieve*, por conocidos de conocidos, quienes a su vez me mostraron sus perfiles, a los cuales les tomé fotografías para llevar a cabo un análisis posterior. Los contactos con aquellas personas que concurren a eventos de *speed dating*, catas de vino y clases de salsa y bachata fueron realizados personalmente.

La distribución, según género y edad, de las entrevistas es la siguiente:

Cuadro 1. Distribución de las entrevistas según género y edad

Edad	Mujer	Varón
35-39	5	5
40-45	5	5
46-50	5	5

Fuente: elaboración propia.

Construí una muestra teniendo en cuenta estado civil (en el caso de las personas que son solteras incluyo si alguna vez convivieron con una pareja aunque no se hayan casado), en qué ámbito y qué tipo de puesto desarrollan laboralmente⁷, máximo nivel de instrucción alcanzado y carrera cursada, tipo de hogar en el cual viven⁸, si tienen hijos/as (en aquellos casos que manifestaron explícitamente no querer tener más hijos/as también fue indicado) y cuáles son los ámbitos donde buscan vínculos eróticos y/o afectivos (ver Anexos 1 y 2).

⁷ Los/as entrevistados/as al momento de la entrevista se encontraban con trabajo

⁸ Recupero la clasificación de tipo de hogar utilizada en los censos de 1991, 2001 y 2010 y que corresponden al Nomenclador de Agregado de Hogares. Los hogares unipersonales son aquellos que solo cuentan con un integrante, pudiendo tener o no servicio doméstico. Los hogares multipersonales familiares están compuestos por personas que se vinculan por relaciones de parentesco y dentro de este tipo de hogar se distinguen los hogares nucleares y los extendidos. En esta investigación no aparecen hogares extendidos. Dentro de los nucleares están aquellos donde convive una pareja sola o una pareja con hijos/as (hogar nuclear completo o “núcleo conyugal”), o un/a jefe/a con al menos un/a hijo/a (hogar nuclear incompleto).

Entrevisté a los/as organizadores/as de los espacios cara a cara de sociabilidad y a una asesora en vínculos de Match para América Latina. Si bien observé un espacio de catas de vino (espacio A), le realicé también una entrevista a una organizadora de otro espacio (espacio B) para poder tener una visión comparativa sobre el fenómeno. En el espacio A realicé entrevistas y tuve charlas informales, tanto por Facebook como cara a cara, con el organizador y el empleado del lugar. En las clases de salsa entrevisté en tres oportunidades a los organizadores del espacio (de forma individual y conjunta) y tuve charlas informales, cara a cara y por WhatsApp, en más de una oportunidad. Asimismo, entrevisté a la organizadora de *speed dating* en varias oportunidades y tuve charlas informales con ella tanto cara a cara como de forma virtual.

Las entrevistas a los/as organizadores/as las realicé con la finalidad de analizar las dinámicas de estos espacios de sociabilización cara a cara y cómo perciben los/as organizadores/as a su público. Asimismo, los/as organizadores/as fueron mis informantes clave. Me facilitaron el ingreso al campo, me presentaron con futuros/as entrevistados/as y me explicaron las dinámicas propias de cada espacio (ver Anexo 3).

Por otro lado, entrevisté a personas que comenzaron a utilizar páginas web donde conocer personas con quienes vincularse erótica y/o afectivamente y a concurrir a estos espacios de sociabilidad en la década del noventa y que continuaban (o no) utilizándolas al momento de la entrevista. Estas entrevistas las realicé para historizar el mercado de sitios de encuentros en el Área Metropolitana de Buenos Aires (ver Anexo 4).

Asimismo, entrevisté a una mujer, a quien le atribuí el seudónimo de Paz (39 años), que al momento de la entrevista, a diferencia del resto de la muestra, estaba en pareja con alguien que había conocido en un sitio de citas.

Realicé entrevistas en profundidad de tipo biográfico (Denzin, 1989), registrando aquellos repertorios de motivos y *turning points* (puntos de inflexión) que configuren atmósferas decisionales, con el objeto de identificar las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos y las interacciones que se generan en dichos encuentros, en mujeres y varones heterosexuales que no están en pareja, de entre 35 y 50 años de edad.

Lo planteado supone, desde el punto de vista teórico y metodológico, centralizar en los relatos de vida de estas personas. Presto atención a los contextos históricos y culturales, pero con el objeto de recuperar la perspectiva del actor para comprender los afectos que intervienen en sus búsquedas, sus percepciones y experiencias (Longa, 2010; Meccia, 2012).

Retomo las claves metodológicas que propone Meccia (2012) para analizar las entrevistas como relato de vida. Propone tener en cuenta:

1) La capacidad de agencia que los individuos se asignan a sí mismos y a los demás. Esto me permite visualizar las tensiones y negociaciones que plantean las personas entrevistadas en relación con los discursos sobre el amor romántico y la heteronormatividad.

2) Las formas de presentación discursiva que aparecen en el relato de vida en relación con el pasado y el presente. Esto me es útil para observar cómo describen los diferentes vínculos eróticos y/o afectivos que han tenido a lo largo de su vida, cómo experimentan el estar solteros, y cómo vivencian el buscar vínculos de este tipo.

3) Evidenciar “los contenidos implícitos, las grandes oposiciones, las estructuraciones fundamentales que organizan la relación de la persona con el mundo y aclarar la organización de su estructura socioafectiva” (Delor, en Kornblit, 2004: 26). Para tal fin se deben tener en cuenta las secuencias (aluden a acciones o situaciones destacadas en la línea de tiempo del actor), actantes (personajes o fuerzas impersonales que habilitan o no acciones y relaciones del

actor) y proposiciones argumentativas (unidades del discurso donde aparecen apreciaciones valorativas de acciones, situaciones o relaciones que incumben a los distintos actantes). Por ejemplo, cómo el hecho de tener que cuidar a los/as hijos/as restringe a las mujeres en las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos cara a cara, pero las vuelve usuarias más asiduas de búsquedas por sitios web de citas o aplicaciones desde sus casas. O la visión positiva que tienen las personas que no están en pareja pero quieren estarlo sobre sus terapeutas, en tanto los/as incentivan y les facilitan información sobre cómo buscar.

Para los fines analíticos de la investigación no me propuse elucidar si los hechos ocurrieron tal como el/la entrevistado/a los narra, sino poner el foco en los elementos que los/as entrevistados/as recuperan discursivamente sobre lo sucedido. Es decir, sobre las expresiones de la experiencia. Esto es, cómo la vida es narrada (Ariza, 2016: 297).

Retomo de los relatos de vida la idea de los *turning points* en la vida erótica y afectiva de los/as entrevistados/as con el fin de indagar en aquellos vínculos o circunstancias, en relación con lo erótico y afectivo, que marcaron puntos de inflexión en sus trayectorias vitales. Cuando estaba por finalizar las entrevistas y las personas habían relatado sus diferentes relaciones y cómo los/as habían marcado, yo tomaba una hoja de papel y trazaba una línea de tiempo. En ella los/as entrevistados/as rememoraban y sintetizaban aquello que me habían contado, como así también nuevos eventos que no habían sido mencionados, pero que consideraban trascendentales (Boniolo, 2009; Leclerc-Olive, 1999).

Las entrevistas tuvieron una duración de alrededor de dos horas cada una, en algunos casos hice más de una entrevista por persona. Las mismas fueron realizadas en un café o en un lugar de común acuerdo, sin la presencia de terceros. Respeté la voluntariedad y confidencialidad de su participación a través de la utilización de seudónimos —también en aquellos casos que me indicaron que podría utilizar sus nombres verdaderos los modifiqué— y la protección

de cualquier dato potencialmente sensible. Les di una hoja de consentimiento informado que contenía los datos sobre la investigación y mi contacto. Las entrevistas fueron desgrabadas, transcriptas, codificadas y analizadas a través de la utilización del programa Atlas.ti y a partir de matrices de datos realizadas con el programa Excel. Con estos programas pude identificar aquellas categorías emergentes que aparecían en el análisis y que no habían sido tenidas en cuenta al comenzar la investigación, como por ejemplo el papel de los/as hijos/as, las técnicas de reproducción biotecnológica, la importancia de la dimensión temporal al momento de la búsqueda, la multiplicidad de parejas que han tenido la mayoría de los/as entrevistados/as a lo largo de su vida y que me hicieron pensar la noción de *trayectorias heterogéneas y zigzagueantes*, el papel de los/as terapeutas incentivando a las mujeres que quieren buscar pareja con el propósito de tener hijos/as, tal como aparece en ciertas entrevistas. Asimismo, los programas de análisis me permitieron visualizar regularidades en las entrevistas y en las observaciones y lo específico y único en cada una de ellas.

Las entrevistas fueron realizadas con guiones de entrevista flexibles. El modo de abordar el comienzo de las entrevistas se basó, a partir de las propuestas de Elena Achilli (2005) y Elsie Rockwell (1997), en no comenzar la conversación con preguntas predefinidas o bajo un guion de entrevista preautado, sino permitirle al/la entrevistado/a que pondere sobre qué temáticas quería explayarse. Para pautar las entrevistas les comentaba a las personas que la investigación era sobre cómo se vinculan con las aplicaciones o los espacios de sociabilidad cara a cara a los cuales concurrían. Este disparador hacía que, en la mayoría de los casos, al comenzar la entrevista los relatos sobre sus experiencias en estos ámbitos se encauzaran sin mi intervención. Luego, la entrevista tomaba su propio curso según la historia personal de cada entrevistado/a. No obstante, algunos aspectos que sí son de importancia para la investigación fueron abordados como ejes de entrevista, y no como preguntas

estructuradas, a saber: sus *trayectorias de pareja*, cuáles fueron sus parejas más significativas, si poseen vínculos sexuales; cómo se vinculan con los *espacios de sociabilidad* cara a cara y virtuales a los que acceden, por qué comenzaron a acceder a esos espacios, si iban a otros, qué buscaban y qué expectativas tenían —tipos de vínculos, expectativas sexuales y eróticas—, cómo se sentían en esos ámbitos. Sobre el *amor* examiné, a partir de solicitarles descripciones de escenas, cómo aparecían los discursos sobre el amor romántico al momento de la seducción, como horizonte de sentido del cual se valen los sujetos. Respecto a la *soledad*, abordé cómo vivencian el no estar en pareja. En torno a la *corporalidad y seducción*, indagué en cómo aparece la corporalidad en las pautas de cortejo, cuáles son los guiones de seducción, cómo juega en la edad, qué sujetos son corporalmente deseables y cómo se presentaban ellos/as estéticamente frente a escenarios (Goffman, 1979) de cortejo, erotismo y encuentros eróticos y/o afectivos.

En relación con el papel de las *redes sociales, aplicaciones y sitios web de citas y encuentros*, les consulté qué opinaban sobre los mismos, cuándo los usaban y por qué eran utilizados en determinadas circunstancias; cómo opera la dimensión temporal al momento de buscar encuentros eróticos y/o afectivos, en un contexto en el cual las personas entrevistadas dicen carecer de ellos; qué diferencias de intensidad, acercamiento, comodidad encuentran entre conocer personas a partir de espacios de sociabilidad cara a cara y hacerlo a partir de espacios virtuales.

Todos estos ejes fueron atravesados por la dimensión *afectiva*: cómo se sentían ante el hecho de no estar en pareja, en las búsquedas y al momento del cortejo.

Se consultó además sobre *indicadores sociodemográficos*, a saber, profesión, máximo nivel de educación alcanzado, estilos de vida: gustos e intereses de clase que influyen directamente al momento de la búsqueda.

En las entrevistas en profundidad, también me valí de la noción de escena de Vera Paiva (2006) como recurso para explorar sobre las experiencias cotidianas de estos actores en sus búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos. A través de los relatos de escenas en las entrevistas busco analizar no solo sus creencias y representaciones sobre las mismas, sino también la forma en que fueron experimentadas por los/as propios/as entrevistados/as.

Las escenas organizan el recuerdo sobre lo que sucedió, explica Paiva; sin embargo, son únicas y nunca se narran de la misma forma, por lo que nunca serán las mismas después de haber sido descriptas. Dice la autora: “decodificarla aumentará la probabilidad de modificarla”⁹ (Paiva, 2006: 32). Durante las entrevistas, a partir de las preguntas que iba haciendo, estimulé a que se describiera el espacio de la escena, el tiempo y el ritmo en el cual sucedió, como así también una descripción sobre los detalles de las prácticas y de la interacción que se fue desarrollando durante la misma (Paiva, 1999, 2005, 2006).

La autora sugiere, para la descripción de una escena, ejercicios imaginarios de ponerse en el lugar del otro sujeto que se encuentra presente durante el transcurso de la escena relatada: que el/la entrevistado/a imagine que se observa a sí mismo por fuera de una escena de la cual es parte, es decir que se abstraiga de la escena que relató y la explique como si fuese alguien externo. Esto tiene como objetivo subyacente estimular el conocimiento sobre el contexto social de los escenarios dentro de los cuales los/as entrevistados/as pueden desenvolverse, como así también lograr cierta reflexividad sobre sus interacciones.

⁹ “... decodificá-la aumentará a probabilidad de modificá-la” (Paiva, 2006: 32). Traducción propia al idioma español.

Mapas de los espacios de interacción

Otra apuesta fue el mapeo de los espacios de sociabilidad a los cuales hacen referencia los/as entrevistados/as. Por cuestiones de confidencialidad y anonimato no aparecen mapeados aquellos lugares que han sido observados. A partir de las diferentes referencias espaciales que realizaron los/as entrevistados/as confeccioné mapas que me sirven, por un lado, para visualizar cuáles escenarios ellos/as consideran como lugares para tener citas y cuáles para conocer personas con las que tener potenciales encuentros eróticos y/o afectivos. Los espacios de citas están compuestos por una escenografía de citas (Illouz, 2009) en la cual es posible conversar sentados mientras se come o se toma algo, es decir, da lugar a una mayor intimidad. En cambio, los espacios de “levantar” o para “conocer gente”¹⁰ son espacios como discotecas o bares donde se está principalmente de pie, circulan más personas y el sonido ambiente es ruido y música. Otro punto que me permite el mapeo de los espacios es distinguir cuáles son espacios elegidos por mujeres y cuáles por varones.

Por otro lado, en los mapas puedo identificar los espacios de sociabilidad de los/as entrevistados/as según su clase social. Los espacios elegidos se encuentran en comunas¹¹ principalmente de clase media. Según el informe *El sector medio en la Ciudad de Buenos Aires: una aproximación a partir de la estratificación de la población porteña según ingreso* realizado por la Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2013), en las Comunas 2 (Recoleta), 5 (Almagro y Boedo), 6 (Caballito),

¹⁰ Las expresiones espacio de “levantar” y para “conocer gente” se desprenden de categorías que utilizan los/as propios/as entrevistados/as para describir los espacios.

¹¹ La Ciudad de Buenos Aires se encuentra organizada en 15 Comunas que se rigen por la Ley 1777 sancionada en el año 2005. Se trata de unidades descentralizadas de gestión política y administrativa que pueden abarcar más de un barrio porteño (información obtenida del sitio web del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, recuperado de www.buenosaires.gob.ar/comunas).

10 (Floresta, Monte Castro, Vélez Sarsfield, Versalles, Villa Luro y Villa Real), 11 (Villa del Parque, Villa Devoto, Villa Gral. Mitre y Villa Santa Rita), 12 (Coghlan, Saavedra, Villa Pueyrredón y Villa Urquiza), 13 (Belgrano, Colegiales y Núñez), 14 (Palermo) y 15 (Agronomía, Chacarita, Paternal, Villa Crespo y Villa Ortúzar), ubicadas en el norte y centro de la Ciudad, el sector medio tiene un peso mayor que en el conjunto, todas ellas con el 56% o más de los hogares pertenecientes a ese segmento. El espacio en el que es más frecuente encontrar hogares de este estrato es la Comuna 6, donde 65 de cada 100 hogares corresponden a este subconjunto, seguida de las Comunas 11 y 14 (ver Mapa 8 de las Comunas de la Ciudad de Buenos Aires en el Anexo 5).

Los mapas confeccionados serán utilizados en la descripción y análisis del mercado de encuentros eróticos y afectivos que desarrollo en los capítulos 4 y 6. Presento aquí una vista general de los lugares tanto de citas como para conocer personas con las cuales poder tener vínculos eróticos y/o afectivos. En el caso de la Ciudad de Buenos Aires, están principalmente en las comunas de sectores de clase media (Mapa 1).

Las notas periodísticas de los diarios *La Nación*, *Clarín* y *Página/12*; de portales como *Infobae* y *Minuto-Uno*, y de la revista *Time* me aportaron datos contextuales sobre los ámbitos cara a cara y virtuales. En estos medios aparecen entrevistas a organizadores de estos espacios que explican a través de estadísticas qué edad tienen sus usuarios/as, qué es lo que más buscan, en qué horario del día son más utilizados, entre otras cuestiones. Analicé los contenidos que aparecen en los sitios web de Match (<http://match.com.ar/>), Badoo (<https://badoo.com/es-ar/>), Happn (<https://www.happn.com/es/>) y Tinder (<https://www.gotinder.com/>). En cada uno de ellos hay información escrita sobre el funcionamiento de los sitios y aplicaciones; los servicios que ofrecen; los países en los cuales operan; consejos para tener más posibilidades de entablar vínculos; privacidad y seguridad; secciones que son presentadas como “historias” en las cuales parejas que se conocieron a partir de estos sitios y aplicaciones cuentan sus experiencias; y estadísticas sobre cantidad de usuarios. También analicé los videos que generan Tinder y Happn para promocionarse.

En relación con los espacios de sociabilidad cara a cara, cada uno de ellos posee un perfil de Facebook donde suben imágenes y promocionan sus eventos. Desde estos perfiles los/as usuarios/as interactúan dejando opiniones y comentarios. El espacio de *speed dating*, además del perfil de Facebook, posee un sitio web desde el cual se promociona. Los perfiles de Facebook y sitios web también fueron analizados.

2. Propuesta epistemológica y reflexividad

Me posiciono en esta investigación sin desconocer que mi presencia ha tenido un impacto en los espacios que observé, como así también en las entrevistas que realicé. Reconozco

también que estoy dotada de un *habitus* que interviene en el proceso investigativo. El *habitus* implica “un sistema de esquemas adquiridos que funcionan en estado práctico como categorías de percepción y de apreciación o como principios clasificatorios al mismo tiempo que como principios organizadores de la acción” (Bourdieu, 1987: 26). Estos esquemas se combinan con las interacciones específicas que cada uno de los sujetos mantiene. Es decir, sumado al influjo cultural y sociohistórico, cada uno de nosotros cuenta con una trayectoria biográfica que hace variar nuestras prácticas y perspectivas. Ambos aspectos definen nuestras percepciones sensoriales y nuestros gustos, en otras palabras, las afinidades electivas (Bourdieu, 1998: 282) que nos unen con otras personas o cosas.

El *habitus* de clase también puede apreciarse en el cuerpo de los sujetos, en su *hexis* corporal (Bourdieu, 1990), es decir, en el modo en que llevan y mantienen el cuerpo. Dentro de la *hexis* corporal se ubican la apariencia física, el tono de voz, el modo en que los sujetos emplean las palabras al momento de hablar, la forma de caminar y las gestualidades.

Mi forma de producir conocimiento es *situada*, es decir que es localizable y parcial. Atravesada por las condiciones materiales desde las cuales produzco —una universidad pública en la Argentina—, por mi *habitus* de clase, mi género, mi edad, mis enfoques teóricos y metodológicos. Retomando a Donna Haraway (1991), generamos conocimiento situado, parcial, por lo que, para Haraway, hay que dejar en claro desde dónde se construye conocimiento. Dice al respecto:

Lucho a favor de políticas y epistemologías de la localización, del posicionamiento y de la situación, en las que la parcialidad y no la universalidad es la condición para que sean oídas las pretensiones de lograr un conocimiento racional (Haraway, 1991: 335).

Este tipo de conocimiento debe ser crítico, no caer en el relativismo, en el sentido de no estar posicionado en ninguna perspectiva mientras se pretende estar en todas. Para Haraway no es posible una pretensión de verdad universal ni de racionalidad científica, sino que, según su punto de vista, la objetividad se define como la conversación entre los diferentes conocimientos situados.

En una misma línea, Rosana Guber (2001) nos propone ser reflexivos/as acerca del lugar desde el cual estamos produciendo conocimiento. Nos sugiere tener en cuenta nuestros atributos socioculturales, tales como la clase social, el género y la edad, dado que estos marcarán el modo en que interpelamos y somos interpelados por quienes estudiamos. Haraway nos invita a examinar nuestra mirada como investigadores/as y sobre cómo nos ven los sujetos que estudiamos:

¿Cómo ver? ¿Desde dónde ver? ¿Qué limita la visión? ¿Para qué mirar? ¿Con quién ser? ¿Quién logra tener más de un punto de vista? ¿A quién se ciega? ¿Quién se tapa los ojos? ¿Quién interpreta al campo visual? ¿Qué otros poderes sensoriales deseamos cultivar además de la visión? (Haraway, 1991: 333).

En esta investigación tengo en cuenta estos interrogantes para esclarecer desde dónde se produce conocimiento y para incorporar las dimensiones de lo afectivo dentro de las ciencias sociales, que ha sido un avance logrado desde el feminismo académico. La incorporación de lo afectivo discute con la tradición epistemológica cartesiana que, tal como explica la feminista Helena López, “entroniza la razón a expensas del cuerpo” (2016: 11). En este libro la dimensión afectiva, sexual y corporal es tenida en cuenta no solo para analizar las experiencias en las búsquedas eróticas y afectivas de las personas, sino también cómo mi afectividad, mi género, mi sexualidad y mi corporalidad se ponían en

juego al momento de investigar. En términos de Bergman Blix (2015) y Asa Wettergren (2015), cuál fue mi participación emocional.

De la misma manera pondero la subjetividad de los/as entrevistados/as más allá de los testimonios que puedan brindarme para la investigación. Apunto, siguiendo a hooks (1989), a un *talk back* con quien tengo enfrente, sin descuidar la reflexividad y vigilancia epistemológica que debo tener como investigadora. Durante el desarrollo del trabajo de campo, las personas me veían como “una asesora sentimental”, como alguien que las escuchaba y a quien le comentaban cuestiones personales. Me contaban luego de las entrevistas, en charlas informales en los espacios de observación, si habían conocido a alguien o cómo se sentían.

2.1. De investigadora a “asesora sentimental”

En las entrevistas en profundidad a mujeres y a varones que buscan establecer encuentros eróticos y/o afectivos, una de las primeras impresiones que tuve fue el nivel de espontaneidad y de reflexión que poseen los/as entrevistados/as para dialogar sobre cuestiones del orden de las emociones, en relación con el amor y la búsqueda de pareja. Todos/as se consideraban “expertos” para hablar de estas cuestiones, lo ejemplificaban a partir de escenas de la vida cotidiana y con reflexiones y anécdotas sobre trayectorias eróticas y afectivas.¹² No obstante, en algunos momentos, para constatar ciertas hipótesis o ideas que tenían en relación con lo afectivo, me consultaban a mí sobre cómo superaba o vivenciaba una determinada situación. Por ejemplo, algo que apareció en una de las entrevistas fue una diferenciación entre el

¹² Este punto fue observado y discutido junto con Maximiliano Marentes durante el Círculo de Estudios que impartimos juntos en la Universidad Nacional de San Martín, durante el primer cuatrimestre del año 2016. El mismo se llamó “Estudios sociales del amor. El carácter social del amor, emociones y afectos

amor a los “veintipico” y el amor maduro. El amor maduro era para ellos/as el amor a su edad, de cuarenta años o más, cuando ya habían tenido alguna pareja estable por varios años y con quien habían convivido, y luego estaba el amor que ellos denominaban a los “veintipico”, al que ubicaban en mi persona. Mientras marcaban las diferencias —que el amor a los “veintipico” era más pasional, que uno siente que si se separa “se muere”, que es donde se proyecta y donde lo que prima es la intensidad—, me consultaban en medio de su reflexión cuántos años tenía, a lo que yo respondía veintiocho o veintinueve, según el caso. Y me volvían a explicar nuevamente sus representaciones sobre cómo había sido el amor para ellos/as a esa edad y me reguntaban “¿o no que es así?”.

Ante esto, y situándome no solo como investigadora, sino también como una persona atravesada al igual que ellos/as por el discurso del amor romántico, les respondía que sí, que algo de eso sucede. Aunque personalmente considero que las representaciones que ellos/as ponderan sobre el amor entre los veinte y los treinta son los rasgos más prototípicos del amor pasión: que implica una conexión entre amor y atracción sexual (Giddens, 2006). Sin embargo, si alguien me entrevistase a mí sobre cuestiones vinculadas al amor a mi edad, pensaría que el amor pasión se ubica en la adolescencia, o lo que llamaría, siguiendo con las expresiones de los/as entrevistados/as, a los “diecípico”. Es decir, cómo representan idealmente el modo en que yo amo, no es el modo en que yo lo haría.

Realizar estas entrevistas me hizo cuestionar sobre mi manera de amar y sobre mis propias representaciones y sentidos sobre lo amoroso. En relación con esa distinción entre el amor maduro y el amor a los “veintipico”, una de las entrevistadas (Sandra, 50 años), quien antes me había preguntado si yo estaba en pareja, me dijo al pasar, durante el transcurso de la entrevista, “¿qué te pasaría si hoy a vos tu pareja te deja?”. Para ella era importante conocer si yo estaba en pareja o no, o si al menos había tenido un vínculo

de pareja, para de este modo constatar si yo podía comprender lo que ella me estaba contando sobre sus relaciones y emociones, es decir, si yo como entrevistadora podía captar lo que me quería transmitir, no solo desde lo racional, sino también desde lo afectivo.

Otro punto al cual quiero referirme es cómo estos/as entrevistados/as, cuando aparecía una sensación de incertidumbre, me consultaban mi opinión sobre alguna de sus prácticas o si alguna de las otras personas que yo había entrevistado había encontrado una solución certera para una determinada situación. Preguntas y pedidos al estilo de cómo conseguir pareja, cuál era mi opinión sobre el amor y qué me sucedía a mí personalmente ante una determinada situación iban apareciendo en las diferentes charlas. Una de las entrevistadas (Celeste, 46 años), cuando comenzó la entrevista, me dijo: “Espero que después de la entrevista me digas cómo hacer para conseguir pareja”. Yo me reí y consideré que era un modo que la entrevistada había utilizado para generar empatía. La entrevista fue muy amena. Ella, especialista en temas de comunicación, tenía un análisis muy interesante sobre las redes sociales en su relación con los vínculos eróticos y/o afectivos. Yo sentía que esto nos colocaba en una posición de horizontalidad para pensar marcos teóricos y repensar mi objeto de estudio.

Celeste, al momento de la entrevista, era una asidua usuaria de Match, aunque muy crítica sobre la posibilidad de que ella pudiera conocer por esos medios a alguien con nivel educativo universitario a quien amar. Era muy explícita en su búsqueda de un vínculo donde prime el amor. Según su punto de vista, hay algo del orden de lo ficcional y de lo no espontáneo en las redes sociales que va en contra de lo que ella consideraba como amoroso.

Cuando la entrevista ya estaba finalizando, me consultó si yo “que era experta en estos temas” pensaba que ella podría llegar a conseguir una pareja “de verdad” por este tipo de redes sociales. Ante esa pregunta primero dudé si en mi libretto sociológico podía responder eso. Pero a

nivel humano, estaba frente a una persona que me había contado escenas de su vida que según me comentó casi nadie las sabía. Lo primero que le respondí fue que de ninguna manera era una experta y que simplemente estaba comenzando a investigar sobre la temática. No obstante, me pareció que sí podía compartirle la experiencia anónima de otras personas, que siendo universitarias habían conocido a sus parejas por medio de las redes sociales y que hoy convivían sin otorgarle importancia al hecho de haberse conocido por Tinder, Badoo o Match. Eso tuvo un impacto positivo en Celeste, quien se entusiasmó con lo que yo le comenté. Entiendo que con la entrevista y la charla final pudo cuestionar, aunque sea en parte, un prejuicio propio que la hacía sentir incómoda con ella misma y con el hecho de buscar pareja por esos medios.

Una segunda escena de entrevista en la cual fui colocada en el lugar de “asesora sentimental” fue con Santiago (47 años). En diferentes momentos de la entrevista, mientras él expresaba sus sentimientos positivos en relación con el hecho de tener una pareja o cuando hizo mención a los celos, me consultaba: “¿Alguna vez te pasó?”. Mi punto de vista en el diálogo que habíamos entablado parecía tener para él cierto valor, lo cual a mí me llamaba la atención. Esto que también me había sucedido en otras entrevistas me hizo preguntar: ¿Cómo yo que tengo una trayectoria vital y, por ende, amorosa más corta puedo dar una opinión interesante? La respuesta que encontré a esa pregunta es que, por un lado, la entrevista les habilita un espacio donde poder compartir parte de sus emociones y una escucha activa sin cuestionamientos. En segundo lugar, me interpelaban porque suponían que yo había estudiado sobre la temática —aunque no lo haya hecho desde la psicología, como a veces creían, sino desde las ciencias sociales—, lo cual hacía que mi palabra se volviese más experta. Pero principalmente, quienes me hacían estas preguntas veían en mi respuesta un modo de gestionar sus expectativas ante la búsqueda y poder confrontar sus prejuicios o representaciones, tal

como mostré en el caso de Celeste, como así también de incrementar su autoestima, de orientar y de reflexionar sobre sus búsquedas de vínculos eróticos y afectivos.

Cuando la entrevista finalizaba, les consultaba si tenían amigos/as que estuvieran solteros/as. A los pocos días, sin que haya sido necesario repreguntarles, ellos/as mismos/as me avisaban por WhatsApp que le habían contado sobre la entrevista a un amigo o amiga y que esa persona quería ser entrevistada. En uno de los casos, Carolina (49 años) me escribió un viernes por la noche diciéndome que estaba reunida con una amiga, quien utilizaba un chat telefónico de citas y que quería que la entrevistara. La nueva entrevistada, Sandra (50 años), me comentó sobre lo importante que había sido para Carolina la entrevista y que a partir de la misma había podido hacer un balance de sus relaciones. Cada uno de los/as entrevistados/as se llevó algo de la experiencia de la entrevista, a Carolina y Sandra les fue útil como espacio “terapéutico”; mientras que a mí me sirvió para ver el modo a través del cual los/as entrevistados/as gestionaban el no estar en pareja, cuáles eran sus percepciones sobre el amor, qué esperaban de una pareja y el rol central que tenían los/as hijos/as (tenerlos o no) en estas personas de cuarenta años o más.

A partir de esa entrevista comencé a notar que el tema de la maternidad, la paternidad y los/as hijos/as, que no había tomado en consideración al momento de plantear mi proyecto de investigación, aparecía fuertemente en las distintas entrevistas o en charlas informales que entablaba con personas de cuarenta años o más. El tema de la maternidad/paternidad aparece de forma diferenciada según el género, como explicaré en los próximos capítulos, y tiene efectos concretos y múltiples en las búsquedas. Algunos/as entrevistados/as buscan una pareja con la cual tener un/a hijo/a, a otros/as el hecho de tener hijos/as les impide salir para poder conocer gente en espacios cara a cara en determinados momentos de la semana, en otros casos algunos/as entrevistados/as tuvieron problemas con exparejas que les

recriminaban que pasaban más tiempo con sus hijos/as que con ellos/as; y también hay entrevistados/as que no quieren tener más hijos/as y prefieren vínculos con personas que ya tengan hijos/as.

El ser percibida por los/as entrevistados/as como alguien de su misma clase social es un aspecto sociocultural que intervenía al momento de hacer las entrevistas. Cuando yo les consultaba qué atributos debería tener una persona para que les resultara interesante, al momento de entablar una relación de pareja, lo primero que aparecía eran referencias a que tuviera estudios universitarios; por ejemplo, en el caso de Mateo (44 años), me dijo: “No podría fijarme en una mujer que usa camisetas de fútbol”. Cuando mencionaban frases como esa, yo repreguntaba a qué se referían o por qué. Ante esto me indicaban con la mirada y con pocas palabras que yo entendía de lo que estaban hablando. Es decir, apelaban a nuestro *habitus* de clase (Bourdieu, 1987) y estilo de vida (Sautu, 2016) común para explicarme que no establecerían un vínculo de pareja con alguien de sectores populares.

En el caso de Micaela (44 años), ella se había mudado al barrio de Palermo, donde residía al momento de la entrevista, hacía un año. Empezó a ir sola a las catas de vino por interés y como forma de conocer gente. Mi primer diálogo con ella surgió durante una de las observaciones debido a que mis empanadas, que nos daban cuando terminaba la degustación, habían quedado apoyadas en su mesa. Ella había estado toda la noche en silencio y era la primera vez que la veía en la cata. Cuando me senté, me preguntó si iba frecuentemente y le contesté que estaba haciendo trabajo de campo en el marco de mi proyecto de tesis. Le pareció pertinente el tema y se ofreció para ser entrevistada, me dijo “yo soy el caso”. Me contó que le había costado tomar la decisión de ir a la cata porque le resulta extraño salir sola, y que estaba a punto de marcharse hasta que yo me acerqué y comencé a hablar con ella. Durante la charla le presenté a distintas personas *habitués* del lugar y al dueño, quienes se

sentaron a hablar con nosotras.¹³ Esto fue experimentado con entusiasmo con Micaela. Cuando nos despedimos me agradeció haberla incluido en el grupo y me propuso pautar un día y horario para la entrevista.

Cuando le realicé la entrevista, ella me consultó de dónde era y le comenté que solía vivir muy cerca de donde vivía ella. Me pidió si podía contarle de lugares donde poder ir a escuchar música o a tomar algo sola donde vaya gente, según dijo, “como vos o yo”. Aquí se pusieron en juego la clase social y el lugar de residencia en común. Con la frase “como vos o yo” se refería, en el marco de un barrio con lugares caros, a espacios que sean accesibles y a los que concurra gente con intereses que ella suponía comunes conmigo en tanto teníamos un *habitus* de clase y estilo de vida similar: escuchábamos el mismo estilo de música (*rock* y *funk*), ambas íbamos a la vinería, yo había vivido en el mismo barrio que ella y ambas habíamos estudiado y trabajado en el sector público.

Ser cis ¹⁴mujer heterosexual también jugó un papel al momento de realizar las observaciones y las entrevistas. En una de las primeras observaciones en las clases de salsa y bachata, yo estaba practicando unos pasos con un compañero de mi misma edad y que apenas conocía. Si bien ingresé al campo desconociendo estos ritmos, ya hacía dos meses que asistía una vez por semana a las clases, por lo cual sabía cuándo un varón *marcaba* un paso y cuándo se estaba acercando de más, tal como nos habían explicado las profesoras (mujeres). Este compañero que estaba en nivel

¹³ Micaela empezó a ir a las catas en agosto de 2016, para diciembre de ese mismo año ya había comenzado a tomar clases de pilates con una de las clientas habitué e iba a los cumpleaños de las personas que había conocido en este espacio de sociabilidad.

¹⁴ Cis es una forma de llamar a las personas que no son trans. Es decir, aquellas que se identifican con el género asignado al nacer (Radi, 2015). Los términos cis y trans oponen dos prefijos latinos. Cis quiere decir ‘de este lado’, mientras que trans significa ‘del otro lado’ (Blumer, Ansara, Watson, 2013). Asimismo, a partir del prefijo cis se nombra a la mayoría dominante y se explica que las identidades no trans también son construidas (Serano, 2016).

principiante como yo en vez de marcar el paso siempre me tomaba de la cintura muy fuerte y me empujaba hacia él innecesariamente. En una oportunidad, tomé la decisión de dejar de pasar desapercibida como investigadora y le dije de forma concisa que no estaba marcando el paso y que me estaba apretando. Respondí ante un cortejo que consideraba abusivo. Ante mi expresión de enojo me dijo que no me ofendiera y me sugirió que yo marcara los tiempos del paso, hecho que no sucede en la bachata donde, tal como nos decían una y otra vez, “el hombre marca y la mujer refina”. Cuando yo marqué los tiempos del paso, tal como lo había explicado la profesora, quedó en evidencia que no era necesario apretar tanto al *partenaire* (pareja) para que el paso saliera correctamente.

Asimismo, hubo dos episodios que me hicieron reflexionar sobre mi sexualidad y género. El primero fue luego de realizar una entrevista a uno de los varones un día miércoles por la tarde. Me volvió a escribir un viernes a las 11:30 de la noche diciéndome que se había quedado pensando en todo lo que habíamos hablado y que le gustaría invitarme a tomar algo para continuar la charla. El segundo fue con uno de los entrevistados que me citó para realizar la entrevista a las 19:30 horas, en su casa. Aunque yo le propuse que fuera en un bar, él me dijo que prefería ir a su casa luego de su larga jornada de trabajo. Acepté, dado que al momento de la entrevista ya teníamos todo un entorno en común dentro del ámbito que yo observaba y que distintas personas sabían que estaría realizando la entrevista. Al finalizar, dos horas y cuarto después, me ofreció de forma cordial si quería quedarme a tomar algo con él. Dado que ya tenía otros planes y no me interesaba relacionarme con él a nivel personal, más allá del marco de la entrevista, le agradecí la invitación y di por finalizado el encuentro. Esta situación me sirvió para darme cuenta de que aquello que yo consideraba como una entrevista formal podía ser visto por ciertas personas como una forma de levante, y devenir en algo más si yo quisiera, y que los/as entrevistados/as me presuponían

heterosexual, sin que yo hubiera hecho referencia alguna sobre mi orientación sexual. A su vez, me hizo dar cuenta de los riesgos de tipo sexual que una puede correr como mujer al momento de investigar.

Mis atributos socioculturales como la clase social, el género, el lugar donde resido y la edad generaban empatía y sinergia con los/as entrevistados/as. Me colocaban, ante la mirada de los/as entrevistados/as no solo en el papel de investigadora, sino como una persona dispuesta a escucharlos/as o como un potencial encuentro erótico.

En resumen, en este capítulo expuse la estrategia metodológica y mi apuesta epistemológica. Desde una perspectiva feminista, en la cual me encuadro, llevé a cabo un ejercicio de reflexividad sobre mi lugar en la investigación y el vínculo que establecí con los/as entrevistados/as. En los próximos capítulos me propongo analizar, a la luz de mis perspectivas teóricas explicitadas en la Introducción, el material empírico.

2

El no estar en pareja

Motivaciones y expectativas en la búsqueda de vínculos eróticos y/o afectivos

El capítulo tiene como finalidad describir y analizar, por un lado, cómo es vivenciado el hecho de no estar en pareja por las personas solteras, separadas o divorciadas, y por el otro, cuáles son las expectativas y motivaciones que poseen estas personas al momento de buscar encuentros eróticos y/o afectivos. Es decir, cómo es experimentada la condición de la soltería y cómo las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos son formas de vivirla.

La primera sección contempla una discusión teórica que contextualice la soltería y las búsquedas en el marco de la modernidad tardía; luego analizo las representaciones y experiencias en torno a la soltería; y por último, cuáles son las motivaciones que se ponen en juego al momento de buscar vínculos eróticos y/o afectivos.

Para el análisis se tendrán en cuenta las dimensiones de edad, género y clase, como así también cómo operan los guiones de la heteronormatividad en relación con el amor romántico en las personas que no están en pareja y que buscan encuentros eróticos y/o afectivos.

1. Individualización, soltería y amor como (pos)religión

En el proceso de individualización que experimentan las sociedades capitalistas actuales prima el modelo biográfico vital como forma de realización de los sujetos. Este implica que las personas están desligadas de los modelos tradicionales de la sociedad industrial en relación con el saber hacer, las creencias y las normas orientativas. Beck y Beck-Gernsheim (2001), desde una postura pesimista, en este contexto que ellos denominan de sociedad de riesgo, postulan:

[los sujetos] son despedidos hoy de las certidumbres del progreso de la sociedad industrial hacia la soledad de la autoresponsabilidad, de la autodeterminación y la autoamenaza de sus vidas y amores para las que no están preparados ni equipados por las condiciones externas, por las instituciones (2001: 20).

Esto habilita, cada vez más, la formación a lo largo de nuestras vidas de distintos vínculos que se vayan adecuando a nuestras necesidades y expectativas, según cada momento de la vida.

En relación con la sexualidad hay una puesta en discusión y negociación de “lo que es, significa, debería y podría ser la familia, el matrimonio, la maternidad, la paternidad, la sexualidad, el erotismo y el amor” (Beck y Beck-Gernsheim, 2001: 20). En los sectores de clase media, que aquí nos ocupan, el proyecto de un amor para toda la vida desde la juventud se tensiona con la importancia que ha adquirido el logro y la autorrealización, en términos individuales, en las esferas educativas y laborales. Esto habilita búsquedas de relaciones cada vez más a medida de nuestras aspiraciones personales que, tal como presento en este capítulo y a lo largo del libro, tienen resultados disimiles para varones y mujeres. En las mujeres que apostaron a sus carreras profesionales o que relegaron el proyecto de una familia en pos

de otros intereses aparece, al acercarse a los cuarenta años de edad, una aspiración más marcada por tener hijos/as, en principio, sin la intervención de métodos de fertilización asistida y en el marco de una pareja constituida.

Las trayectorias eróticas y afectivas en la posmodernidad se tornan, tal como he venido explicando, heterogéneas y zigzagueantes. La generación de vínculos eróticos y afectivos adquiere un carácter dual, “el amor se hace más necesario que nunca antes y al mismo tiempo imposible” (Beck y Beck-Gernsheim, 2001: 16). Se visualiza que continúa re-apareciendo el amor romántico como un horizonte de sentido del cual se valen las personas heterosexuales, pero el modo en el cual se vivencia es a través de formas múltiples de negociación y vinculación. Los horizontes de sentido pueden ser interpretados desde la lectura de Koselleck como horizontes de expectativa en tanto son un futuro presente, un todavía no. Son proyecciones que se hacen en el presente sobre lo que podría ocurrir en el futuro, ya sea que se lo desee o no (Koselleck, 1993: 338). El horizonte de expectativa se crea en función de la experiencia, pero no necesariamente se deriva de esta. Por su parte, para el autor, el espacio de la experiencia remite a una vivencia propia o ajena, individual o colectiva, capaz de ser repetida. Es el pasado en el presente, dado que aglutina todas nuestras experiencias anteriores.

Según Coontz (2006) e Illouz (2009), en la era victoriana existía una asociación entre el discurso romántico y los valores y las metáforas religiosas. Desde dicha acepción, el amor entre las personas heterosexuales era objeto de adoración. A medida que la religión dejó de ocupar un lugar central durante las últimas décadas del siglo xix y las primeras del *style="font-variant: small-caps;">xx*, el amor romántico se vio atravesado por la nueva ola secularizadora. Illouz (2009) postula que el amor posee una dimensión utópica y que no puede pensarse, simplemente, como falsa conciencia ni como “ideología”. Para Illouz, los anhelos utópicos que

constituyen el amor romántico se vinculan con la experiencia de lo sagrado, en tanto son al mismo tiempo sagrados y socialmente vinculantes.¹

La dimensión utópica del amor deriva de una categoría de lo religioso, especialmente de los ritos de pasaje, la *liminalidad*, concepto desarrollado por Victor Turner (1967, 1974), que implica la inversión de las jerarquías del orden normal y la liberación de energías comunales, que normalmente están reprimidas, para la fusión en un vínculo orgánico. A través de la liminalidad existe la posibilidad de ubicarse al margen de la propia posición social. Illouz se refiere al concepto de liminalidad del siguiente modo:

Lo liminal explora los límites de aquello que el grupo social permite, controla y sanciona ritualmente. Por ende, contiene elementos de transgresión pero también mecanismos para restablecer el orden “normal” de las cosas. En este sentido, el amor romántico posee un carácter sagrado porque reafirma la supremacía de los individuos, en sus vínculos amorosos, y pone en acto simbólicamente, mediante la inversión de las categorías, los ritos de oposición al orden social establecido (Illouz, 2009: 29).

En el vínculo amoroso surge entre los amantes un “nosotros” que vincula a la pareja y los aísla del ámbito que los circunda (Alberoni, 1983). No obstante, la experiencia liminal y el “acceso” a la utopía están inscriptos en el marco de condiciones sociales e institucionales, símbolos, valores y relaciones de clase (Illouz, 2009).

En este carácter (pos)religioso (Beck y Beck-Gernsheim, 2001) o de nueva religión (Illouz, 2009), las personas entablan vínculos, ya sean eróticos o de pareja,

¹ Illouz (2009) retoma a Durkheim (1996) para pensar el amor romántico dentro de la experiencia de lo sagrado. Durkheim identifica dentro del mundo secular experiencias de lo sagrado que no han desaparecido, sino que han migrado de la religión a otros ámbitos de la cultura.

fugaces o permanentes, como refugios ante la individualización y como un modo a partir del cual relacionarse intensamente con otros.

Desde la perspectiva de Beck y Beck-Gernsheim (2001), el amor asimila alguna de las características de la religión y se presenta como un modo de contraindividualización, que puede ser interpretado como la “religión terrenal del amor” (Beck y Beck-Gernsheim, 2001: 30). Es pensado como una religión porque habilita interacciones y sensaciones que pueden ser colocadas del lado de la suprarrealidad, es decir, en contraposición a lo rutinario que circunda a los sujetos. En el caso de los enamorados, la suprarrealidad es terrenal y está encarnada en la figura del amado², mientras que en el caso de la religiosidad, en una figura celestial. Otra de las características que permiten vincular el amor romántico con la religión es que en ambos hay acompañamiento, confesiones, promesas y pruebas, tal como sucede en los rituales religiosos.

Según la bibliografía especializada, entablar vínculos eróticos o amorosos y la heterosexualidad son hechos naturalizados y presupuestos por parte de nuestra sociedad (Esteban, Medina y Távora, 2005; Johnson, 2005; Rodríguez Salazar, 2012). Paul Johnson, en *Love, Heterosexuality and Society* (2005), encontró, a partir de entrevistas focalizadas en las experiencias amorosas y sexuales de sus entrevistados/as, que el amor es experimentado por ellos/as como un elemento esencial para el género humano, como parte de la personalidad y como algo que se ubica más allá de la descripción racional.

Asimismo, Johnson (2005) y Esteban, Medina y Távora (2005) señalan que el amor contribuye a la normalización y naturalización de la heterosexualidad en tanto produce

2 Explica Karen Lystra (1989: 8): “sobre todo durante el cortejo, se puede constatar que el amor romántico contribuye a reemplazar a Dios por el amante como símbolo central de significación máxima (...); en la nueva teología del amor romántico [los enamorados] se transforman mutuamente en divinidades”.

los géneros. Facilita la producción y adscripción de las subjetividades en la distinción binaria masculino-femenino. Las narrativas románticas del amor heterosexual postulan que los sentimientos románticos son experimentados en un cuerpo, visto como natural, y que son causados por alguien del género opuesto. La *falta* es el principio organizador de la heterosexualidad y es supuestamente resuelta a través de la relación amorosa. “El significado central de la falta es que la feminidad y la masculinidad se presentan como opuestas una a la otra, opuestos que se juntan para hacer un ‘todo’” (Johnson, 2005: 102).³

Si bien me distancio de estas lecturas totalizantes sobre los vínculos amorosos, en tanto visualizo tensiones, quiebres y negociaciones, retomo el punto de vista de Johnson (2005) del amor como una tecnología del yo. El amor es para el autor, desde su lectura de Michel Foucault (1990), una tecnología del yo, dado que es el sitio a través del cual la subjetividad es producida, instalada y regulada. El amor es una tecnología del yo porque se fundamenta alrededor de preguntas sobre el yo y mantiene su poder precisamente porque ofrece un rango de oportunidades para crear un sentido propio de ser en el mundo (Foucault, 1990; Johnson, 2005). El modo en el cual se despliega el amor como tecnología del yo es primeramente una tecnología de género (De Lauretis, 1996), ya que produce papeles románticos diferenciados para sujetos femeninos y masculinos. Diferentes tecnologías de género son abordadas en el análisis, como por ejemplo los espacios terapéuticos, los espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales⁴, y los discursos que circulan sobre el amor de pareja, la maternidad y la paternidad.

3 “The central significance of lack is that femininity and masculinity stand as opposites to each other, opposites which come together to make a ‘whole’” (Johnson, 2005: 102). Traducción propia al idioma español.

4 Las escuelas de seducción analizadas por Elizalde y Felitti (2015) pueden ser leídas en esta clave.

Este lugar central que posee el amor como tecnología del yo y como tecnología de género en las sociedades de modernidad tardía es reforzado y performado por los relatos terapéuticos⁵ que colocan la normalidad y la autorrealización en la generación de vínculos afectivos y amorosos. El relato terapéutico ha difundido la idea de que los vínculos amorosos, sus rupturas, y el no estar en pareja se explican en función de la historia individual del sujeto, por lo que se encuentran en la esfera de su propio control. Es decir, prima un imaginario de responsabilidad individual ante el hecho de que una persona busque o no estar en pareja. Hacen de la experiencia de estar sin pareja una situación que debe ser analizada (Illouz, 2007, 2012). Esto se debe, en términos de Foucault y Sennett (1988), a que el desarrollo de la subjetividad se ha mezclado con la sexualidad. Desde los discursos terapéuticos, fuertemente anclados en la sexualidad, se pretende interpretar el desarrollo subjetivo y la supuesta verdad del sujeto. Quienes no entablen relaciones eróticas y/o afectivas serán considerados como individuos solitarios, no realizados emocionalmente. Este tipo de soledad es denominada por Foucault y Sennett (1988) “soledad de la diferencia”, debido a que la falta de experiencias eróticas y afectivas hará de los sujetos individuos distintos, separados. A la vez que los propios individuos se experimentarán de este modo.

El discurso del amor y el hecho de que la soledad sea vista como problemática impregna las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos y las interacciones, sin con esto presuponer que estas búsquedas tengan como

⁵ El discurso terapéutico, anclado en la autorrealización, convergió en “la creación de un campo de acción en el cual la salud mental y emocional es la principal mercancía en circulación. Todos contribuyeron a la emergencia de lo que llamo un campo emocional” (Illouz, 2007: 138). En este campo confluye el Estado, la academia, los grupos de profesionales acreditados por el Estado, segmentos de las industrias culturales, la universidad, el mercado de medicamentos y la cultura popular, para crear un campo de acción y discurso con reglas propias, objetos y límites.

propósito la constitución de una pareja en términos tradicionales —monógama y fija—, como forma de anclaje y realización del yo.

Entiendo que en las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos las personas no están necesariamente buscando pareja, sino que también persiguen búsquedas simplemente eróticas —que los/as entrevistados/as denominan “amigos/as”, “amantes”, “estar viendo a alguien”— o de vínculos que no tienen una categoría cerrada previa. Estos tipos de vínculos (“amigos/as”, “amantes”) están atravesados por guiones sociales (Gagnon y Simon, 2005) con retórica amorosa, por ejemplo las dinámicas de las citas. Pero también poseen elementos antagónicos, a saber, la poca cotidianidad en sus vínculos o el hecho de ser relaciones en las cuales sus miembros tienen —abiertamente o no— relaciones sexuales con otros/as.

La perspectiva desde la cual me posiciono para el análisis de la soltería se aleja de concepciones que la asocian indefectiblemente con emociones negativas, como la angustia o con el aislamiento social. Complejizo el análisis de la soltería y la soledad a partir de la perspectiva sociológica de Eric Klinenberg (2012), para quien el proceso de individualización y el contexto urbano habilita, cada vez más, el vivir solo/a como una opción elegida y no implica sentirse solo/a. Las nuevas tecnologías permiten nuevas formas de sociabilidad entre las personas. Desde la comodidad de nuestros hogares, a través de sitios de citas y aplicaciones, buscamos encuentros eróticos y/o afectivos, tener solo charlas con nuevas personas o comunicarnos con personas conocidas. Esto se contrapone a la visión de Sherry Turkle (2012), para quien aunque estemos hiperconectados a los teléfonos celulares cada vez estamos más solos. Esto se resume en la idea de solos pero juntos, de allí el título de su libro *Alone Together* (2012).

Klinenberg (2012) reconoce que vivir solo/a cuando se está cercano/a a los cuarenta años de edad tiene implicancias diferentes para las mujeres respecto a los varones por la

pérdida de la fertilidad femenina, a la cual denomina “reloj biológico” (2012: 194). No obstante, postula, basándose en DePaulo (2006), que las personas que no han encontrado una pareja deseada y viven solas son más felices que aquellas que tienen relaciones problemáticas o por compromiso.

Bella DePaulo (2006, 2009), desde la psicología, acuña el concepto de *singlism* como una forma de discriminación y estigma que perjudica a las personas que no están en parejas formales. El objetivo de sus investigaciones gira en torno a las injusticias que se cometen contra las personas solteras —en términos de salud, felicidad, longevidad, satisfacción emocional y física— en relación con las emparejadas. Pero, a su vez, DePaulo sostiene que, a pesar de las injusticias y la invisibilización en torno a las personas solteras, estas viven de forma exitosa y feliz.

En resumen, analizo la soltería, la soledad y el no estar en pareja desde dos coordenadas. Por un lado, tengo en cuenta las implicancias negativas que puedan existir sobre las personas que no están en pareja, según la edad y el género de los sujetos (Villareal Montoya, 2008), el miedo a la soledad y el interés por entablar vínculos amorosos (Beck y Beck-Gernsheim, 2001; Illouz, 2009). Pero, por otro lado, indago sobre otras formas de experimentar la soltería, personas que la viven como una forma de liberación o mujeres que deciden tener hijos/as solas. Es decir, en las próximas páginas el análisis empírico sobre el fenómeno de no estar en pareja es realizado teniendo en cuenta la multiplicidad de experiencias que atraviesan las personas entrevistadas.

2. Estar solo/a y soledad

Una frase que aparece en las entrevistas para referirse al no estar en pareja es: “estoy solo/a”. Aunque los/as entrevistados/as se definan así, no necesariamente están experimentando aislamiento social o soledad (Rubio, 2003). Sentir

la soledad es una sensación subjetiva relacionada con la tristeza, un sentimiento interno y doloroso, mientras que estar solo/a, condición más bien objetiva, implica la carencia de compañía, tanto de contactos sociales como familiares (Rubio y Aleixandre, 2001). El estar solo/a puede ser un deseo positivo y voluntario (Heinrich y Gullone, 2006; Rokach, 1990).

Los/as entrevistados/as vivencian el estar solos/as, en el marco de trayectorias eróticas y afectivas zigzagueantes, en algunos momentos como una elección y en otros como soledad. No obstante, un común denominador que encuentro en la carrera emocional (Wettergren, 2015) de las personas entrevistadas es que la soltería es vivida, de un modo que he dado en llamar “*estado paréntesis*”. La búsqueda del amor romántico aparece como un ideal con el cual siempre están en negociación, por momentos lo rechazan y por momentos se acercan. Retomo el concepto de *carrera emocional*⁶ de Wettergren (2015), el cual permite analizar, procesualmente, la variabilidad y aprendizaje constante de los estados de ánimo y manifestaciones emocionales de los/as entrevistados/as en determinadas circunstancias, como así también a lo largo de su vida. El concepto de carrera emocional se inspira en la noción de Goffman (1998) de carrera moral, que supone las maneras y los procesos a partir de los cuales las personas articulan una biografía en relación con la existencia de un estigma. En una misma línea, Becker (2009) entiende el carácter procesual, las etapas y la socialización progresiva de la carrera de quien es considerado desviado. El carácter emocional de la carrera se inspira en la premisa del carácter afectivo que atraviesa a la multiplicidad de interacciones y relaciones que establecen

⁶ Este concepto, acuñado por Wettergren (2015), ha sido analizado por Olga Sabido Ramos en una de las clases del seminario doctoral “Afecto y corporalidad” dictado en la Universidad Autónoma de México, en el primer semestre de 2017. Sabido Ramos lo emplea para ver el carácter procesual de las emociones de las personas en distintas situaciones de su vida. Lo retoma de la noción de carrera de Goffman (1998) y Becker (2009).

los sujetos (García Andrade y Sabido Ramos, 2014). En ese interactuar y vincularse de los sujetos, siempre dentro de un marco sociocultural más amplio, van desarrollando e incorporando una carrera emocional que los posiciona en las distintas situaciones. En la carrera emocional de las personas aquí analizadas hay un horizonte de sentido o de expectativa, en términos de Koselleck, que es el amor romántico y su asociación al ideario de pareja. El entablar una pareja aparece como el horizonte de sentido, a veces más cercano y otras más lejano, al cual hacen referencia, una y otra vez. A su vez, relatan y valoran la soltería como libertad, en contraposición al estar en pareja.

En esta sección me propongo, a partir de las entrevistas, analizar las connotaciones de los/as entrevistados/as sobre la soltería, el estar solo/a y la soledad. En la primera parte analizo aquellas referencias a la soltería como reencuentro subjetivo y libertad; en la segunda, las referencias a la soltería como soledad y cuáles son las estrategias de los sujetos ante este hecho; y por último, analizo un emergente de las entrevistas: la “desesperación” ante la soltería.

2.1. Soltería como reencuentro subjetivo y libertad

Tanto en varones como en mujeres la soltería aparece como un estado de reencuentro subjetivo y de liberación. El pasado en pareja es relatado como una pérdida de la autoestima personal, de las aspiraciones individuales en pos de la pareja y de capital erótico. El capital erótico está conformado por la belleza, el atractivo sexual, el cuidado en la imagen, tener aptitudes sociales —tales como gracia, vitalidad y humor—, la juventud y la propia sexualidad (Hakim, 2012).

Entrevistadora: Me decías que hace siete meses que te separaste. ¿Cómo te sentís?
Miriam: Yo la verdad es que estoy re bien así como estoy. Hacía rato que no me sentía así de bien. Será por esto que te decía, mi sueño siempre fue estar en un grupo coreográfico. Pero para mí estar en un grupo de salsa siempre fue algo más. Para mí mejoré en todos los aspectos

desde que me separé. Bajé de peso, me ocupo de mí, hago lo que quiero, vengo a la hora que quiero. Mi ex nunca me controló ni nada. Pero ahora no me hago mala sangre por nada. No me preocupo por nada, si tengo que cocinar, si no tengo que cocinar. Es como eso que te decía, tengo 35 pero me siento que tengo 30 porque la verdad es que estoy súper bien. Yo soy súper desconfiada, antes capaz él salía, yo le mandaba un mensaje, veía que no me contestaba y decía “qué raro que no me conteste, yo nada más le estaba preguntando si estaba todo bien”. Y capaz que el hecho que no me contestara ya me generaba como algo. Y viste como que no dormía, entredormía. Ahora no me pasa nada. Me siento libre. Y hago lo que me gusta (...). Yo creo que para mí fue lo mejor. Yo de hecho bajé de peso un montón. Yo bajé doce kilos. Me mejoré en todo. Ahora me arreglo para salir. Antes ni me arreglaba. Viste como que había perdido un poco lo que es la autoestima (...). Es como que tengo ganas de estar así, sin problemas. Por lo menos por un tiempo. Después Dios dirá. Estoy re tranquila. Y el baile para mí es súper regenerador. Es lo más de todo. Conocés gente, conocés todo (Miriam, 35 años).

En este fragmento de la entrevista, cuyos componentes son similares en otras entrevistas a varones y mujeres, se visualizan dos secuencias con apreciaciones valorativas opuestas (Meccia, 2012): la de estar en pareja como negativa, y el estar soltera como positiva. Miriam, al momento de la entrevista, hacía siete meses que estaba separada luego de un concubinato. La efervescencia de este corto tiempo de soltería le permite marcar taxativamente hechos que han marcado su carrera emocional (Sabido Ramos, 2017; Wettergren, 2015) y que la llevan a elegir, a partir del aprendizaje que obtuvo con su expareja, un presente de soltería. Relata su historia entre un pasado al que no quiere regresar (estar en pareja) y un presente en el cual se siente mejor. El “me siento libre”, “hago lo que me gusta”, “me mejoré en todo” de la soltería se contraponen a lo romántico del vínculo con su expareja. Dentro de los atributos del amor romántico se encuentran la idealización del sujeto amado, la monogamia y la entrega total (Alberoni, 1998; Bataille, 2010; Illouz,

2009; Tenorio Tovar, 2012). Estos aspectos moldean y erotizan a la pareja, y cuando son puestos en cuestionamiento generan escenas de conflicto y malestar en las personas. El hecho de que él no le responda los mensajes cuando salía de noche la dejaba a la *espera*. Se desestabilizan las premisas del amor romántico, la confianza dentro de la pareja y la idea de que el sujeto amado es el centro del mundo (del otro y del propio) (Marentes, Palumbo y Boy, 2016).

La entrega total desdibuja al individuo y sus aspiraciones. Miriam, en el marco de una pareja atravesada por prácticas frecuentes de celos y control, había dejado de bailar y la opinión de su pareja, sin con esto desconocer la agencia individual de la entrevistada, tenía un peso fuerte en sus decisiones. En su presente, que es relatado en oposición al pasado, sus aspiraciones personales toman un lugar preponderante: salir cuando quiere y hacer solo lo que ella quiere sin tener que negociar sus deseos.

El estar en pareja llevaba a que no conociera personas. Desde la concepción romántica del amor, en el vínculo de pareja surge entre los amantes un “nosotros” que los aísla del ámbito que los circunda (Alberoni, 1983). En cambio, a partir del baile “conoce gente”. Como soltera se abre a conocer otras personas, espacios y esferas que ella resume como “conocer todo”.

En su relato, cuando estaba de novia el centro de su existencia estaba depositado en ese vínculo y las emociones negativas que le generaba, a saber, tristeza y angustia. En cambio, en su presente, el baile es un actante (Meccia, 2012) que ha devenido su centro de atención. A diferencia de su expareja, la danza le genera emociones positivas: alegría, vitalidad y tranquilidad. Miriam asocia el estar soltera con el rejuvenecimiento y el bienestar físico: “tengo 35 pero me siento que tengo 30”, “bajé de peso, me ocupó de mí”. Esto se vincula a la diferencia que establecen Featherstone y Hepworth (1991) entre *look age* y *feel age*. Ella con esa frase marca una distancia entre su edad cronológica y cómo se siente. A partir de “ocuparse de ella”, adelgazar y arreglarse para

salir, aumenta su capital erótico (Hakim, 2012) o corporal (Frank, 2002). En el baile se re-erotiza, ella se siente (*feel age*) más joven, volviéndose una mujer deseable acorde a los cánones de ese ambiente. Como explica Goffman (1971), cuando las personas interactúan influyen sus acciones, de manera que el actor guiará su actuación ajustándose a los papeles representados por otros actores, que a su vez son su público, según cada auditorio.

El aumento del capital erótico luego de una separación también aparece en los varones. Santiago (47 años), quien convivió y no tiene hijos/as, refiere, como Miriam, que “el amor es revitalizador. La gente se pone más flaca, va al gimnasio, se cuida un poco, se corta los pelos”. En la liminalidad de los amantes, las máscaras de lo deseable para las *performances* de seducción en otros ámbitos de sociabilidad se desdibujan. Es en la soltería donde la (pre)ocupación por lo corporal, en términos personales, vuelve a tener un lugar relevante.

La soltería aparece, en un contexto de personalización y hedonismo en términos de Lipovetsky (2000), como el momento donde las personas heterosexuales optimizan sus elecciones y cumplen con sus deseos personales. La soltería les da a las personas entrevistadas, mujeres y varones, tiempo para sus proyectos personales y no siempre es vivida negativamente.

E.: Cuando te separaste, ¿cómo viviste esto de no estar más en pareja?

Ernestina: No, la verdad que bien. El primer tiempo es difícil pero está bueno. Para mí la soledad es algo como muy relativo. Porque estar sin pareja no implica estar solo. Y a veces cuando no estás en pareja es como que ahondás en un montón de otros encuentros que tienen que ver hasta con uno mismo. Con las cosas, con la profesión, con los cuidados... hasta con la cocina. Uno se encuentra en todo lo que hace. Y es como un tiempo que te vuelve a vos cuando no estás en pareja (Ernestina, 43 años).

E.: Después de separarte empezaste a vivir con tus papás y después te fuiste a vivir solo. ¿Qué cambió?

Horacio: Cuando me divorcié empecé a hacer un montón de cosas. Empecé a salir, a hacer cosas que... esa famosa lista que uno va dejando inconclusa, bueno, alguna de esas cosas las empecé a hacer.

E.: ¿Como cuáles?

Horacio: Tirarme en paracaídas, que era algo que tenía pendiente. Por ejemplo, esto de bailar y demás no empezó por mí, sino por hacerle la *gamba* a un amigo. Después me enganché porque a mí siempre me gustó bailar y nunca había encontrado el espacio. Realmente lo disfruto, ya está como rutina (Horacio, 50 años).

En estos/as entrevistados/as —Ernestina, divorciada hace tres años luego de diez años de pareja, y Horacio, divorciado hace tres años y medio luego de veinticinco años de pareja entre el noviazgo y el matrimonio—, el estar solo/a tiene connotaciones positivas para los sujetos. A diferencia del pasado, hacen referencia a que tienen tiempo para proyectos con otras personas, que no sean la pareja: ir a bailar con amigos, cocinar, tomar clases de baile o dedicarse más a su profesión. El tiempo aparece, tanto en varones como en mujeres, como un actante que les permite reencontrarse consigo mismos/as y potenciar su agencia subjetiva. Carmona y Farías (2008) y López (2007), en sus investigaciones sobre la soltería en varones mexicanos, llegan a conclusiones similares. Muestran, entre algunas de las ventajas, tener tiempo libre para priorizar sus proyectos personales y profesionales. Sin embargo, el tiempo, ahora propio, está atravesado por múltiples actividades. “En una sociedad capitalista actual hay que consumir, comercializar, *utilizar* todo el tiempo (...)” (Thompson, 1979: 285).

De sus relatos se desprenden referencias a un pasado donde había poco lugar para sus deseos personales, lo que adjudican al hecho de estar en pareja; y a un presente, sin pareja, donde el cumplimiento de sus deseos individuales se encuentra en la cúspide de sus acciones.

2.2. Soltería como soledad

En el apartado anterior presenté experiencias, dentro de las trayectorias afectivas de los sujetos, en las cuales la soltería es vivida positivamente. Pero también en siete entrevistas aparecen referencias negativas a la soltería y las vinculan con la soledad. Los varones son quienes más se refieren a la soledad y a la necesidad de estar en pareja. Esto se contrapone a las lecturas psicológicas feministas sobre el amor, como la de Levinton (2000), que consideran que las principales motivaciones por las cuales las mujeres organizan su vida es el apego y que su carencia puede llevar a problemas de salud, como ansiedad o depresión (Távora, 2003).

Las mujeres, si bien también aspiran a vínculos amorosos, en sus argumentaciones hacen referencia a otros actantes que operan como redes de contención y con quienes viven su cotidianidad —amigos, familia, espacios terapéuticos—. Hay menos referencias, a lo largo de las entrevistas, a emociones negativas vinculadas con la soltería. Como veremos en el punto “Motivaciones: maternidad y paternidad”, las mujeres entrevistadas muchas veces deciden ser madres solteras ante la imposibilidad de tener hijos/as en el marco de una pareja.

E.: ¿Cuáles son para vos las motivaciones por las cuales uno se une con otra persona?

Fernando: Yo me siento mucho mejor estando con alguien. No me siento bien estando solo. Me siento más ordenado, me siento más completo.

E.: ¿Me podés dar ejemplos más concretos?

Fernando: Yo por ejemplo funciono mejor en el trabajo, funciono mejor en todo. Desde el trabajo hasta el sexo. Me parece que me siento feliz. Me gusta proyectar. No me gusta viajar solo, he viajado solo y me gusta viajar en pareja. No me gusta estar solo. Hay gente que disfruta eso, yo no (Fernando, 50 años).

E.: Contame sobre esto que me decías de que te gustaría tener un hijo o una hija.

Augusto: Quiero tener un hijo desde que tengo 20 años. Pero también es como que tengo claro que quiero tenerlo con una persona con la que yo quiera tenerla al lado. En ese sentido soy como idealista de querer envejecer con una persona, tenerla al lado, viajar, conocernos y finalmente conformar esta cuestión común e íntima. Por ahí es medio romántico. Pero bueno, viste, como no pasa nada de todo eso, también algo debo estar pensando mal.

E.: ¿Qué sensación te genera?

Augusto: Ansiedad.

E.: ¿Esa ansiedad de dónde proviene?

Augusto: De la edad y de la soledad.

E.: ¿Por qué hablás de soledad?

Augusto: Bueno, la verdad es que no estoy acostumbrado, no me gusta estar solo.

E.: ¿A qué te referís con estar solo?

Augusto: Sí, soltero, y solo.

E.: ¿Por qué?

Augusto: Me aburre. No es un estado que me guste. Cuando estoy contento soy muy pilas, hago de todo, armo cosas, programas, viajo, y cuando estoy así triste es como que estoy apagado. Cuando estoy solo es como que estoy apagado. No soy de esas personas que igual viajan y se relacionan, es como que esa gente que dice “uh, ojalá estuviese soltero para poder salir de joda”, a mí no me pasa nada de eso (Augusto, 40 años).

Según Guevara (2010), los estudios sobre soltería masculina son escasos. La mayoría apunta a entender la soltería masculina como una elección de los varones para rehuir los compromisos de pareja en pos de mantener su individualidad y su libertad, en contraposición al emparejamiento. Para Valcuende del Río y Blanco (2004), los varones aprenden que la condición masculina está íntimamente ligada con la noción de libertad, puesto que han sido socializados para ser libres y este es el fundamento de su capacidad de experimentar, conocer y autoconstruirse (Abarca, 1999; Gómez Ávila y Salguero Velázquez, 2014). Estas referencias aparecen en aquellos fragmentos de entrevista que vinculan el estar solo con la libertad, tanto en el caso de varones

como en mujeres. Pero a partir de los casos de Fernando y Augusto, dos varones heterosexuales (uno de 40 y otro de 50), discuto con esas perspectivas que asocian masculinidad, soltería y libertad. Observo en la afectividad de estos sujetos una vinculación entre soltería y soledad.

El no estar en pareja genera efectos emocionales negativos, como ansiedad. Esto se contrapone a aquellas lecturas aquí referidas que consideran de forma totalizante la masculinidad como la búsqueda de libertad. Y que a su vez asocian la soltería con la proyección laboral y profesional (Carmona y Farías, 2008). Para Fernando, el estar en pareja le permite trabajar mejor, a diferencia de cuando está *solo*.

En estos casos aparece la búsqueda de pareja y la cohabitación como formas de estabilidad, alegría y compañía. En el relato de Augusto se aprecia la aspiración del ideal romántico como sinónimo de felicidad y de realización del yo: el compartir, el amor para toda la vida, crear un mundo íntimo, el de los amantes (Alberoni, 1989). Como dije anteriormente, el amor como modo de desarrollo subjetivo opera, acorde a los postulados de la heteronormatividad, como una tecnología de género tanto en mujeres como en varones heterosexuales. Esta lleva a que lo íntimo sea pensado y deseado de a dos. Otro aspecto que aparece en los relatos de Fernando y Augusto como ritual romántico son los viajes en pareja; sobre este punto me explayaré en el apartado “Motivaciones y expectativas románticas”.

Tal como adelanté al principio del capítulo, son las mujeres quienes en sus discursos hacen mención a redes de contención y a su círculo afectivo como actantes centrales en su cotidianidad, al momento de pensarse *solas*.

E.: Y esto que vos decías antes, “estoy sola”, ¿a qué te referís?

Ángeles: Sí, en realidad ahora que lo pienso no “estoy sola” sino que “soy sola”. No estoy sola ni me siento sola, ni me pesa la soledad, pero yo me voy a mi casa y estoy feliz de la vida de estar sola en mi casa tranquila, hago lo que quiero, que también es un tema, y viajo cuando quiero viajar. Me quedo cuando me quiero quedar, no comparto la decisión

con nadie. Soy sola en realidad. Sola no estoy. Tengo amigos, tengo de todo, compañeros de trabajo, familia. La soledad no me pesa, pero me gustaría tener un proyecto en común (Ángeles, 39 años).

El relato de Ángeles, quien al momento de la entrevista nunca había convivido y estaba buscando activamente a través de aplicaciones y sitios de citas una pareja con quien convivir y tener un/a hijo/a, se tensiona entre la búsqueda de un proyecto en común con un varón y la libertad y la tranquilidad que le otorga la soltería.

Ella no se siente objetivamente sola. Tiene un entorno social que la contiene, no carece de contactos sociales ni familiares (Rubio y Aleixandre, 2001). Pero en su definición subjetiva le falta una relación de pareja.

Ella no se siente objetivamente sola. Tiene un entorno social que la contiene, no carece de contactos sociales ni familiares (Rubio y Aleixandre, 2001). Pero en su definición subjetiva le falta una relación de pareja.

En el caso de Augusto (39 años), que no tiene hijos/as y no está en pareja desde hace nueve meses, aparece el deseo de ser padre y de formar una familia junto con una pareja estable. Lo mismo le sucede a Juan (44 años), que hacía dos años que se había separado de su última pareja y al momento de la entrevista tenía un vínculo con una mujer casada⁷. En estos varones su apreciación valorativa sobre un presente solitario, en relación con no tener pareja e hijos/as, es negativa.

E.: ¿De qué forma imaginabas esa paternidad?

⁷ En tres entrevistas a mujeres y una a un varón aparece que han tenido relaciones con personas casadas aun sabiéndolo. En el caso de Juan, es el único que al momento de la entrevista tenía una relación con una mujer casada. Si bien aparece el deseo y la esperanza de que su vínculo se formalice, por otro lado Juan busca vínculos eróticos y/o afectivos estables con otras personas.

Juan: En realidad nunca me proyecté como padre. Me empezó a pasar que a partir de los 40 empecé a entender que la vida se te va volando. Empecé a sentir como un vacío sistemático que nada lo podía llenar. Viajar, viajé muchísimo. Tuve la suerte y fortuna de, no tengo dinero, pero ando bien económicamente. Cuando fui joven me pude comprar un auto importado, por lo que hay cosas que ya las viví. Y yo sentía que sistemáticamente, todavía lo siento, que tengo.

E.: ¿Por qué?

Juan: Porque solo estoy yo. Porque las decisiones de compra son para mí, porque la ropa que me compro es para mí. Cuando veo que otra gente tiene otro tipo de cosas. También creo que lo llenan más. Esos problemas cotidianos son los que le dan la sal a la vida. Entonces, empecé a interiorizar eso (Juan, 44 años).

Juan, quien nunca tuvo hijos, aunque hace referencia al consumo como forma de felicidad (Lipovetsky, 2000), se refiere al deseo de la paternidad como forma de llenar un vacío. Ese vacío responde a no adecuarse al ideario heteronormativo y al pensamiento amoroso que se rige por el principio de procreación, como una de las formas de realización del yo (Esteban, 2011; Johnson, 2005; Illouz, 2009). La paternidad es un hito al que el entrevistado aspira dentro de su carrera emocional para sentirse realizado.

El deseo paterno y la asociación entre soltería y soledad en el entrevistado me permite reflexionar sobre una forma de masculinidad que no apunta de manera uniforme a vínculos eróticos sin compromiso, tal como propone Brando (2009). Más bien aparecen contradicciones, desde la perspectiva de Koselleck, entre su experiencia presente de estar soltero y búsquedas con horizontes románticos y de esquemas heteronormativos de conyugalidad (Gómez Avila y Salguero Velázquez, 2014).

El deseo de la maternidad y la paternidad se hace presente tanto en los entrevistados varones como en las mujeres. En ninguna de las entrevistas a varones y mujeres sin hijos/as mencionan que no tendrían hijos/as por

convencimiento personal. La causa principal por la cual no los/as tuvieron fue porque no encontraron una pareja ideal con quien tenerlos, a saber, a quien amen y donde haya deseo recíproco de convivir y tener hijos/as. En las mujeres se suma que algunas estuvieron embarazadas, pero por problemas de salud perdieron los embarazos. Sobre este punto y las diferencias que operan sobre los géneros me detendré en el punto “Motivaciones: maternidad y paternidad”.

2.3. La desesperación en la soltería

En las entrevistas hay connotaciones sobre la soltería cercanas a la libertad y otras a la soledad, pero la emoción a la que ningún/a entrevistado/a quiere que sus búsquedas queden vinculadas es a la desesperación. A partir de afirmar que ellos/as no están desesperados/as y al referir que otras personas sí lo están, crean una *fachada*, en términos goffmanianos, para proteger y jerarquizar su *self*. La desesperación implica una pérdida del control emocional opuesta a la reflexividad propia de la modernidad tardía.

Cuando una persona está frente a otra lleva a cabo una “gestión disciplinada de la propia apariencia o fachada personal” (Goffman, 1979: 27). Durante las entrevistas hablan de sus trayectorias afectivas y sus búsquedas. En algunos momentos la fachada se resquebraja y aparecen emociones vinculadas a la tristeza, la vergüenza y el miedo. Pero un emergente común de las distintas entrevistas a varones y a mujeres es que en la situación de búsqueda, la desesperación no tiene lugar.

E.: Cuando salís, ¿te relacionás con mujeres?

César: Sí. Salgo a los lugares donde cantamos con la banda, salgo con amigos. En un momento me gustaba mucho salir solo. Me sentaba a tomar cerveza y a bailar o lo que quería. Estaba muy bueno porque me gusta mucho eso del analista de recursos humanos, del sociólogo de analizar y te das cuenta de las miradas, las relaciones. Está re bueno, para mí se me hace como una *matrix*. Hay gente que ve otras cosas. Yo veo

eso. Yo trabajé mucho de mozo y aprendí a ver eso. Y me relaciono y hablo y conozco gente, pero no una cosa desesperada (César, 46 años).

E.: Y esto que me dijiste, “bueno, ahora quiero conocer a alguien”, ¿cómo fue? ¿Buscabas novio?

Emilia: No sé si novio. Pero salía. Estaba como con ese vacío, como que lo re sentía (...). El ámbito de mi trabajo tiene que ver con que no esté en pareja, pero no solamente, para mí tiene que ver con mi historia. Igualmente me acuerdo de viajes que hice que decía “uy, qué lindo sería estar con alguien”. Pero no lo sentí, eso que te agarra como a los 30, no me agarró esa desesperación (Emilia, 35 años).

Una de las estrategias que esbozan para restablecer su fachada es indicar que el género opuesto, dentro del deseo heterosexual, en sus búsquedas, es quien está desesperado.

Miguel: (...) Yo me fijo con quién quiero ir a tomar un vaso de agua. Y si tengo que salir con una chica en eso sí me fijo, es inevitable que te fijas eso. Porque hay mucha gente de 40 años que está a la expectativa de salvarse, como no se salvaron y ya tienen 40 o 38, o 37, quieren encontrar un *perejil* para salvarse.

E.: ¿Qué es salvarse para vos?

Miguel: Salvarse es dos cosas porque la mujer es peor que el hombre. Porque tiene una vida acortada si quiere tener familia. El hombre, bueno, tiene 25 años y está en la *boludez*. A la mujer si está a los 25 en la *boludez*, los 40 le llegan encima. Corre el tiempo. Se complica, una persona a los 40 años tiene un parto más complicado. Físicamente, no es que lo diga yo. Físicamente es más complicado. Los óvulos son más viejos, el cuerpo envejece. Entonces vos conocés a un pibe a los 28 años y tenés que tener 3 o 4 años de novios. Tenés que tener convivencia y ya tenés 33 o 34 años. Además, no tienen casa, alquilan. No tienen coche. Quieren coche y casa. Si tienen es mejor. Ya es complicada una mujer que a los 30 y pico de años empiece a hacer plata, entonces quiere vivir de la otra persona. A ver, no es muy difícil, pero con un sueldo es complicado. Porque si vos sos un empleado y ganás veinte mil pesos, que es un buen sueldo, ¿cómo te comprás una casa? No podés. No te la comprás (Miguel, 38 años).

E.: ¿Saliste en estos meses?

Augusto: Fui a la fiesta justamente cuando empecé a decirme “bueno, vamos a mover”. Empecé como a obligarme entre comillas a salir y viste la película del pibe que decía todo que sí. Bueno, fui a una fiesta y conocí a una chica (...). La mina tiene la misma edad que yo, tiene una hija, con lo cual se nota que está buscando un novio. Yo no quiero esa novia, quiero otra novia.

E.: ¿Por qué sentís que ella está buscando un novio y vos me decís “yo no quiero esa novia”?

Augusto: Porque no, la mina es divina y todo, pero prefiero que sea más chica y que no tenga hijos. Eso, básicamente. Se nota que busca un novio. Yo generalmente cuando salgo como que me gusta tratar muy bien. Es como que si estoy en confianza mimo a la mujer y, evidentemente, ella se debe haber sentido muy confortada o lo que sea. Al final, en un momento, estábamos en su casa como si fuésemos una pareja. Ella estaba acostada con la cabeza en mi pierna y estábamos charlando como si fuese un domingo cualquiera más. Entonces medio como que después no le di más bola y ella me persigue (Augusto, 40 años).

Miguel y Augusto buscan una pareja formal y convivir, al igual que las mujeres con quienes ellos tienen citas. Pero a diferencia de las mujeres con las cuales ellos se relacionan y a las cuales analizan como si estuviesen desesperadas por “ubicarse” a causa de su reloj biológico, en los varones las búsquedas no están apremiadas por factores del orden biológico reproductivo. Desde argumentaciones basadas en preceptos “naturales”, los varones analizan sus posibilidades de transitar distintas experiencias afectivas hasta encontrar la “ideal”.

En un marco de estructuras desiguales para los géneros, las representaciones sobre la soltería en mujeres y varones se intersecciona, de forma estigmatizante, con la edad. La representación de la vejez en las mujeres se asocia con la menopausia y la menor capacidad corporal de tener hijos/as. A la vez que hay una mayor correspondencia de deseos entre mujeres jóvenes y hombres maduros. Esto genera

representaciones negativas sobre las mujeres que están buscando vínculos eróticos y/o afectivos cuando están cerca de los cuarentas. Se las aprecia como mujeres que quieren un varón, de cualquier forma, con quien poder cumplir el deseo de tener un/a hijo/a, o, en el caso de la cita de Augusto que ya tiene una hija, de alcanzar el ideal romántico de tener una pareja.

Para Augusto, la mujer con la que estaba teniendo citas buscaba un novio. Con esa frase él se refiere a que en la otra persona prevalecía el objetivo de estar en pareja por sobre el coqueteo y la búsqueda de intensidad romántica (Bataille, 2010). El modo a partir del cual él describe la escena carece de los elementos románticos de las primeras citas, a saber, pasión, intensidad y primacía de la corporalidad, y considera que parece un encuentro de pareja. Illouz (2009) explica que las estructuras narrativas que emplean las personas para hablar de sus historias románticas están cargadas de expresiones y expectativas estereotípicas del amor. Según Illouz (2009), la imagen del romance neutraliza las diferencias de género, dado que coloca tanto a los varones como a las mujeres dentro de la esfera femenina de los sentimientos. Las emociones afectivas se encuentran insertas dentro de un discurso que se ha “feminizado”. En contraposición con el ideal caballeresco del cortejo, que apuntaba a perfeccionar el modelo masculino de valor y heroísmo por amor, la autora encuentra que se ha desdibujado la división entre la esfera masculina y la femenina. Los postulados románticos han calado en la construcción de subjetividad tanto en sujetos masculinos como femeninos. Para ser románticos, según Illouz (2009), retomando a Cancian (1987), los varones se han adecuado a estas emociones afectivas “femeninas”, a saber, delicadeza, candidez y cuidado (Illouz, 2009: 150). Con la figura de la pareja Augusto quiere expresar que lo sentimental queda solapado por lo racional y cotidiano.

Para estar alerta ante la desesperación femenina, Miguel, quien está divorciado hace tres años, indica que hay mujeres que quieren salvarse también económicamente, lo cual se contrapone a la idea del amor desinteresado. Esta representación sobre el varón como proveedor económico se sustenta en los valores de la masculinidad hegemónica (Connell, 1995). Connell describe la masculinidad hegemónica como la posición en las relaciones de género, las prácticas por las cuales los hombres y las mujeres se comprometen con esa posición, y los efectos de estas prácticas en la experiencia corporal, en la personalidad y en la cultura.⁸ En el marco de una cultura sustentada en una moralidad de hegemonía masculina, “la masculinidad existe solo en contraste con la *femineidad*” (Connell, 1995: 2). Según Mabel Burin (2003), en un contexto social que ubica de forma jerárquica y contrastante a hombres y a mujeres, las socializaciones de género han implicado que se presuponga a los varones como proveedores económicos, en el ámbito extradoméstico, mientras que las mujeres son proveedoras del afecto al interior del hogar. Aunque lo que sucede es que las mujeres se encargan tanto de ser proveedoras de afectos como también económicas. Miguel se presenta a sí mismo como quien tiene el poder de dotar a la mujer de una posición social acomodada y a las mujeres como desesperadas por acceder a ella. De este modo, desconoce el estatus propio de las mujeres y su independencia económica.

Los varones descartan como potenciales parejas a mujeres que se encuentran cercanas a los cuarenta años de edad y/o que tienen hijos/as. Por ejemplo, Pedro refiere que una mujer más joven, de 24 años pero sin pareja, iba a las clases de salsa con la finalidad principal de buscar novio.

⁸ La masculinidad hegemónica existe en tanto hay subordinación de otros grupos, que pueden ser las mujeres en su multiplicidad, pero también los hombres no heterosexuales, ciertos heterosexuales que no cumplen con los estereotipos esperados de masculinidad o varones de color.

E.: ¿Y cómo son las chicas con las que vos sabés que podés ponerte de novio?

Pedro: Y te das cuenta. Cuando sacás a bailar alguien te dice “¿cómo te llamás?”. “Pedro”. “Ah, es la primera vez que te veo”. Uno se da cuenta que la mujer está interesada en uno. Cuando terminás de bailar, por ahí te sacan a bailar de nuevo. Cuando la ves de vuelta, te habla. Te das cuenta de la persona que está interesada en uno y la que no. Eso me pasó la otra vez con una chica que saqué a bailar. Después enseguida se puso de novia con otro. Me re di cuenta que esa *piba* quería un noviazgo. Una chica que tiene un hijo, 24 años, jovencita. Me daba cuenta de que esa *piba* buscaba una pareja (Pedro, 38 años).

Pero también los varones presuponen que por esas características las mujeres deben estar disponibles para vincularse eróticamente con ellos.

E.: ¿Usás las aplicaciones? ¿Qué te parecen?

Natalia: En Tinder ya la verdad es más difícil de establecer vínculos (...). Noté que la gente más joven que me escribe considera que por mi edad me pueden agredir. ¡Qué feo! Noté el tema de la agresión masculina. ¿Por qué si una mujer después de los 40 le escribe o le responde un mensaje está desesperada por avanzar en algo rápido? Yo tengo el mismo apuro que una persona de 20 o de 30.

E.: ¿Qué te dijeron?

Natalia: Yo noté que una persona me respondía mal y que no era mi *onda* y quise ser elegante y no dejarlo *colgado*. Le dije: “Mirá la verdad estoy complicada”. Y me contestó: “Ay, a tu edad ya tenés que saber las cosas que hacés” o “sos una *boluda*”. Ahí hay una cuestión del tema de la edad. Yo la verdad le contesté así para no decirle “me parecés un estúpido” o “no quiero hablar más con vos”. Esa era la respuesta que tendría que haberle dado. Le dije “la verdad que ahora no”. Y me dijo “¿no te diste cuenta que no tenés tiempo a tu edad?”. O sea, hay mucha agresión y creo no sé qué les pasa a los hombres, pero eso me hace pensar que ellos consideran que uno está apurado en algo cuando yo no lo estoy para nada (Natalia, 45 años).

Natalia hace referencia a que no está desesperada o “apurada” por entablar un vínculo erótico y/o afectivo que no se adecue a sus expectativas. Pero que los varones en la aplicación de citas Tinder creen que ella, por ser soltera, mujer y tener más de cuarenta años, está desesperada. Me explica que dado que a ella no le interesó continuar chateando, él ejerció violencia simbólica basándose en estas características de su persona. La violencia simbólica a causa de ser mujer implica aquella que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos, transmite y reproduce dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales (Femenías y Aponte Sánchez, 2009). Para Femenías y Aponte Sánchez (2009), la violencia simbólica impone un orden bajo el supuesto de que es único, incuestionable y eterno, por lo que ese orden se funda en la ética, la moral y las costumbres de una sociedad dada. El prestigio de una mujer, a los ojos de este varón, está ubicado en la juventud (Featherstone y Hepworth, 1991). Esto se enmarca en un contexto social y cultural más amplio, en el cual prevalece un culto a la belleza y a la juventud como capitales que hacen más apreciable a una persona (Elliot, 2009; Hakim, 2012). Dentro de las jerarquías de género, las experiencias corporales de las mujeres, en relación con su apariencia, han sido normalizadas desde las prácticas más cotidianas de belleza (Bordo, 2003; Davis, 1997; Muñiz, 2014).

Las mujeres argumentan que la caracterización de los varones como desesperados no versa sobre aspectos biológicos ni económicos, sino que apelan a su estado civil o, en el caso de las que utilizan aplicaciones o sitios de citas, a lo que dicen sus perfiles.

Natalia: (...) Tenés distintos perfiles. Las personas viudas son las más interesadas en formar vínculo rápido, de nuevo. En cuanto a relaciones, las personas divorciadas son las que no quieren compromiso, tienen una exesposa, tienen hijos. Están disfrutando la soltería. Yo tengo una complicación de

que tengo una edad que tendría que estar divorciada y no me casé o no estuve en pareja. Entonces yo sí quisiera una relación formal. Mientras que los otros solo quieren relaciones informales porque ya tienen una esposa que les pide la mensualidad, un hijo que atender. Ya estuvieron casados.

E.: ¿Y con los viudos?

Natalia: Los viudos son muy raros. Enseguida son muy melancólicos y te empiezan a contar. Te cuentan de qué murió la mujer. En el *site* (sitio web) te escriben un mensaje, te escriben un mail re grande. Vos ya cuando lo ves decís “con este ni salgo”. Cuando ves que escribió una página y media vos decís no salgo porque está peor que yo. Te empiezan a contar toda la vida y obra. Vos no les respondés y ellos te escriben de nuevo. Yo creo que no tienen filtro (Natalia, 45 años).

E.: ¿Qué te decían por ejemplo?

Celeste: (...) Si viene un *tipo* y dice “yo busco la mujer de mi vida” y qué se yo, no le voy a hablar a ese (Celeste, 46 años)

Las mujeres no ven el hecho de que los varones tengan hijos/as como una causa por la cual estén desesperados por encontrar pareja. En el marco de una sociedad que es más proclive a que haya vínculos entre varones mayores con mujeres más jóvenes (Torrado, 2007), no aparecen referencias negativas sobre la mayor edad de los varones. Ellas asocian la desesperación a las frases románticas estereotipadas y al “excesivo” interés. Esto también es visto como una forma de desesperación para los varones respecto a las mujeres. Illouz (2009) explica que las estructuras narrativas en las que se enmarca el amor, en la sociedad estadounidense de finales del siglo xx, son codificadas por sus entrevistados/as como “hollywoodenses” o “prefabricadas” y les genera una actitud marcada por el escepticismo. Esto es lo que observo en mis entrevistadas. Lo que las entrevistadas desean son narrativas “realistas” del amor (Illouz, 2009: 217), donde haya una comunicación genuina y única entre las dos partes.

Tanto varones como mujeres considerarán como desesperados/as a quienes hagan demasiado visible su interés o el tipo de vínculo que buscan. Hacer demasiado manifiesta la búsqueda implica que escriben de forma continua y sistemática, sin que la otra persona les haya respondido. En el uso de las aplicaciones hay una “economía del tiempo” (Thompson, 1979: 276) que, aunque no esté estipulada, regula de forma subyacente cada cuánto debo hablarle al otro y cuál es el tiempo de espera de una respuesta, para no caer dentro de la etiqueta de desesperado/a (Marentes, Palumbo y Boy, 2017). Los varones aparecen como quienes menos manejan estos tiempos. Esto se vincula a que las mujeres no suelen escribirles a los varones, aunque hayan hecho *crush*⁹ (es decir que dos personas se marcaron interés entre sí), si estos no se comunican primero.

Dentro del amor romántico hay componentes del amor cortés. Tin, en su libro *La invención de la cultura heterosexual* (2012), indaga, desde su lectura de Foucault, en el origen de la heterosexualidad. Uno de los factores que el autor identifica es el surgimiento de las sociedades cortesanas en el siglo xii en Europa, y dentro de ellas el amor cortés, que significó el pasaje de las culturas homosociales a las culturas heterosexuales, a partir de las cuales comienza la adulación y la adoración de la mujer como claves de conquista. Representaciones del amor cortés pueden rastrearse hoy en los primeros cortejos tanto eróticos como amorosos. Marcan las interacciones adecuadas para un primer acercamiento virtual o una cita: los varones toman un papel propositivo, son “caballeros”, escriben primero y en las citas pagan, mientras que las mujeres son aduladas y deseadas. Sin embargo, si los varones se muestran demasiado interesados o escriben sin que haya habido una respuesta previa,

⁹ En el uso de las aplicaciones habrá *crush* cuando dos usuarios muestren interés mutuamente. Esto se logra si ambos se eligen con el corazón en vez de la cruz. Cuando se tiene un *crush*, se recibe una notificación y se puede iniciar una conversación con el otro usuario interesado. *Crush*, en español, como sustantivo, significa flechazo o enamoramiento.

serán etiquetados como desesperados; y en aquellos casos en que la situación se torne invasiva o molesta para las mujeres, serán *bloqueados*.¹⁰

Otra de las razones que llevan a que alguien sea considerado como desesperado es que indique a través de frases estereotipadas qué busca. Lo amoroso, para no ser vinculado a la desesperación, excluye cualquier registro que pueda ser ubicado dentro de la lógica racional instrumental (Badiou, 2012). Si bien dentro de las aplicaciones y sitios web de citas hay una racionalidad (Illouz, 2012) —son espacios virtuales que tienen como finalidad encuentros eróticos y/o afectivos—, el hecho de escribir explícitamente qué se busca, por ejemplo “busco a la mujer que ilumine mis jornadas”, aleja, por un lado, a quienes no buscan una pareja; y por otro lado, a quienes sí buscan pareja, como son los casos presentados en este apartado. Esto se debe a que es interpretado como una *hiperracionalización* de los cortejos, charlas y seducciones que pueden suceder en ese espacio.

Fundamento esta idea de la hiperracionalización de los cortejos a partir de dos aspectos. En primer lugar, en la seducción y los cortejos amorosos hay riesgo, hay devenir y hay contingencia (Badiou, 2012). Al explicitar los intereses, estos componentes se diluyen y prima una búsqueda en términos racionales y seguros. En segundo lugar, lo que opera en una búsqueda, en estos términos hiperracionales, es un tipo “prefabricado” de vínculo y no el enamoramiento a partir de cómo es la otra persona. En los idearios del amor romántico, amo al otro en virtud de lo que el otro es (Barthes, 2001; Illouz, 2009). En tanto que el amor romántico incorpora elementos del amor pasión, aparece la idea de que el otro es único e ideal para mí (Alberoni, 1988). A partir de frases románticas estereotipadas el otro no se sentirá interpelado en su unicidad.

¹⁰ Cuando un/a usuario/a bloquea a otro/a de una red social, aplicación o sitio web de citas, deja de recibir sus mensajes, llamadas y actualizaciones de estado.

Con lo anterior no pretendo universalizar que las personas que explicitan sus deseos de ese modo sean consideradas por todos/as como desesperados/as ni que todas prefieran el azar en el cortejo. Lo que sí puedo hipotetizar es que cuando esas narrativas son externalizadas generan rechazo por parte de los actores. Como postula Illouz (2009) respecto a sus entrevistados/as, son escépticos sobre los relatos “prefabricados”, pero cuando se les pregunta por sus experiencias más memorables apelan, dentro de su biografía, a las historias que más analogías poseen con los tipos de relatos románticos estereotipados. Esto deja entrever que convive un anhelo romántico “prefabricado” con un distanciamiento irónico hacia esas visiones más estereotipadas del amor. Una dualidad caracteriza a la condición romántica posmoderna: “la percepción irónica de que uno solo puede repetir lo que ya se ha dicho y solo puede actuar como un actor en una obra anónima y estereotipada” (Illouz, 2009: 239).

A continuación, dentro de esta condición romántica posmoderna, analizo cuáles son las expectativas y motivaciones que poseen las personas heterosexuales al momento de buscar encuentros eróticos y/o afectivos.

3. Motivaciones y expectativas

El romanticismo se ha convertido en el sustituto de la religión en un mundo secular. El romanticismo jerarquiza las interacciones amorosas y “el amor sexual o de pareja ha quedado encumbrado” como vehículo para alcanzar la felicidad en un contexto de desregulación e incertidumbre (Esteban, 2011: 44). La forma a partir de la cual se jerarquiza el valor sexual en la sociedad argentina¹¹ coloca en la cima

¹¹ En la sociedad argentina ha habido avances en legislaciones y políticas públicas en torno a derechos y reconocimientos a las personas LGTB. En 2010, se aprobó la Ley de Matrimonio Igualitario, que extiende los derechos

de la pirámide a las personas heterosexuales reproductoras casadas. Justo debajo se ubican los heterosexuales monógamos no casados y agrupados en parejas, seguidos de la mayor parte de los heterosexuales (Rubin, 1989: 136).

El amor romántico aparece como un horizonte de sentido que motiva la generación de vínculos eróticos o de pareja. Esas motivaciones tienen como contraparte expectativas de cómo debe ser el vínculo que se genera y qué cualidades debe poseer la otra persona con la cual deseo relacionarme (sobre las expectativas y criterios de selección me explayaré en el capítulo 3).

Analizo las motivaciones y expectativas que llevan a las personas a buscar vínculos eróticos y/o afectivos. Me centro en aquellas que he denominado románticas y las que provienen del deseo de ser madres y padres. Estos tipos ideales (Weber, 2002) de motivaciones fueron construidos en base a la condensación de motivaciones a las que se refieren en mayor medida los/as entrevistados/as. En todos los casos indago en cómo el entorno —familia, amigos/as— aparece como un actante para que las personas entrevistadas entablen vínculos eróticos y/o afectivos. Asimismo, analizo qué características debe tener la otra persona para ser deseable. Este punto será desarrollado en mayor detalle en el próximo capítulo.

3.1. Motivaciones y expectativas románticas

En los años sesenta, en la Ciudad de Buenos Aires, el modelo del compañerismo asumió nuevas connotaciones que apuntaban a la comprensión, la autenticidad, la entrega,

del matrimonio civil para parejas conformadas por personas del mismo sexo (Ley Nacional N.º 26618), y en 2012, la Ley de Identidad de Género (Ley 26743), la cual permite el cambio de nombre y sexo registral en los documentos de identidad y el acceso a las tecnologías médicas de construcción corporal.

la valorización de la realización sexual, una mayor equidad entre los miembros de la pareja y la realización de cada uno en el otro.

La idea del compañero/a es el tipo de pareja preconizada por las clases medias porteñas. Esta se nutrió del uso creciente de la psicología y el psicoanálisis para entender los problemas sentimentales y amorosos. La comunicación, a través del diálogo, pasó a ser considerada el medio que posibilitaba la solución de los problemas de pareja y la mayor equidad y realización de las partes.

El compañerismo, en el siglo xxi, aparece como un modelo aspiracional entre las personas heterosexuales que buscan vínculos eróticos y/o afectivos. Este modelo se basa en la idea de la falta (Johnson, 2005). Desde el vínculo con un otro, como una tecnología del yo (Foucault, 1990), los sujetos se completan y elaboran su sexualidad.

E.: ¿Y cómo sería tu pareja ideal?

Cintia: Que sea compañero en todo. Puede ser que sea muy *hinchapelotas*, pero, si estoy mal que me apoye. Que no me diga “son tus quilombos”. Tengo compañeras que están juntadas con chicos que son separados y se re ocupan de los chicos de ellas o los llevan al club, los van a buscar. Se ocupan de un montón de cosas, o sea, como si fuese una pareja normal, como si fuese el padre de los chicos (Cintia, 39 años)

E.: ¿Y con ella qué pasó?

Pedro: (*Risas*). “¿Y con ella qué pasó?”. Te vas a *cagar de risa*. Es una piba linda pero lo que tiene es que es muy estructurada. Muy cuadrada, muy sumisa. Demasiado sumisa. Yo busco una compañera, divertirme, alguien con carácter. A mí me encantaría encontrar una compañera. Estoy en una edad que no soy un pibe de 20 ni de 30. Estoy en la edad de querer compartir momentos de la vida, no sé, el mate. Momentos lindos, malos. Me gustaría eso. Y después que se vaya dando lo que se tenga que dar: convivir, tener hijos. Pero sí estoy abierto (Pedro, 38 años).

El compañerismo aquí aparece como una aspiración que pone su foco en el diálogo, la comunicación, el cuidar y el apoyar al otro, y no coloca su acento en aspectos pasionales del amor romántico, como por ejemplo las relaciones sexuales o el conflicto. La importancia que se le otorga al diálogo se enmarca en la emergencia de un modelo de sociabilidad basado en la comunicación. Este se nutrió del ideal terapéutico de la comunicación que tiene como objetivo “inculcar el control emocional, el punto de vista ‘neutral’, y la capacidad de escuchar e identificarse con los otros y de llevar adelante relaciones que sigan procedimientos de discurso justos” (Illouz, 2010: 300).

Este modelo comunicacional, que “intelectualiza” o “racionaliza” los vínculos más íntimos (Illouz, 2007: 81; Illouz, 2012: 215), lleva a un estilo de amor romántico denominado “realista” por Illouz (2009). Este tipo de amor se nutre de un ideal de autonomía del yo impulsado desde la masificación de la psicología (Illouz, 2012: 215). La idea de fusión (Bataille, 2010) se contrapone a dicha autonomía y lo que priman son negociaciones entre dos entidades autónomas, reflexivas y maduras.¹² Lo importante es poder dialogar y compartir desde lo simple. En el amor realista las experiencias románticas transcurren dentro de la cotidianidad: compartir un mate, tener charlas. Otro elemento del amor realista es la compatibilidad y evitar el conflicto. Esto remite a la figura del *fluir*, “en un continuo de acciones y ámbitos naturalizados sobre los cuales existe un acuerdo tácito y confiable” (Illouz, 2009: 219). Los/as entrevistados/as se refieren a este aspecto con frases como “que no sea hinchapelotas” o “que pensemos parecido”.

¹² A este ideario romántico reflexivo, Illouz (2007, 2012) lo generaliza para todos los vínculos amorosos, de todas las clases sociales, en el contexto de los Estados Unidos. A partir de investigaciones propias sobre el amor romántico y la violencia en la pareja, en jóvenes del Área Metropolitana de Buenos Aires (Argentina), considero que en esos noviazgos el ideario del amor como fusión sigue teniendo un peso significativo, aunque haya en los jóvenes discursos y prácticas de mayor autonomía (Palumbo, 2016).

Las personas entrevistadas asocian el amor realista, basado en el aspecto dialógico y comunicacional del modelo de compañerismo, con la edad. Una de las entrevistadas, luego de ubicar el amor en su primera relación de noviazgo a los 20 años, donde primó la pasión y la intensidad (Alberoni, 1989; Bataille, 2010), explica que con su última pareja, con quien estuvo desde los 44 a los 48, vivió un “amor calmo”.

E.: ¿Qué sentías por tu expareja?

Carolina: Yo creo que era un amor calmo. Yo siempre digo que a esta altura del partido uno lo que busca, al margen de estar bien con alguien, no sé si por ahí buscamos tanto un amor, yo creo que buscamos estar en paz, estar en compañía. Tener a alguien con quien charlar, alguien con quien compartir las cosas de la vida. Por ahí no en el sentido estricto del amor como lo ven a los 20 o a los 30 años: “¡Ah, que se me frunce el corazón!”. No te podría decir si de mi ex estuve enamorada, lo amé con un amor tranquilo, creo que esa sería la mejor definición, creo que lo amé con un amor tranquilo.

E.: ¿Y cómo definís el amor tranquilo? ¿Me podrías describir en qué hechos cotidianos lo ves?

Carolina: Y en que llegaba, me sentaba a tomar un café y charlaba sobre cómo fue mi día, cómo fue el día de él. Y por ahí a veces no hablábamos de nosotros, hablábamos de cosas en general, viste, hablábamos del mundo, del noticiero o de *fulano*. Compartíamos muchas cosas, no sé, gustos muy parecidos. Nos gustaba irnos a mirar la tele con la bandeja de la comida y comer en la cama mirando la tele, ver una película juntos. Disfrutaba qué sé yo, estar mirando una película juntos y los dos como los *viejitos*, viste, agarrados así (Carolina, 49 años).

Cuando las personas se acercan a los cuarenta años relatan sus aspiraciones de vínculos eróticos y/o afectivos en términos realistas, a diferencia de sus primeras relaciones de noviazgo y aquellas que tuvieron cuando tenían veinte años, que son relatadas en términos agápicos. El ága-pe posee los atributos de la pasión romántica, es irracional

y es conferido sin razones. En el amor como ágape, amamos al otro aunque vaya en contra de nuestros intereses sociales o emocionales (Boltanski, 2000). El amor como ágape está definido por el *don*, no se espera nada a cambio (el *contradon*). Es el dar sin ponderar la reciprocidad.

Los/as entrevistados/as diferencian entre el amor cuando se tiene veinte, treinta y cuarenta años. Marcan etapas distintas en relación con el amor para cada década de su vida.

E.: Contame, ¿cómo serían las etapas?

Miguel: A los 17 amor platónico y a los 25 el amor es para siempre y la familia.

E.: ¿Decís que uno empieza a proyectar la familia?

Miguel: Sí, a los 28, empezás a proyectar. Y una vez que te separás, a los 37, te das cuenta que no todo es para siempre y tratás de disfrutar el momento... Lo que te decía, la casa era a nombre de los dos. A los 40 la casa es a nombre mío, el auto a nombre mío y con lo económico que no tenés a los 25. Por eso también seleccionás (...). A los 40 podés conocer al amor de tu vida, pero con más recaudos y te cuidás más. En cambio, a los 20 y pico estás dispuesto a demostrar que sos el amor de mi vida, que sos un poeta, que soy romántico, que te corro la silla y abro la puerta, que te traigo rosas (Miguel, 38 años).

E.: Con este señor que me decías que lo ves cada tanto, ¿qué te pasa?

Sandra: Yo a él lo veo metido, pero yo vengo con pie de plomo... A ver, uno no se enamora igual a los 50 como cuando fue a los 20, a los 30, a los 40. Te enamoras pero son amores más maduros.

E.: ¿Cómo es eso del amor maduro?

Sandra: Y sí, no es el amor a los 20 años que a vos no te importa nada, que te llevás el mundo por delante, que pensás que todo es color de rosa. Cuando tenés 50 años no es así. Te das cuenta, no sé si es un amor más maduro, pero es como que uno deja que las cosas pasen más con el tiempo, no tan arrebatado. Cuando yo era pendeja me ha pasado. ¿Sabes por qué digo que uno se enamora diferente? Se enamora diferente como para ponerle un título. Si conozco a

alguien, lo que tenga que transitar quiero transitarlo bien. Si yo tengo que hacer una comparación con lo que me pasaba a los 22 años con la persona que salía en ese momento, yo sentía que me moría, que el corazón se me desgarraba, que no podía respirar, que no podía vivir si no estaba con él. Era un sufrimiento terrible. Después con mi marido de 20 años lo amé profundamente, pero son amores diferentes, no son iguales. Vos no te enamorás igual de uno como del otro. Yo no me enamoré igual a los 22 como a los 30 y pico con el otro (Sandra, 50 años).

En estas entrevistas el amor se aleja de su componente agápico y se asemeja al amor como eros. En eros lo económico o el interés por el bienestar personal se acentúan y aparece una mayor evaluación del otro; “vengo con pie de plomo” o lo “miro con lupa” son expresiones que aparecen. Explica Illouz, “si bien el eros en sí mismo no es necesariamente premeditado o interesado, se presta con mayor facilidad a la interpretación del amor como una emoción racional e interesada, pues posee las propiedades cognitivas de los sentimientos inducidos por la razón” (2009: 282).

Natalia: (...) Hoy en día es muy difícil armar una pareja porque a uno lo miran con lupa. Uno analiza, lo analizan. Totalmente frío. Es un análisis mental. Salvo que te muevan la estructura. Veas a alguien y te *shockee*. Suceda ese *flechazo*. Pero así también con gente que me gustó mucho y lo empecé a analizar y no me cerraba nada porque para mí tampoco funciona el *flechazo* después de los 40. Creo que por eso no se da, porque no funciona ya el *flechazo*. Hay mucha gente que ya cuando ve a una mujer se fija que tenga departamento, que tenga auto, que tenga comodidades para instalarse en la casa de ella, que no viva lejos. A mí lo primero que me pregunta un *tipo* cuando hablo por teléfono es dónde vivo. Entonces está calculando la distancia, la nafta. Yo no sé qué está calculando. Yo creo que calcula todo eso (Natalia, 45 años).

Referencias al estatus económico de la otra persona y al bienestar aparecen tanto en varones como en mujeres. La comodidad es parte del amor como eros y del amor realista. Las aplicaciones y sitios de citas marcan la distancia en la cual se encuentra la otra persona. La cercanía es un aspecto que juega un rol central al momento de buscar un vínculo erótico y/o afectivo.

E.: ¿Cómo fue que te bajaste Tinder?

Santiago: Estábamos con un amigo viendo el escrutinio de las elecciones. Teníamos sueño, nos estábamos quedando dormidos y no llegaban los resultados de Buenos Aires y me puse a *boludear* con la *tablet* y apareció esta chica. Nos pusimos a chatear un poco.

E.: ¿Vos estabas mirando?

Santiago: Sí, creo que yo ya le había puesto el corazoncito antes y ella lo vio, o lo puso ella después y ahí me mandó una cosa. Tenía quince chats abiertos o veinte chats abiertos, y no sé qué me puso, le contesté y pasó una cosa interesante, estaba cerca, vivía a dos cuadras y eso me pareció atractivo. Si lo tenés a cien kilómetros, yo a Pilar no me voy por ninguna razón en el mundo, ¿entendés? Tengo auto y todo pero no manejo hasta allá ni loco. Y bueno, estuvo bueno, fuimos a *boludear* un rato (Santiago, 47 años).

La preferencia por personas que se encuentren cerca se debe a la mayor facilidad y el menor tiempo que implica encontrarse, pero también se vincula a un contexto de individualización y hedonismo donde hay una exacerbación, por parte de las personas, de la búsqueda de la realización personal y de cumplir con sus deseos de la forma más expeditiva posible (Lipovetsky, 2000).

Si bien el amor a la edad de los/as entrevistados/as está cargado de componentes más racionales y de la predominancia del interés por el yo, esto no implica que no haya aspiraciones románticas, que incluyan lo agápico.

E.: ¿Qué es para vos el amor?

Ernestina: Y, el deseo de verdad de cuidar al otro, de que el otro esté bien. Para mí, como que hay cierta formalidad de lo que parecería que es una pareja en la cual hay mucha falta de respeto, mucha falta de interés verdadero para que el otro esté bien. Hay mucha soledad compartida. Y eso es lo que yo no quiero. Cuando mi expareja empezó a entrar por esos lugares dije “no, no, pará, no quiero eso”. Para mí el amor es andando juntos. En acción. No es cristalizado el concepto de encuentro con el otro. Para mí tiene que estar en uno de verdad.

E.: ¿Cómo sería eso?

Ernestina: Que de verdad me interese que estés bien. Que de verdad yo quiera hacer una milanesa de más y dejarla para cuando venís. Compartir la comida por más que en ese momento no estuviste en la casa. Que de verdad quiera acompañarte a los cumpleaños de tu familia. De verdad, de verdad. Porque me interesa de verdad. A mí las formalidades no me van. Cuando las cosas son de verdad, lo más simple es bello (Ernestina, 43 años).

E.: ¿Cómo describirías el enamoramiento?

Leonardo: (*Risas*). (*Silencio*). Para mí el amor es querer estar con la otra persona y no tener interés de estar con nadie más (Leonardo, 35 años).

El compañerismo, a partir del diálogo y del cuidar al otro, aparece en las distintas entrevistas como representación romántica deseada. En el caso de Ernestina, su idea de amor incluye componentes agápicos del interés genuino por el bienestar del otro. Da el ejemplo de dejarle la comida preparada y de acompañar a su pareja como *don*, como una muestra de interés plena, sin que medie ningún interés o búsqueda de reciprocidad. Por su parte, en el caso de Leonardo, el amor implica un *don* en tanto entrega total, en términos monógamos, a una única persona.

Los viajes en pareja representan postulados románticos. Los rituales románticos, incluidos los viajes, están anclados en el consumo de bienes y servicios (Illouz, 2009). Los viajes en pareja son el ejemplo prototípico para los/as

entrevistados/as al momento de narrar una experiencia que les gustaría compartir de a dos y como hitos en el desarrollo de un vínculo de pareja. Hay una íntima vinculación entre mercado y representación romántica en mis entrevistados/as de clase media. Volvamos a las historias de Augusto y Fernando referidas en el apartado “Soltería como soledad”. Para ellos el viajar sin pareja los hace sentir *solos*. El viajar es parte del sentir romántico de Augusto y Fernando, junto con el modelo de compañerismo, convivencia y el ideario romántico de una proyección de amor por siempre con una pareja, resumida en la expresión “envejecer con una persona”.

Augusto: (...) soy como idealista de querer envejecer con una persona, tenerla al lado, viajar, conocernos y finalmente conformar esta cuestión común e íntima de... no sé, por ahí es medio romántico. Pero bueno, viste, como no pasa nada de todo eso, también algo debo estar pensando mal (...) (Augusto, 40 años).

Fernando: (...) No me gusta viajar solo, he viajado solo y me gusta viajar en pareja. No me gusta estar solo. Hay gente que disfruta eso, yo no (Fernando, 50 años).

Ángeles, quien nunca convivió, aspira a poder irse de vacaciones con una persona con quien esté en pareja. Marca este hito junto con el de convivir como experiencias románticas que hacen a la construcción de una pareja y que ella desea vivenciar.

Ángeles: (...) No llegué nunca a convivir, no llegué nunca a irme de vacaciones con una pareja, son todas cosas que me gustaría tener y que no las tuve (Ángeles, 39 años).

A Emilia, la soltería le permite disponer de su tiempo y viajar por trabajo cuando lo necesita. No obstante, se refiere a ciertos paisajes que remiten a representaciones hegemónicas sobre lo romántico, como por ejemplo París,

que es una ciudad popularmente asociada con el amor y la sofisticación, que le hacen sentir ganas de compartir esos viajes con una pareja.

E.: Vos decías que cuando te ibas de viaje pensabas “me gustaría estar con una persona”. ¿Qué paisajes eran?

Emilia: Cuando estuve por trabajo un mes en París. Es como que decía “uy, qué lindo sería estar acá en pareja”. Después estuve cuatro meses y medio en Canadá. Yo decía lo contrario, decía “qué lindo no estar en pareja para poder hacer esto y no extrañar a nadie”. Pero por momentos decía “no, la próxima vez que viajo quiero que sea con alguien” (...)
(Emilia, 35 años).

Los viajes también implican una evolución en el desarrollo de una relación. Edith (42 años) relata una escena en la cual su expareja le propuso irse juntos de vacaciones por una semana, como una primera experiencia de convivir con la otra persona, cuando hacía alrededor de cuatro meses que estaban juntos. El viaje significó un proyecto compartido y una evolución del vínculo.

E.: ¿Y cómo fue el momento en que decidieron irse de vacaciones juntos?

Edith: Nada, estamos los dos grandes y teníamos en claro lo que queríamos. Él me dijo “tengo ganas de tener un proyecto con vos, hacer algo”, eso me lo habrá dicho un sábado o domingo y yo que soy pragmática el lunes le dije “encontré esto”. No me preguntes por qué el norte de Brasil o qué se me cruzó en la cabeza. Me habían llegado justo unas promociones buenísimas. “Bueno, sacalo”, me dijo. “Bueno, chau. Lo saco” (Edith, 42 años).

Dentro de los paisajes paradisíacos, como las playas de Brasil, priman las utopías de lo natural, lo exótico, lo sencillo dentro de un mundo cotidiano atravesado por las lógicas del trabajo, la oficina y la industria. Illouz (2009) explica que existe una asociación entre el romance y el turismo que evoca la pureza, autenticidad y naturaleza del yo, “tanto el

amor romántico como la naturaleza supuestamente representan el costado más auténtico del yo, en oposición a la falta de autenticidad vinculada a la vida urbana” (Illouz, 2009: 193). Los viajes están dotados de una potencia especial porque permiten que las personas se abstraigan de la rutina, del trabajo y de las obligaciones sociales. En consonancia con la estética inclusiva del posmodernismo, estos paisajes naturales, en tanto no son opulentos, parecen, a primera vista, accesibles para todos/as y lugares donde las personas pueden sentirse libres. Sin embargo, detrás de esta imagen bucólica priman las lógicas del ocio consumista que promueve el turismo (Illouz, 2009: 144-146).¹³ Los rituales románticos, como los viajes, están atravesados por el consumo de bienes y servicios.

La playa “virgen”, para las personas de sectores medios y altos, es un lugar ideal para experimentar sensaciones cercanas a la libertad y la intimidad debido a que se alejan no solo del mundo industrial, sino también de visitantes de sectores populares, como sería ir a una playa céntrica en la localidad balnearia de Mar del Plata, en la costa argentina. Resume Illouz la tensión entre naturaleza y consumo de la siguiente manera:

El potencial de la utopía romántica reside entonces en la doble capacidad simultánea de reafirmar los valores del capitalismo posindustrial y convertirlos inversamente en símbolos de sencillez primitiva y emotividad pura. La utopía romántica posmoderna contiene la fantasía de un mundo de ocio, auténtico e igualitario, pero a la vez consolida las nuevas divisiones e identidades sociales (Illouz, 2009: 146).

En los perfiles de las aplicaciones y de los sitios web de citas de los/as usuarios/as de sectores medios aparecen fotos en lugares turísticos y sobre todo en playas desiertas

¹³ El turismo constituye el dominio más mercantilizado en la esfera del ocio. Con el turismo, el sistema capitalista se vuelca fuertemente, también, hacia la economía de servicios (Illouz, 2009).

o caribeñas. Desde estas imágenes, los sujetos que están buscando vínculos eróticos y/o afectivos se presentan, a la vez que son visualizados como deseables. A partir de las fotografías en paisajes naturales muestran su posición social y se acercan a lo que ellos/as consideran su autenticidad o “naturaleza”.

3.2. Motivaciones: maternidad y paternidad

La maternidad y la paternidad aparecen como aspiraciones fundamentales del proyecto de vida de los/as entrevistados/as. Coral Herrera Gómez (2012), en una línea de análisis similar a la de Eva Illouz (2009, 2010) explica que el sistema capitalista gira en torno a la pareja heterosexual en edad reproductiva.

La cultura mitifica e idealiza a la pareja feliz, y vende historias de amor para ser consumidas. Las parejas felices llenan los centros comerciales, sostienen la industria inmobiliaria, viven en la industria del entretenimiento: todo el consumo pasa por estas parejas, que a lo largo de su vida compran niditos de amor, coches, joyas y flores, muebles para la casa, ropita y accesorios de bebé, etcétera (Herrera Gómez, 2012: 12).

Durante la primera etapa de la investigación apareció como un emergente que si bien hay mujeres y varones que han retrasado la maternidad y la paternidad en pos de sus carreras profesionales (Beck, 2001; Gillespie, 2000; Schwarz, 2010), igualmente desean ser padres y madres, como primera opción, a partir de la constitución de una pareja estable. No obstante, en algunos casos, mujeres que están cercanas a los cuarenta años de edad y no han podido tener hijos/as con una pareja buscan alternativas en clínicas de reproducción biotecnológica o de congelamiento de óvulos. La imposibilidad de llegar a cumplir con estas expectativas les genera emociones de inseguridad, ansiedad y angustia. Según Illouz (2012), el mandato y el deseo de reproducción de las personas varía según el género y recae principalmente

sobre las mujeres heterosexuales. La maternidad es percibida por la sociedad como natural y el deseo materno aparece como inevitable y central para la construcción normal de la feminidad, a pesar de las resistencias que se han articulado a lo largo de más de medio siglo (Dever y Saugeres, 2004; Gillespie, 2000; Letherby, 1999; Maher y Saugeres, 2007; Morell, 1994; Schwarz, 2010).

Tal como desarrollé en “Soltería como soledad”, aparece tanto en varones como en mujeres que no tuvieron hijos/as el deseo de tenerlos/as. En ninguno de estos casos se refieren a que no lo hicieron por una elección personal, sino más bien porque no lograron formar parejas estables con quienes tenerlos/as; y en el caso específico de dos mujeres, por problemas de salud que no les permiten llevar un embarazo a término.

Si bien el deseo reproductivo se presenta en ambos géneros, hay diferencias en la forma de vehiculizarlo entre mujeres y varones. La diferencia en la adecuación a este deseo se desprende del hecho de que dentro de la construcción de género femenino (De Lauretis, 1996) la maternidad es una forma de realización y reconocimiento, en tanto lo femenino está vinculado a la idea de cuidado y afectividad (Burin, 2003). Mujeres que pospusieron la maternidad y quieren tener hijos/as, al acercarse al final del “reloj biológico” (Dever y Saugeres, 2004; Klinenberg, 2012) se informan y/u optan por medios de reproducción biotecnológica. Aparece en sus relatos una agencia en pos de alcanzar sus propósitos por encima de posturas pesimistas. Estas mujeres primeramente apostaron al modelo de maternidad dentro de un marco de conyugalidad junto con un varón, pero cuando se acercan a los cuarenta años de edad averiguan solas con sus médicos/as ginecólogos/as sobre estas técnicas de reproducción biotecnológica. En ningún caso los/as entrevistados/as se refirieron a la maternidad o a la paternidad desde la posibilidad de la adopción. Es decir, con o sin pareja, la maternidad o paternidad es querida idealmente a partir de lazos consanguíneos.

E.: Contame un poco qué pasa con esto que dijiste de que “vos naciste para ser madre”.

Constanza: Desde que nací quiero ser mamá. Yo por un bebé me vuelvo loca. Pasa que antes, cuando era *pendeja*, no tenía tan aceitado el tema de la maternidad como ahora que soy adulta.

E.: ¿Y en qué sentido lo tenés aceitado?

Constanza: Que ahora estoy segura de lo que yo quiero. Yo ahora estoy segura, antes no estaba segura, ¿se entiende? Eso me pasa... No entiendo a la mujer que no quiere ser madre. Lo respeto, pero me cuesta entender (...). Después el caso de amigas que están congelando óvulos. Es lo que yo quiero hacer ahora, me quiero congelar los óvulos. Es caro, pero ahorraré para hacérmelo siempre y cuando no encuentre al padre antes. Es para preservar. Porque bueno, yo puedo estar hasta los 40 y pico, pero sé que ahí está eso. Es como que me quedo tranquila. Pero después, mi ginecóloga me dice: “me parece brutal lo que me decís, pero sé que cuando una mujer hace eso, al toque queda embarazada”. Porque es como que vos te relajás, ¿se entiende? Es como “ya sé que tengo siete óvulos en el banco genético”, me relajo y listo, *pumba*. Y ella me contaba eso, tiene un montón de pacientes con ese problema que les pasa eso. Ahora me dice que está tan en boga el temita de congelar los óvulos, entonces, eso es lo que quiero. Sale caro. Ya sé con quién hacerlo y todo (Constanza, 36 años).

E.: Esto que me decías de cuando te vino el deseo de la maternidad y lo de la edad, ¿me podrías contar un poco más?

Ángeles: Sí. Después con la psicóloga vi si era por la edad o un mandato o porque quería ser madre, y realmente quiero ser madre con un compañero. Creo que puedo ser madre soltera tranquilamente, tengo el carácter. Tengo las herramientas y la verdad es que me gustaría porque hace mucho tiempo que estoy sola y hace mucho tiempo que todo lo enfrento sola, más allá de que tengo a mi familia y tengo a mis amigos. Como que quiero compartir esa certeza de ciertas decisiones con otra persona y, además, experimentarlo porque no lo experimenté. Lo experimenté desde muy *pendeja*, que no tiene nada que ver y con otra experiencia.

E.: Esto del tema de la maternidad para ser madre soltera, ¿dónde averiguaste?

Ángeles: Averigüé en varios lugares. B es un instituto de fertilidad, y en C.

E.: ¿En adopción no pensaste?

Ángeles: No, es inseminación. En realidad al principio era congelamiento de óvulos. Eso es lo que fui a averiguar, congelar los óvulos para cuando quisiera, porque no era ya, pero la verdad es que el congelamiento de óvulos no garantiza nada, cuando querés usar los óvulos capaz que te dicen “no prendieron” o lo que fuera y el tiempo corre igual y sale igual o más caro que una inseminación. Y la adopción, salvo el proceso que sé que es largo y tedioso y es medio como fuerte de atravesarlo, después no es que me preocupa adoptar. La inseminación lo sé por una amiga, vos vas al banco y te fijás los perfiles (Ángeles, 39 años).

Cuando Ángeles tenía 40 años, siete meses después de la primera entrevista, volví a entrevistarla. Con al apoyo de su familia había tomado la decisión de comenzar tratamientos médicos de reproducción biotecnológica y ya había tenido el primer intento. Otro actante que aparece como fortaleciéndola e incentivándola en el cumplimiento de su deseo de ser madre es la terapeuta.

En la modernidad tardía las personas actúan de manera más acentuada racionalmente según arreglo a valores en términos weberianos. Para seguir las leyes de la competencia y la carrera se imponen valores como la rapidez, la eficiencia y la disciplina. La figura del/a hijo/a representa el lado natural —basado en afectos como la sensibilidad, el cariño, la cercanía— y lo opuesto a los valores del trabajo (Beck y Beck-Gernsheim, 2001: 150).

Por su parte, los varones apuestan a medida que tienen más años a encontrar una pareja estable más joven con quien tener hijos/as.

E.: Esto que me decías de que querés salir con alguien más joven, ¿cuántos años más o menos y por qué más joven?

Augusto: Eh... la verdad es que básicamente no tengo una determinación de edad, de hecho salí con chicas más grandes que yo y todo. Pero básicamente ahora yo sueño con tener mi propio hijo con una mujer y como que eso es no sé, fisiológico, no sé cómo es la palabra (Augusto, 40 años).

E.: ¿Me podrías decir cuál es el rango de edad de mujeres a las que vos das “me gusta” [en Tinder]?

Mateo: No, pero te puedo decir más o menos rápidamente muy cerca de qué debe estar... debe estar algo parecido a 32, 39, 40, algo así.

E.: ¿Por qué elegiste ese rango de edad?

Mateo: Porque es como el rango en el que me imagino una pareja. Lo que sé, que me parece medio mal pero que igual opera, es que una chica de mi edad, digamos, me parece un poco grande por decirlo rápidamente... fundamentalmente por una cuestión de tener hijos y es algo que me pasó con mi ex y no es algo que tenga ganas de volver a pasar (Mateo, 44 años).

La figura del reloj biológico femenino (Dever y Saugeres, 2004; Klinenberg, 2012) asociado con la pérdida de la fertilidad, como así también de la juventud, opera en los varones al momento de elegir con quién tener una pareja. Si bien a partir de medios “naturales” las mujeres respecto a los varones tienen menos cantidad de años para concebir, los varones posponen también sus búsquedas porque dentro de su construcción de género hay una mayor aceptación social a que entablen vínculos con mujeres más jóvenes. Esto es diferente de mujeres a varones. Explica Torrado:

Entre las mujeres jóvenes el hombre maduro es altamente valorizado porque su edad aparece como un determinante de su posición social (...). Por otra parte, las preferencias masculinas son asimétricas respecto a las femeninas. Si las mujeres parecen indiferentes a la edad de sus parejas, los hombres las prefieren mujeres jóvenes. En este caso hay una devaluación de la mujer madura por parte de los

hombres maduros porque la edad biológica femenina aparece definida simbólicamente por la proximidad a la menopausia, un umbral asociado a la vejez (Torrado, 2007: 419).

Dentro de una estructura heterosexista desigual de relaciones entre los géneros, la pérdida del *look age* joven (Featherstone y Hepworth, 1991), entendida como parte del capital erótico de los sujetos (Hakim, 2012), es percibida más negativamente sobre las mujeres que sobre los varones. Asimismo, la edad y el tener o no hijos/as moldea las búsquedas; los varones consideran que una mujer sin hijos/as cercana a los cuarenta años edad y que busca vínculos eróticos y/o afectivos está “desesperada” o apresurada por encontrar un varón con quien tenerlos.

3.3. El entorno como actante motivacional en las búsquedas

El entorno, a saber, amigos/as, familia, compañeros/as de trabajo incentivan que las personas que no están en pareja entablen vínculos eróticos y/o afectivos. Los/as amigos/as solteros/as que usan las aplicaciones y sitios de citas son quienes, principalmente, les sugieren a los/as entrevistados/as que se las instalen.

E.: ¿Vos les decías a tus amigas que querías conocer a alguien?

Celeste: Claro, sí, como que yo estaba en un momento de inseguridad, empezaba con las páginas y así como para circular un poco (...). Pero yo no quería saber nada con hacerme el perfil hasta que una de mis amigas me armó ella el perfil, me llamó y me dijo: “ya te armé el perfil, dame una foto” (Celeste, 46 años).

Las amigas aparecen como actantes que acompañan a las mujeres en la gestión del no estar en pareja y las incentivan en los momentos iniciales de sus búsquedas de encuentros. En las mujeres se visualiza un prejuicio o timidez inicial, más marcado que en los varones, sobre utilizar aplicaciones o sitios de citas. Ante esta circunstancia, una

amiga le arma el perfil. Esto es relatado en tono alegre y como un juego. Esteban (2011) comprende la amistad como un tipo de vínculo desde el cual se generan lazos comunitarios de mayor reciprocidad en contraposición a los erótico-afectivos, que son los vínculos privilegiados en la modernidad tardía y en los estudios existentes sobre el amor.

A diferencia de los varones, las mujeres introducen en sus relatos a sus amigas como actantes intervinientes; por ejemplo, ellas crean los usuarios de las aplicaciones en caso de que a alguna le dé vergüenza. Por su parte, en las relaciones de amistad entre varones lo que aparece es que entre ellos comparten información sobre las aplicaciones y sitios web de citas. En el caso de Mateo (44 años) se suma que son sus amigas quienes le presentan amigas propias para que él entable vínculos eróticos y/o afectivos.

E.: ¿Cómo fue la escena cuando te bajaste Tinder?

Ricardo: Tinder, un amigo, un día vino con la novedad, “no sabés esta aplicación”. “A ver, instalémosla”, le dije. Más para cagarte de risa porque la ves con un amigo y decís “¡mirá esta!, ¡mirá la foto!”. Para *hinchar las bolas*. Ahí después chateaba, pero no soy de chatear, aparte ese chat es malísimo. Yo, en general, si veo una piba que más o menos me gusta, le digo si me da el celular y la seguimos por WhatsApp, porque el chat ese de Tinder es malísimo, por ahí veo algo que hace cinco días me mandó y nunca me llegó y no sé (Ricardo, 37 años).

E.: ¿Cómo es tu grupo de amigas y amigos? ¿Te presentan personas con quienes relacionarte?

Mateo: Mi grupo de amigos es bastante variado. Tengo mucho amigo gay, para empezar, que no te presentan chicas (...) Mis amigas que son madres, las que están en pareja recientemente o no tan recientemente son las que buscan presentarme chicas (Mateo, 44 años).

Como en el caso de las mujeres, los varones son proactivos a salir y “conocer gente”, y van acompañados de otros amigos como forma de “hacerse la *gamba*”.

Horacio: (...) Esto de bailar y demás no empezó por mí, sino por hacerle la *gamba* a un amigo. Después me enganché porque a mí siempre me gustó bailar y nunca había encontrado el espacio. Realmente lo disfruto, ya está como rutina (Horacio, 50 años).

Lejos de vivir la soltería con angustia, como se ve en estos fragmentos, la tramitan junto con un entorno en el cual también hay otros/as amigos/as solteros/as o no con quienes compartir, darse consejos y divertirse mientras se busca.

Emilia: (...) Según lo que hablé con la psicóloga por ahí salíamos con mis amigas y nos quedábamos hablando entre nosotras. No estaba muy abierta. Me hice una amiga de otro grupo. Armamos un grupo que se llama “Trabajo de campo”, en WhatsApp. Se llama “Trabajo de campo” porque es para salir a conocer pibes, como con otras amigas que me hice que estaban en la misma. Había dos italianas, ellas son las que me hicieron ponerme Tinder, además de mis dos primas. Además, yo propuse en mi otro grupo que vayamos a salsa, basta de esto de ir a comer y quedarnos entre nosotras, también tuvo que ver con esta gente que conocí, que dije “¿ves?, esto es lo que a mí me está faltando”.

E.: Cuando decían “salir de levante”, ¿en qué estaban pensando ustedes?

Emilia: En realidad era Tinder y fuimos un par de veces a un boliche. Era re divertido. Ahora hablamos de cualquier cosa, imaginate, estamos con las dos italianas casadas que vamos a bailar. No es que estábamos ahí todas de levante. Pero bueno, esa fue la etapa que a mí se me abrió un poco esto de “quiero dejar de estar sola”. O de hacerme cargo de esto de que no va a aparecer alguien así, espontáneamente. Como que a mí me parecía deprimente tener estrategias para ir a conocer gente, pero yo no voy a conocer gente de mi lugar de trabajo y además trabajo mucho en mi casa. Como que si seguía con mi vida así, feliz, no iba a conocer a nadie (Emilia, 35 años).

Emilia forma el grupo de WhatsApp denominado “Trabajo de campo” como un espacio virtual para hablar de varones junto con sus amigas, darse consejos y organizar salidas para “ir de levante”. Primero una de sus amigas y sus primas la incentivan a que se arme un usuario en Tinder. Luego aparece ella gestionando activamente sus búsquedas e incentivando a sus amigas a partir de proponer actividades sociales nocturnas: ir a tomar clases de salsa e ir a bailar. De este modo, ella encuentra y le propone a su entorno de mujeres solteras formas de “conocer gente” y relacionarse eróticamente con varones para “dejar de estar sola” y que no se queden sociabilizando solo entre ellas.

Un actante al que ella hace referencia motivándola en sus búsquedas es la terapeuta. La figura de la terapeuta como apoyo e incentivo para buscar vínculos eróticos y/o afectivos aparece en las entrevistas a las mujeres. En un contexto de individualización y donde la realización del sujeto pareciera ser fruto del mérito individual, depende íntegramente de los sujetos generar lazos de este tipo para constituirse como sujetos plenos. En el caso de las mujeres, un relato que reafirma y performa el amor como horizonte de sentido y como tecnología del yo es el discurso terapéutico.

Los psicólogos han postulado a la intimidad como un ideal a alcanzar en las relaciones sexuales y conyugales. En el contexto de relaciones estrechas, la intimidad, así como la autorrealización y otras categorías inventadas por los psicólogos se convirtieron en sinónimo de “salud” (Illouz, 2007: 105).

Eva Illouz, en *La salvación del alma moderna* (2010), postula que la terapia le brinda a los yoes desorganizados herramientas para que puedan manejar las conductas de sus vidas en los contextos actuales. Para la autora, la contribución más distintiva que realizó el psicoanálisis a la cultura norteamericana —y considero que es extrapolable a los sectores medios en el contexto de la Ciudad de Buenos Aires por el gran valor e injerencia que tienen en estos sectores las

terapias psicológicas en general y sobre todo el psicoanálisis (Acha, 2007; Plotkin, 2003; Visacovsky, 2002, 2009)—, ha sido la de formular un lenguaje y proporcionar marcos de significado que colocaron la vida diaria, la salud mental y la normalidad en el centro de la identidad de hombres y mujeres modernos. Ofrece recetas, planes de acción, metáforas y patrones narrativos que ayudan a las personas a arreglárselas ante la complejidad creciente y la incertidumbre de las vidas modernas tanto en el ambiente sexual y familiar como así también en el laboral (Illouz, 2010: 301-303).

Los relatos terapéuticos refuerzan la idea de que depende de los sujetos su desarrollo personal. Los valores del mérito y la fortuna son efecto de emociones bien manejadas y de una actitud proactiva de cada persona (Illouz, 2010). Por ejemplo, Ángeles adoptó esa actitud a partir de los consejos de su terapeuta.

E.: ¿En este momento usás Tinder?

Ángeles: La semana pasada volví a darme de alta en Tinder y estoy chateando con uno, tranquila. En la primera página que me metí por mi psicóloga era Zonacitas. Me la recomendó ella (...). Mi psicóloga me recomienda de todo. Lugares donde es otro ambiente de gente, por ahí un ambiente que es más parecido al mío y no un boliche. Yo no tengo ganas de ir a un boliche (Ángeles, 39 años).

Esta producción de subjetividades activas en la búsqueda de la generación de vínculos eróticos y afectivos se da en las mujeres y no así en los varones. En las mujeres que hacen terapia (en todos los casos sus terapeutas son también mujeres) este espacio es una tecnología de género que promueve la construcción de una feminidad que busque formar una pareja estable, como modo de alcanzar la realización subjetiva y el bienestar. En cambio, en los varones, si bien mencionan que fueron a terapia luego del corte en una relación de pareja, la figura del terapeuta cuenta con un lugar secundario en los relatos. Aparece cuando yo les consulto si han ido a terapia y no es ponderado como un actante

central que los apoya, en su presente, en las búsquedas de vínculos eróticos y afectivos. Más bien es un actante que los ayudó a transitar situaciones pasadas, sus malos momentos con sus exparejas y las rupturas amorosas.

E.: ¿Cuándo empezaste a ir a terapia?

Elías: Cuando se fue mi ex. Fui con la obra social. Eso me ayudó. Todo tiene un porqué. Yo que era muy *machito*, que fui músico, me empecé a sentir *feito* y con la edad me preguntaba: “¿voy a empezar de nuevo, encontraré a otra chica?”. Más las discusiones con ella. Como decimos los hombres, “¿quién te va a mirar a vos?”. Ella también me tiró unas así. Y quedé medio *bajón* en eso. Necesitaba un poquito... Todos tenemos que buscarle la parte linda a todo. La terapeuta me ayudó. Fui cuatro meses. La terapeuta trabajó sobre todo lo que pasé (...).

E.: ¿En qué sentís que te ayudó la terapia?

Elías: Me hizo sentir bien (...). Me dijo: “tenés un taller que se llena de trabajo, la gente te quiere un montón. Sos buena gente. ¿Qué te falta, tu ex? ¿Sabés todas las mujeres que hay?”. Y ahí empecé a trabajar sobre eso (Elías, 45 años).

E.: ¿Hacés terapia?

Pedro: Hice terapia cuando corté con ella, y durante también. No todo el noviazgo pero un poco hice. Lo que pasa es que ella me gustaba mucho y quería que cambie. No sabía cómo hacer para que la relación sea buena, sana. De siete días peleábamos cinco. Mucho estrés. Yo vengo de una familia que somos cuatro. O sea mi *viejo* se ha peleado con mi *vieja*, pero no es que era todos los días. Una vez cada tanto. Aparte a mí no me va la pelea, yo quiero una relación para estar contento, para estar bien. No para estar peleando (Pedro, 38 años).

E.: ¿Fuiste a terapia?

José Luis: Por momentos. Me tomé la terapia en serio después de separarme. Mi *viejo* era psicólogo. El consejo de mi *viejo* era por qué no vas a hacer terapia. Pero si hubiera mantenido una terapia mínimamente un año, esa relación no hubiera durado un año. Pero había mucha pasión. No me arrepiento de nada. Yo me hice cargo de su hija, iba a las

reuniones de la escuela de su hija. Por momentos vivimos juntos, por momentos separados. Siempre me hice cargo de la economía que también era un problema. Es más, en el medio hemos tenido momentos de estar separados, de uno estar con alguien y ella estar con alguien. Y después siempre volvíamos. De eso hace tres años o más. No volvió a haber comunicación después de entonces y no volverá a haber (José Luis, 43 años).

En la relación de José Luis, como en la de Pedro, primaba el conflicto y la pasión. La pasión es parte del amor romántico y se vincula con la noción de intensidad de Georges Bataille: "(...) los momentos de intensidad son los momentos de exceso y de fusión de los seres" (Bataille, 2000: 105). Para Bataille, somos seres discontinuos en búsqueda de una continuidad perdida con los otros, por la cual somos capaces de transgredir los límites corporales de otros y llevar a cabo una comunicación fuerte¹⁴. En el erotismo, en tanto que se propone acabar con la discontinuidad, los amantes se encuentran en una búsqueda constante de alcanzar una fusión. Aunque la promesa de la posesión completa del otro es ilusoria, en la pasión la imagen de esa unión parece materializarse en un plano de gran intensidad. Esto lleva a que se den ciclos reiterados entre divergencia y convergencia, es decir, entre conflicto y reconciliación o placer (Barthes, 2001; Gregori, 1993, 2003). Gregori (1993,

¹⁴ Bataille, en *La literatura y el mal* (2000), diferencia entre comunicación débil y comunicación fuerte: "Se puede ver, si se me ha seguido, que existe una oposición fundamental entre la comunicación pobre, base de la sociedad profana (de la sociedad activa, en el sentido en que la actividad se confunde con la productividad), y la comunicación fuerte, que abandona a las conciencias, que se reflejan una a otra, o unas y otras, en ese impenetrable que es su 'en última instancia'. Vemos además que la comunicación fuerte es primera, es un dato simple, apariencia suprema de la existencia, que se nos revela en la multiplicidad de las conciencias y en su comunicabilidad. La actividad habitual de los seres —lo que llamamos 'nuestras ocupaciones'— los separa de los momentos privilegiados de comunicación fuerte, que fundamentan las emociones de la sensualidad y de las fiestas, que fundamentan el drama, el amor, la separación y la muerte" (Bataille, 2000: 277).

2003) ubica este pasaje en las siguientes escenas: la búsqueda de la soberanía, disposiciones conflictivas de papeles cuyos desempeños esperados no son cumplidos, disposiciones psicológicas tales como esperar de la pareja ciertas conductas, provocaciones de las mujeres del orden del inconsciente para que sus parejas masculinas reaccionen de una determinada manera y juegos eróticos.

Elías, Pedro y José Luis fueron a terapia porque sus relaciones con sus exparejas atravesaban momentos conflictivos. Elías comienza luego de la ruptura, Pedro va desde antes para intentar mejorar el vínculo y José Luis tuvo intentos durante la relación, pero “se toma en serio la terapia” luego de terminar con su expareja. En la terapia reflexionan sobre esos vínculos y les dan un cierre.

En el caso de José Luis aparece el padre, quien era psicoanalista, recomendándole a su hijo que haga terapia. La familia —hijos/as, hermanos/as, primos/as, padres y madres— intervienen, en algunos/as entrevistados/as, dando opiniones o consejos sobre sus búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos.

E.: ¿Y tu familia? ¿Tenés familia?

Micaela: ¿Mi familia? No me llevo muy muy bien. Bastante dividida, te cruzás en algún cumpleaños, el día de la madre y cosas así. Una familia bastante disfuncional me tocó, entonces no es un lugar en el cual yo me pueda apoyar. Mi madre me ha dicho “¿qué es de la vida de *fulana*?”. “Se fue a vivir con *fulano*”. “Ay, qué bien”. “¿Y la vida de tal?”. “Está de novia hace dos años”. “¿Qué pasa con vos?, ¿qué pasa con vos que te me quedás sola? Sos la única que se queda atrás, ¿qué tenés?”. Y me dolió tanto de mi mamá, le dije “me debés haber hecho muy fea”. “No, si sos hermosa”, me dice. “Bueno, muy insoporrible, ¿qué querés que te conteste?”. Es como que siento que me metió el dedo en la llaga. No sé. También me molesta que todo mi entorno siempre me dice “sos una chica buena, linda, inteligente, divertida, mucha gente querría salir con vos. Vas a encontrar a alguien”. Eso me enoja, “paren un poco porque en definitiva estoy sola ¿dónde está esa parte?, ¿dónde está?”. “No te faltan oportunidades”. Estoy sola y me sentí sola y me

siento sola. Y duele, pesa. Y decís “bueno, a ver, ¿soy para vos una persona agradable, divertida, sana, presentable?”. Nunca nadie dice “te presento a alguien”. ¿Qué pasa que socialmente también tienen amigos, compañeros del laburo, primos, no sé, qué sé yo, para presentar y no lo hacen? Yo te digo que las pasé todas. Estos últimos tres años estoy como viviendo todas, entonces estoy como muy atenta a todas. Es como muy vivencial (Micaela, 44 años).

E.: Cuando te separaste, ¿tu familia te dijo algo?

Azul: Al principio sí. “¿Y, conociste a alguien?”. Ahora ya no. De vez en cuando mis papás y una de mis hermanas, que es una de las que más se da cuenta, porque estoy como desaparecida con algo o así y me preguntan más. Ahora está como más tranquila la cosa. Al principio, sí. Era “dale que sos joven”, pero sí. Era como queriendo incentivar a que no me quede en mi casa y yo en realidad no me quedé nunca en mi casa.

E.: ¿A vos qué te generaba?

Azul: ¿Que me pregunten eso? No tengo recuerdos de “¡qué malo!”. No, la verdad que no. No porque lo hace mi hija, y ahora la que está más con esto es mi hija. O “¿con quién hablás?”, porque ve que estoy chateando mucho. O que hablo con alguien, “ay, ¿con quién vas a hablar?”, viste, típica cosa de nena. Mi mamá me preguntaba si estaba bien más que si estaba con alguien. Mi papá era más preocupado por si conocí a alguien. Pero está bien, no tengo un recuerdo, hace cuatro años... no tengo ese recuerdo, digamos (Azul, 40 años).

En las entrevistas a mujeres aparece la familia opinando sobre su estado sentimental, queriendo averiguar si estaban o no en algún tipo de vínculo erótico y/o afectivo o armándoles perfiles para que conozcan gente. Por ejemplo, en el caso de Laura, de 48 años, divorciada dos veces, el hermano le armó un perfil en el sitio web DelaCole.com¹⁵. En cambio, en los varones esas referencias no aparecen.

¹⁵ Es un sitio web de la colectividad judía latinoamericana, que funciona desde 1990, creado para que las personas encuentren amigos/as, parejas o gente para salir. Sus usuarios/as lo utilizan principalmente para encontrar citas o pareja.

Solo en un caso, Horacio, de 49 años, comenta que cuando se divorció a sus padres les llamó la atención pero no tanto ya que notaban que con su exesposa no estaban bien.

La figura de la mujer soltera tiene un peso más negativo en el entorno que la del varón soltero (Klinenberg, 2012). Desde una perspectiva que ponga en análisis el género, son diferentes las expectativas y representaciones culturales que se construyen para las subjetividades femeninas y masculinas (De Lauretis, 1996). Micaela, quien tuvo su última pareja hace cuatro años y tiene un hijo adolescente, vive la soltería como soledad, esto le duele y le pesa. Los actantes como su madre y sus conocidos/as le marcan y cuestionan por qué no está en pareja, a partir de resaltarle los aspectos positivos de su personalidad, “sos una chica buena, linda, inteligente, divertida, mucha gente querría salir con vos. Vas a encontrar a alguien”. Ella considera que esos actantes, en vez de actuar ayudándola a conocer a alguien, no le presentan gente y le realizan comentarios que la hacen cuestionar sobre por qué no está en pareja, a pesar de tener capital erótico (Hakim, 2010). Es decir, su entorno no la contiene ni actúa propositivamente, más bien le marcan la falta, y esto es experimentado por ella con dolor. Estas emociones de tristeza y dolor tienen lugar en un contexto en el cual el amor vuelve a las personas que están en pareja, especialmente a las mujeres, sanas y autorrealizadas (Illouz, 2009; Johnson, 2005). Contra este panorama ella gestiona individualmente la búsqueda de pareja. En un diálogo que tuvimos en una de las catas de vino me comentó que ella se dice a sí misma “tengo que ir igual, tengo que probar. ¿Quedarme encerrada en mi casa? No. Y bueno, ahí voy con las expectativas, no sé, creo que es algo más a nivel personal mío de decir voy a interactuar con quien sea”.

Azul se divorció hace cuatro años, tiene una hija de nueve años y no volvió a tener una pareja estable; su padre y sus hermanas estaban atentos, al principio de su divorcio, a si generaba vínculos eróticos y/o afectivos. La incentivaban a que saliera para conocer gente y distraerse. Durante

la entrevista se aleja de cualquier postura que vincule su soltería con el dolor o la soledad. Me comenta que empezó a salir rápido dado que es muy *amiguera* y que le resulta sencillo vincularse con varones “siempre tengo *onda* con los varones porque hablás de fútbol o hablás de distintos temas que son más comunes”. Lo que más le costó fue volver a “entrar en la sintonía del levante y del *chamuyo*”. Dice que por su edad empezó a ir a bares y no a discotecas, dado que allí se sentía más cómoda.

Las preguntas de su padre y sus hermanas sobre su estado sentimental son formas de control y de incentivo a que consiga pareja, dado que, para su entorno, es aún muy joven para que en su carrera emocional no vuelva a tener un vínculo erótico y/o afectivo. Esta preocupación sobre el hecho de que tenga nuevas relaciones puede ser explicada, desde el análisis de Foucault y Sennett (1988) sobre la soltería, debido a que el desarrollo de la subjetividad se ha mezclado con la sexualidad. Desde los discursos terapéuticos, anclados en la sexualidad, se pretende interpretar el desarrollo subjetivo y la supuesta verdad del sujeto.

Estas preguntas no fueron vividas por Azul de forma negativa. Al momento de la entrevista, la que había pasado a ocupar el lugar de preguntar sobre su sexualidad era su hija. Los/as hijos/as aparecen como actantes que preguntan desde la complicidad a sus madres si están en pareja, les informan sobre aplicaciones de citas o les consultan con quién están chateando.

E.: ¿Cómo fue que te bajaste Tinder?

Ernestina: Porque en la danza somos la mayoría mujeres. También soy actriz y en mis grupos de contacto, no sé por qué, pero siempre termino con gente joven. Tengo amigas de 20, 22. Tengo una sola de 50. Después todo debajo de 30 años. Y entonces sentía como que me faltaba un par en algún punto. Viste el par de decir, “bueno, si salgo con alguien me gustaría no tener que explicarle lo que es la separación o tener un hijo”. Que el otro ya venga con un recorrido más o menos similar, ¿entendés? Sentía eso. Y la verdad es que no

tengo acceso a ese sector social. Entonces mi hija me puso Tinder. Me dijo “mamá, si vos no salís o estás con gente joven no vas a encontrar”.

E.: ¿Cuántos años tiene tu hija?

Ernestina: Tiene 12 mi hija. Entonces ella me puso Tinder. Ella me puso la aplicación en un principio, creo que era para buscar en un rango de 38 a 45 años. Y fue un *flash* de verdad. Porque empecé a ver a un sector al que de verdad yo no accedo socialmente. Yo no me cruzo a esa gente en la calle. No es gente accesible a mí. Y eso era como un *flash*, accesible a mí. Me divertía muchísimo, me interesaba muchísimo saber qué estaba haciendo la gente de mi edad que yo no la tengo alrededor mío (Ernestina, 43 años).

Cintia: (...) [Mi hijo] ya sabía todo. Cuando yo estaba en la computadora, él estaba acá. Él duerme ahí, en el sofá, ese sillón se abre. Yo me conectaba cuando él se iba a dormir... y cuando se levantaba al baño, pasaba y *chusmeaba*, y le digo “salí de acá, no mirés”. Pero opinaba “este no te conviene, mamá”, “este es horrible, sacalo”.

(Mientras hacemos la entrevista, su hijo está jugando en la computadora con los auriculares puestos, muy cerca de nosotras. Cuando ella me cuenta la situación, él se vuelve hacia su mamá con una sonrisa cómplice. Al devolverle la mirada, ella le pregunta si se acordaba. Comienzan a reír. Luego de ese intercambio de miradas, Cintia continúa con su relato).

Cintia: ¿Te acordás?, y después cuando le dije “estoy chateando con mi ex”, me dice “está bien”.

E.: ¿Vos le contabas?

Cintia: Sí, sí. No es que le contaba mucho, pero me veía y me preguntaba o se metía. Es *chusma* él. Se mete, no se queda en el molde. Y después le mostraba la foto (Cintia, 39 años).

Cuando una pareja se separa, generalmente quienes se quedan con los/as hijos/as son las mujeres. Esto se sustenta en estructuras desiguales y jerárquicas que ubican a las mujeres como las encargadas de mantener y garantizar el cuidado de la familia. Explica Burin (2003) que las mujeres son las proveedoras de afectos tanto dentro como fuera del hogar. Se crea así en la feminidad, según la autora, el ideal

materno y de proveedora de afectos como fundante de su subjetividad. En nombre de estos ideales, entendidos con un carácter trascendental, se perpetúan las desigualdades de género (Esteban, Medina, Távora, 2005). En tanto son las mujeres quienes se quedan mayoritariamente con la tenencia de los/as hijos/as, ellos/as interactúan, en su cotidianidad, con las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos de sus madres. Esta es una de las razones que lleva a que aparezcan referenciados como actantes y espectadores de forma más reiterada en las entrevistas de las mujeres que en las de los varones.

Algunos datos que echan luz sobre este aspecto en la Ciudad de Buenos Aires son que los varones muestran mayor propensión a la reincidencia nupcial, mientras que las mujeres, en las uniones que han tenido hijos, son las que generalmente obtienen su tenencia, hecho que condiciona la formación de lazos eróticos o nuevas uniones (Mazzeo, 2010a). El aumento creciente de los divorcios y de las separaciones de parejas consensuales es la primera causa del aumento de familias monoparentales, preferentemente de jefatura femenina (Mazzeo, 2010b). La feminización de la jefatura de hogar es una tendencia observada en las últimas décadas del siglo pasado en todo el país y ha cobrado mayor dinamismo en la primera década del siglo xxi, tanto en las familias monoparentales como en las familias nucleares completas (Ariño, 2014). La jefatura femenina en los hogares monoparentales ha seguido incrementándose, para el año 2010 más del 80% de estas familias estaba a cargo de una mujer (Ariño, 2007, 2014).

Ernestina está divorciada hace dos años y tiene dos hijos; su hija le bajó la aplicación para que pudiera conocer personas de su edad. Ella comenta que cuando se separó, principalmente, le interesaba encontrar una pareja basada en el amor. Si bien ahora sigue con esa búsqueda, está más abocada a ella misma y a sus hijos/as, tiene vínculos sexuales esporádicos con personas que conoce por Tinder y es más escéptica sobre encontrar una relación afectiva estable.

Un modo de conocer personas de quienes enamorarse, al comienzo de su soltería, fue a través de Tinder. Allí pudo relacionarse con varones de su edad, en tanto su entorno es mayoritariamente femenino y más joven que ella.

Ella se relaciona con gente más joven, dado que así también se siente (*feel age*) y esto no le genera contradicciones con su edad cronológica (*look age*) (Featherstone y Hepworth, 1991). No obstante, para buscar pareja prefiere que haya una edad cronológica similar con el otro. Presupone que una edad cronológica similar implica experiencias, dentro de sus carreras emocionales, similares: “si salgo con alguien me gustaría no tener que explicarle lo que es la separación o tener un hijo”.

Cintia —divorciada hace siete años del padre de su hijo y separada hace un año de un noviazgo de un año y medio, que fue el único vínculo erótico y/o afectivo que tuvo luego de su divorcio— vive con su hijo en un departamento de dos ambientes. En el living de la casa duerme su hijo y es donde está la computadora de escritorio que ambos utilizan. La entrevista tuvo lugar en la mesa del living mientras su hijo jugaba en la computadora con auriculares. Se nota entre madre e hijo una relación de complicidad y compañerismo. Esto se percibe en la entrevista cuando ella comenta que, aunque no le contaba mucho, él *chusmeaba* y opinaba sobre los perfiles que su mamá miraba cuando estaba en el sitio web de citas Badoo. Asimismo, cuando ella comentó esto, su hijo la miró y se rió con ella de la situación. Carolina, 49 años, también cuenta que su hijo adolescente cuando la veía chateando en los sitios web de citas le decía en tono de broma “¿con quién chateás tanto?”.

Las mujeres y los varones separados/as o divorciados/as con hijos/as no salen a bares o a bailar cuando les toca estar con ellos/as; los sitios de citas y aplicaciones devienen los medios ideales desde los cuales encontrarse virtualmente con otros. En tanto que los/as hijos/as viven principalmente, más días de la semana, con sus madres, este

aspecto se acentúa en las mujeres, quienes deben negociar los espacios, tiempos y las formas para poder concretar los encuentros cara a cara.

Laura: Los chicos viven conmigo, no se van a vivir con el padre. Entonces, salir para mí es hacer una movida enorme.

E.: ¿Qué tenés que hacer para salir?

Laura: Un *quilombo*. Primero, mentir a mis hijos. Porque no me parece. Mi exmarido cayó en un pozo depresivo enorme, con brotes psicóticos muy profundos. Está muy medicado ahora, con lo cual yo tenía que sostener a mis hijos y a él. Aparte seguir con mi vida, aparte disfrutar. Pero la realidad es que nada, para salir miento. Digo que salgo con mis amigas (...). O sea, muchas veces los cito a la hora del almuerzo. Vamos a almorzar, almorzamos en la casa de uno, de otro y pasamos, qué se yo, dos o tres horas juntos, más que a la noche. Otras veces sí, cuando los chicos, el más chiquito que tiene 12... cuando el más chiquito se va.

E.: ¿Cuántos hijos tienen?

Laura: Dos, una de 17 y uno de 12. La de 17 nunca duerme con el padre, pero sale mucho siempre. Y muchas veces no duerme en casa. Entonces, sábado por medio, que mi hijo se va con el padre, yo tengo como sábado libre. Es la única vez. Después tengo que mi hijo se vaya a dormir a la casa de un amiguito, otras que el amiguito venga a dormir a casa. Otras veces lo dejo solo, le digo “voy a cenar, me voy a tomar un café con una amiga y vengo”, “no, no te vayas mami, dale”, “me voy dos horas, tres” (Laura, 48 años).

Laura busca vínculos eróticos y/o afectivos a través de Happn, pero para poder concretar los encuentros debe realizar dichas estrategias que le permiten equilibrar sus búsquedas. Las citas cara a cara que más se adecúan a sus posibilidades son las de ir a almorzar en el horario de trabajo o ir a tomar un café a la noche temprano.

En el caso de Micaela (44 años), cuyo hijo adolescente no tiene relación con el padre, cuando ella sale, principalmente los fines de semana, su hijo sale por su parte o se queda en su casa. Si bien está aceptado en el vínculo con

su hijo que ella salga y conozca personas, su hijo le hizo prometer que no tendría nunca parejas o citas que provenían de un sitio web o aplicación de citas. Su hijo regula qué medios son aptos para que su madre genere vínculos eróticos y/o afectivos. La mentira —dado que ella ha utilizado Badoo, Match, Zonacitas y Tinder— aparece nuevamente como una estrategia para equilibrar las búsquedas y la maternidad.

Micaela: Mi hijo me hizo prometerle que “nunca vas a conocer a nadie de internet”, “de ninguna manera”. Todos los novios o intentos de noviazgo que él conoció, siempre le inventé que los conocí en otro lado. Porque le tiene como pánico, miedo. Entonces le evito un trastorno (Micaela, 44 años).

En una de las entrevistas a un varón sin hijos/as, Santiago, comenta que para tener una cita con una mujer que conoció en Tinder tuvo que esperar a que ella pueda “ubicar” al hijo.

E.: ¿Cómo fue el encuentro?

Santiago: Ella me dijo que bueno, que iba a ver qué podía hacer, porque tenía que ver el tema del hijo, si lo podía ubicar. Al otro día yo me fui a trabajar, hice mi vida, tenía que hacer mil cosas y tipo ocho de la noche estaba tomando cerveza con unos amigos, miro el teléfono, el Tinder, y había un mensaje de ella que decía “bueno mirá, conseguí finalmente ubicar a mi hijo, si querés nos juntamos, mi teléfono es tal”. La llamé y fuimos acá cerca a tomar una cerveza el lunes a las diez y media de la noche (Santiago, 47 años).

No obstante estas limitantes que experimentan las mujeres por el hecho de tener la mayor parte del tiempo (o siempre) a sus hijos/as a cargo, los días que ellos/as no están salen y se vinculan erótica y afectivamente cara a cara con otros. Cuanto más equitativa es la distribución de los días con el padre, más tiempo tienen para sus actividades sociales.

E.: Vos vas los lunes a bachata, ¿tu hija dónde se queda?

Azul: No, está con el papá. La verdad es que estamos organizados y la mitad estamos cada uno. Lunes y martes está con el papá, miércoles y jueves conmigo, y el fin de semana sábado o domingo, el que la tiene el viernes no la tiene sábado o domingo, y así la otra semana invertimos. Tenemos nuestros espacios ambos, por suerte re bien organizados. Eso también como que me permite buscar, salir, no sé, viste, tener mi tiempo para mí (Azul, 40 años).

Mientras que en las entrevistas a las mujeres aparecen relatos sobre las estrategias que ellas realizan para poder equilibrar, durante sus búsquedas, el hecho de ser mujeres deseadas y deseantes eróticamente con las expectativas de sus hijos/as sobre sus papeles como madres, en las entrevistas a los varones no suele haber referencias sobre cómo incide el hecho de tener hijos/as. Los días que están con sus hijos son pocos y eso hace que solo ciertos días no puedan tener encuentros cara a cara. Sin embargo, como contraejemplo, está el caso de Lucas (46 años), quien al momento de la entrevista hacía cinco meses que se había separado, luego de haber estado 15 años casado.

E.: ¿Y cómo estás?

Lucas: Complicado.

E.: ¿Por qué?

Lucas: Porque tengo un hijo de 5 años y estoy en un momento complicado porque no lo veo todos los días. No porque no lo pueda ver, sino porque no es lo mismo verlo cuando te levantás, cuando llegás, cuando te vas a dormir, que tenerlo un par de días o que puedas organizarte para verlo. El día a día, ese es el tema.

E.: ¿Tenés una relación muy estrecha con tu hijo?

Lucas: Trato de tenerla. No sé si la tengo o no la tengo, trato de tenerla. De hecho pasa mucho tiempo conmigo, pero bueno, cuando vos te separás y más a mi edad, o sea, cuando sos más chico pasás de largo más cosas, pero cuando sos más grande quizás sabés lo que representa un hijo, entonces

afrontás más compromisos. Hoy mi vida pasa en función de mi hijo. Con lo cual, salida y esas cosas depende del tiempo que tenga yo con mi hijo.

E.: ¿Y a tu hijo lo ves los fines de semana?

Lucas: No, en la semana también. Va de acuerdo a la agenda que maneja la madre y, a veces, también la disponibilidad mía. La disponibilidad mía es siempre, pero a veces por eso termina el nene viniendo conmigo porque la madre tiene que hacer algo. Yo encantado, ningún problema (Lucas, 46 años).

La emoción que primó durante el desarrollo de la entrevista era la tristeza por no poder convivir con su hijo. Este hecho marcó todo el relato. Se refiere a su hijo como su prioridad y a que sus salidas dependen de si tiene la posibilidad o no de estar con él. La entrevista a Lucas es diferente a la del resto de los varones que tienen hijos/as, en los otros casos los/as hijos/as son adolescentes y tienen sus actividades. En el caso de él, su hijo tiene 5 años. No obstante la edad del niño (hay mujeres entrevistadas con hijos/as adolescentes que están la mayoría del tiempo con ellas), en su relato aparece una masculinidad marcada por el deseo de compartir tiempo con él y que no deja el cuidado solo a cargo de la madre. Sino, por el contrario, tiene un rol activo en compartir el cuidado del niño con ella.

4. Recapitulación y conclusiones

En este capítulo describí y analicé cómo es vivenciada la soltería y cuáles son las expectativas y motivaciones al momento de salir a buscar encuentros eróticos y/o afectivos. Para tal fin tuve en cuenta cómo el género, la edad y los estilos de vida de sectores de clase media aparecen moldeando la vivencia del no estar en pareja y las motivaciones y expectativas al momento de buscar vínculos.

Tres puntos estructuraron el análisis. En primer lugar, una discusión teórica que me permitió ubicar la temática de las búsquedas y la soltería en el contexto de modernidad tardía signado por la preponderancia de los discursos que apuntan a la obligatoriedad de la felicidad y del bienestar, entre ellos los *psi*, que conciben, por un lado, la satisfacción emocional y los intereses individuales como vectores que guían las búsquedas; y por el otro, que ubican el amor como una tecnología del yo que nos conforma como sujetos autorrealizados.

En segundo lugar, teniendo en cuenta el contexto social descrito y a partir de los emergentes de las entrevistas, analicé cómo es vivenciada la soltería por los sujetos de análisis. Identifiqué tres modalidades según emociones específicas: la soltería como reencuentro subjetivo y libertad; la soltería como soledad, asociada a la angustia; y la desesperación ante las búsquedas, como la emoción que vuelve a los otros sujetos indeseables. Los/as entrevistados/as pueden aceptar las angustias y la sensación de soledad, pero nunca la desesperación. Una estrategia que emplean para alejarse de esa etiqueta es narrar a los otros de esa forma; los varones relatan la desesperación femenina basándose en preceptos biológicos, las mujeres “se desesperan” por tener pareja al acercarse a los cuarenta años edad, que es la edad cuando comienza a aparecer la menopausia femenina; por su parte, las mujeres asocian la desesperación masculina al estado civil del varón, por ejemplo la viudez, o a partir de analizar cómo se presentan y comunican en los sitios web y aplicaciones de citas.

Del análisis se desprendió que la soltería es vivida como lo que he dado en llamar un estado paréntesis en las carreras emocionales de las personas. El amor romántico y los postulados de la heteronormatividad, a saber, la cohabitación, la pareja en términos monógamos y el deseo materno/paterno son horizontes de sentido con los cuales las personas heterosexuales negocian, se acercan y se alejan.

En tercer lugar, analicé cuáles son las motivaciones y expectativas que se ponen en juego al momento de buscar vínculos eróticos y/o afectivos. A partir del análisis de las entrevistas, los aspectos que aparecieron como centrales son: motivaciones y expectativas románticas; el deseo de ser madres y padres, y el entorno familiar y de amistad como actantes motivacionales. Dentro de las motivaciones románticas desarrollé cómo la edad genera búsquedas de amores más racionales o intelectualizados. El modelo preconizado como horizonte romántico de sentido es el del compañerismo, basado en el diálogo, la comunicación y rituales consumistas como los viajes. Pero a su vez este modelo estereotipado convive con idearios del amor romántico como proyectos a futuro que incluyen el amor por siempre o la entrega total, en términos agápicos.

El deseo de tener hijos/as se presenta en ambos géneros, pero los tiempos y las formas de vehiculizarlo son diferentes. El “reloj biológico”, la pérdida de la juventud, entendida como capital erótico, y la mayor aceptación social a que varones mayores salgan con mujeres más jóvenes, y no a la inversa, apremia los tiempos de las mujeres, quienes optan cada vez más por ser madres solteras y por técnicas de reproducción biotecnológicas.

El entorno, a saber, amigos/as, familia, compañeros/as de trabajo, terapeutas (sobre todo en las mujeres) incentivan y apoyan que las personas que no están en pareja entablen vínculos eróticos y/o afectivos. A su vez, la multiplicidad de ámbitos virtuales facilita las búsquedas de encuentros. No obstante, las mujeres, quienes más se encargan del cuidado de los/as hijos/as, esgrimen estrategias que les permitan equilibrar su soltería, en tanto mujeres deseadas y deseantes, con la maternidad.

Por último, estas formas de tramitar la soltería y sus motivaciones no son estáticas y perennes, van mutando dentro de la trayectoria de cada entrevistado/a, como así también de un caso a otro.

Ahora que he analizado cómo vivencian la soltería y cuáles son las motivaciones para buscar encuentros eróticos y/o afectivos, en el próximo capítulo me adentro en los criterios de selección al momento de las búsquedas y en los modos en que los/as entrevistados/as perciben y utilizan los espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales al momento de entablar vínculos eróticos y/o afectivos.

3

Sociabilidad y criterios de selección en las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos

En este capítulo describo y analizo tanto los criterios de selección de mujeres y varones que no están en pareja, heterosexuales y de sectores medios del AMBA, cuando buscan encuentros eróticos y/o afectivos, como los modos en que estas personas perciben y utilizan los espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales.

Para llevar a cabo estos objetivos comparo espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales. Si bien analizo ambos ámbitos, pongo el foco en la sociabilidad virtual, ya que es allí donde más sociabilizan las personas analizadas y en tanto es un “puente” para encuentros cara a cara. Las personas que sociabilizan cara a cara, en eventos de *speed dating*, catas de vino y clases de salsa y bachata, también son usuarios/as de las aplicaciones y sitios de citas. A partir de la lectura de los perfiles virtuales puedo obtener información detallada sobre los criterios de selección de sus usuarios/as.

El análisis se estructura en tres secciones. En la primera, desde una clave teórica, sitúo las nuevas formas de sociabilidad que han aparecido en la modernidad tardía. A partir de estas coordenadas, seguidamente, abordo los criterios de selección de las personas que no están en pareja y que buscan encuentros eróticos y/o afectivos. Los criterios de selección que intervienen al momento de sociabilizar están atravesados por la clase social, la edad, las expectativas de género y las características corporales, entre otros.

Finalmente, en la última sección, a la luz del análisis de estos criterios, indago en cómo son percibidos y utilizados los espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales, con vistas a encuentros eróticos y/o afectivos, de forma comparada.

1. Las sociabilidades eróticas y afectivas en el tiempo de las apps

Nos encontramos ante lo que denomino un *boom* de las redes sociales y aplicaciones, incluidas las de citas. Desde ellas las personas sociabilizan y entablan lazos sociales. A diferencia de perspectivas más pesimistas sobre la modernidad tardía y el fenómeno de la virtualidad, como son las de Bauman (2003) y Sibilia (2008), quienes consideran que nos encontramos ante un contexto de modernidad líquida (Bauman, 2003) signado por una sacralización de la individualidad y una pérdida de los lazos sociales, un emergente de esta investigación es que *desde y en lo virtual* se generan nuevas formas de sociabilidad.

La sociabilidad en la posmodernidad toma las características del contexto, a saber, la fugacidad y el desanclaje. Para Machado (2009), la navegación por el ciberespacio habilita a que los sujetos existan en la red en varios lugares al mismo tiempo, asuman diferentes identidades y presenten para cada auditorio un personaje distinto sobre sí. El modo en el cual las personas se vinculan eróticamente es a partir del vagabundeo¹ por el ámbito virtual (Deleuze, 2005 en Dipaola, 2013). La pertenencia a las comunidades virtuales, como por ejemplo Match, Badoo, Tinder o Happn, es flexible y no total. Uno/a se conecta a la aplicación cuando quiere y pasa a ser parte, a la vez que puede transitar por diferentes aplicaciones de citas y encuentros

¹ “[El vagabundeo] ha pasado a ser un deambular urbano, y se ha desprendido de la estructura activa y afectiva que lo sostenía, que lo dirigía, que le daba algunas direcciones, por imprecisas que fuesen” (Deleuze, 2005: 289).

simultáneamente. Asimismo, los/as entrevistados/as refieren que en ese fluir por aplicaciones se encuentran, en diferentes oportunidades, con las mismas personas con quienes hicieron *match* (coincidencia), con la finalidad de preguntarse qué es de su vida y cómo van sus búsquedas.

Otras figuras que considero explican la sociabilidad en la segunda modernidad son la caza y el camaleón (Bauman, 2013). La imagen de la caza implica que los sujetos para ser reconocidos se valen principalmente de sí mismos. Finalizar la caza de un determinado objetivo conlleva que deban buscar nuevamente otro objetivo en donde reconocerse y realizarse. En esta caza infinita e incierta se autorrealizan los sujetos. La figura del camaleón remite a que las personas transitan y mutan de identidades con mayor facilidad. Esto se debe a que los sujetos, en un contexto donde todas las esferas de la vida están atravesadas por el mercado, pueden acceder a bienes y conocimientos que les posibiliten, por un lapso de tiempo, ser parte de un determinado grupo. El mercado permite descartar, poseer y volver a desechar con una gran velocidad. En estas transformaciones constantes se insertan los individuos. Un ejemplo paradigmático es el ciberespacio, donde es posible entrar y pasar de un sitio web o aplicación a otro, de manera constante.

Las figuras del vagabundeo, la caza y el camaleón, si bien implican un desarrollo de la libertad y de la elección individual, están atravesadas por el riesgo y la imprevisibilidad (Bauman, 2010; Beck, 1998). Sin embargo, esto no debe ser interpretado como fragmentación social y pérdida de lazos sociales, sino que lo que aparece son nuevas formas de sociabilidad (Simmel, 2003) o socialidad (Maffesoli, 2009).

La sociabilidad en Simmel, tal como expliqué en la Introducción, representa lo mismo que la socialidad para Maffesoli (2001, 2009): un continuo discurrir de interacciones sin un fin propio, que encuentran su expresión en lo cotidiano. La sociabilidad/ socialidad representa los múltiples juegos e interacciones a través de los cuales lo social

se produce y reproduce continuamente. En la sociabilidad/socialidad se expresa una solidaridad primaria para quienes transitan en un determinado espacio.

Para Michel Maffesoli (2009), las nuevas formas de socialidad que se establecen entre los sujetos están signadas por la intensidad propia de la religiosidad. Por más efímeras que sean las formas de relacionarse, hay socialidad porque existen imágenes, sentires y emociones compartidas. La socialidad implica “un ser-juntos primordial, arquetípico, que pone en escena todos los parámetros de lo humano, incluidos los más frívolos, o los que son reputados como tales, a fin de celebrar la vida, aunque sea teatralizando la muerte” (Maffesoli, 2001: 122). Por su parte, para Simmel, en la sociabilidad se acentúan la conexión libremente flotante y la interacción recíproca entre los individuos y pierde lugar lo personal (Simmel, 2003: 83).

En la sociedad de riesgo hay mayor flexibilidad y transformación, por ende, los lazos sociales y las identidades se establecen en una lógica en la cual prima el instante que dura o permanece ese “estar juntos”. A esto Maffesoli lo denomina una ética del instante o de la situación (2009: 53). Las relaciones e intercambios que se entablan en el ciberespacio se dan dentro de esta ética. Explica Brea (2007) que en la red prima el tiempo-ahora de la sincronía, el presente y la efímera actualidad. En el flujo permanente de fotografías y mensajes, los usuarios/as pasan del papel de observar a ser observados/as, y debido a la saturación de fotografías en las aplicaciones de citas, la relevancia que se le otorga a la imagen es efímera.

La e-imagen se da en condiciones de flotación, bajo la prefiguración del puro fantasma (...). Ella comparece, pero para inmediatamente desvanecerse, ceder su lugar a algo otro. Su modo de ser es al mismo tiempo un sustraerse, un *estar* pero permanentemente *dejando de hacerlo*. Ella no se enuncia bajo los predicados del ente, sino exclusivamente con la forma de *lo que deviene*, de lo que aparece como pura intensidad transitiva, como un foganazo efímero y fantasmal, como una

aparición incorpórea que no invoca duración, permanencia, sino que se expresa con la volátil gramática de una *sombra breve*, de fulminación, de relámpago sordo y puntual, sin eco (Brea, 2007: 21).

No obstante la fugacidad, cuando los sujetos navegan en el ciberespacio sociabilizan porque entran en contacto con otros sujetos con quienes realizan intercambios intersubjetivos (Machado, 2009). Esos intercambios son posibles porque la sociabilidad es un fenómeno colectivo en el cual los sujetos comparten un estilo y una reflexividad particular que impregna su práctica social. Esto genera, como analizo en este capítulo, “un ambiente”, como se popularizara a partir del “ambiente” homosexual (Sívori, 2005). El ambiente es un conjunto de redes o espacios de interacción entre personas que comparten un interés o una marca de estatus específico (Sívori, 2005: 19). En los sitios de citas y aplicaciones se intercambian, principalmente, intereses y deseos eróticos y afectivos que tienen como finalidad (o no) la concreción de citas y encuentros cara a cara. Si bien en la creación y búsqueda a través de los espacios virtuales hay una mayor intelectualización y administración racional de la búsqueda (Illouz, 2012), en este libro también me interesa echar luz sobre cómo en esos intercambios hay socialidad porque existen imágenes, sentires y emociones compartidas (Maffesoli, 2001: 122).

La sociabilidad erótica y afectiva implica una espacialidad, ya sea cara a cara o virtual, que está sexualizada y generizada (Conlon, 2004; Lefebvre, 1991; Massey, 1994; Sabsay 2011). En los ámbitos cara a cara y virtuales aquí estudiados, si bien se permite el ingreso de personas no heterosexuales, sus publicidades y sus pautas de interacción están atravesadas por guiones heteronormativos que apuntan a sujetos heterosexuales. Los espacios modifican y condicionan a las personas y las relaciones sociales que allí se establecen, pero también el modo en que los sujetos se apropian de los espacios acciona sobre estos. Hay una retroalimentación entre

sujeto, espacio y cultura. Por ejemplo, en las catas de vino hay una pareja de mujeres lesbianas que concurren. Esto es disruptivo para el entorno, las personas comentan sobre ello cuando ellas no están y hacen bromas al respecto. Pero han pasado a ser parte del ambiente (Blázquez, 2014; Sívori, 2005) de las catas por el interés que los une: el vino.

En resumen, la amplia proliferación de sitios y aplicaciones de citas son la novedad que trae este nuevo siglo como forma de sociabilidad erótica y afectiva con otros. Lo virtual está presente también en el cara a cara; los espacios de sociabilidad cara a cara, desde sus sitios web y redes sociales, como Facebook, promocionan eventos y publican fotografías de los eventos que han realizado. Las personas comentan sobre ellos y sociabilizan.

Los vínculos que se desarrollan en el ámbito virtual generan efectos emocionales concretos sobre las personas, tanto positivos como negativos. Algunos tienen lugar solo allí, por ejemplo los/as entrevistados/as no se conocen cara a cara con todas las personas con las cuales chatean, pero a partir de esos diálogos aumentan su autoestima y se reerotizan a sí mismos/as o experimentan sensaciones como ansiedad; otros/as, luego de la comunicación virtual, pasan a tener contacto telefónico o cara a cara. Esto también sucede a la inversa, personas que se conocen cara a cara luego se comunican de forma virtual a través de redes sociales como Facebook o WhatsApp. Es decir, hay una interrelación entre los vínculos *online* y *offline* (Constable, 2008; Kaufmann, 2012; Linne y Basile, 2014; Rodríguez Salazar y Rodríguez Morales, 2016).

2. Los criterios de selección. ¿Qué vuelve al/la otro/a más deseable?

Las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos en nuestros días, según Illouz (2012), están signadas por la apertura, *a priori*, a otros grupos sociales (raciales, religiosos, de clase). La cantidad de vínculos potenciales aumenta. Las búsquedas se vuelven un asunto de gustos individuales. Las cualidades personales como la personalidad y el atractivo físico devienen, cada vez más, lo que hace al otro deseable. “El *sex appeal* se ha transformado en un criterio independiente para la selección y el atractivo sexual, se ha convertido en un parámetro de clasificación y jerarquización de las personas” (Illouz, 2012: 77-78).

En tanto ya no existen mecanismos formales para unir en pareja a las personas, como lo era el hecho de que la familia eligiera (Bourdieu, 2004), lo que emerge es un *habitus* romántico (Illouz, 2012: 75). A partir de él las personas toman decisiones individuales, socialmente condicionadas, de índole económica y emocional, racional e irracional. A veces las decisiones tomadas en función de este *habitus* equilibran el cálculo económico y los sentimientos, pero en otros casos queda sujeto a tensiones internas, entre elegir a alguien “socialmente adecuado” y una “persona *sexy*” (Illouz, 2012: 75).

La desregulación del proceso de formación de parejas y la puesta en valor de la sensualidad da origen a los campos sexuales (Illouz, 2010)². Son espacios sociales donde el

² La autora se basa en la teoría de los campos de Pierre Bourdieu (1987, 1998). Bourdieu define el concepto de campo como un conjunto de relaciones de fuerza entre agentes o instituciones, en la lucha por formas específicas de dominio y monopolio de un tipo de capital eficiente en él (Gutiérrez, 2005). Este espacio se caracteriza por relaciones de alianza entre los miembros, en una búsqueda por obtener mayor beneficio e imponer como legítimo aquello que los define como grupo, y por la confrontación de grupos y sujetos en la búsqueda por mejorar posiciones o excluir grupos. La posición depende del tipo, el volumen y la legitimidad de capitales (económico, cultural, social

deseo sexual se volvió autónomo, las personas buscan activamente, la competencia sexual se generalizó, el *sex appeal* es un capital (Hakim, 2012) y hay una retroalimentación entre oferta de mercado y servicios (a partir de libros, espacios de sociabilidad erótica, escuelas de seducción para varones y mujeres). Es decir, hay una puesta en valor de los bienes eróticos (Elizalde y Felitti, 2015; Gregori, 2011; Hakim, 2012). Si bien el capital erótico ³ aumenta su valor cuando se liga a niveles altos de otros capitales⁴ analizados por Bourdieu (1997; 2001) —capital económico⁵, cultural⁶,

y simbólico), y del habitus que adquieren los sujetos a lo largo de su trayectoria, y de la manera que varía con el tiempo. De ahí que campo, capital y habitus sean conceptos ligados (Sánchez Dromundo, 2007).

- 3 Hakim (2010, 2012) presenta el capital erótico como otro capital elemental, junto con el económico, el cultural y el social teorizados por Bourdieu (1997) y Bourdieu y Wacquant (2005), para entender los procesos sociales y económicos, la interacción y la movilidad social, como así también la sexualidad y las relaciones sexuales (Hakim, 2010: 500-501).
- 4 El capital puede definirse entonces como un “conjunto de bienes acumulados que se producen, se distribuyen, se consumen, se invierten, se pierden” (Costa, 1976: 3).
- 5 El capital económico se refiere a las condiciones materiales de existencia, no se limita a la posesión de los bienes de producción, como se definiría desde una perspectiva marxista, sino que abarca las diferencias sociales expresadas en el consumo de los individuos o grupos sociales (Bourdieu, 2001).
- 6 El capital cultural está ligado a conocimientos, ciencia, arte, y se impone como una hipótesis indispensable para rendir cuenta de las desigualdades de las performances escolares de las personas. Puede existir bajo tres formas: en estado incorporado, es decir, bajo la forma de disposiciones durables (habitus) relacionadas con determinado tipo de conocimientos, ideas, valores, habilidades, etc.; en estado objetivado, bajo la forma de bienes culturales, cuadros, libros, diccionarios, instrumentos, etc.; y en estado institucionalizado, que constituye una forma de objetivación, como son los títulos escolares (Gutiérrez, 2005: 36).

simbólico⁷ y social⁸— y se activa por el *habitus* tradicional de clase, puede ser que una persona de sectores populares tenga un alto capital erótico que atraiga a alguien de clase media (Hakim, 2012; Illouz, 2009). No obstante, el atractivo sexual se convirtió en un parámetro autónomo de clasificación y jerarquización de las personas. Analizo hasta qué punto este capital actúa en las personas de sectores medios de forma autónoma.

Un segundo componente, vinculado al anterior, es la proliferación de los ámbitos virtuales de sociabilidad que permite una mayor posibilidad y cantidad de candidatos/as. A partir de fotografías, los sujetos se diseñan (Groys, 2014) para estos auditorios⁹. Exponen sus capitales: erótico, económico, simbólico, cultural y social, que se expresan en la vestimenta, en la *hexis* corporal y en los espacios y objetos que los circundan. Las personas consideran que las fotografías elegidas aumentarán su prestigio y las volverán deseables. Estas imágenes harán que los sujetos se vuelvan “consumibles” y aceptables (o no) por el público. Esto dependerá de que haya coincidencia entre los gustos y valores sociales del observado y de quien observa. A partir de la reciprocidad de expectativas se darán o no los encuentros,

7 El capital simbólico es una propiedad sobreañadida —de prestigio, legitimidad, autoridad, reconocimiento— a los otros capitales, principios de distinción y diferenciación que se ponen en juego frente a los demás agentes del campo, que se agregarían a la posición que se tiene por el manejo del capital específico que se disputa en ese campo (Gutiérrez, 2005: 40).

8 El capital social es la suma de recursos basados en la pertenencia a un grupo. El volumen de capital social poseído por un individuo dependerá de la extensión de la red de conexiones que este pueda efectivamente movilizar y del volumen de capital (económico, cultural o simbólico) poseído por aquellos con quienes está relacionado (Bourdieu, 2001).

9 Goffman (1971) explica que cuando dos personas interactúan cara a cara influyen recíprocamente sus acciones, de manera que el actor guiará su actuación ajustándose a los papeles representados por los otros actores, que a su vez son su público. Si bien aquí no hay un cara a cara corporal, en las redes sociales hay, en la actualidad, interacciones de igual orden.

en otras palabras, se *consumirán* eróticamente unos a otros. Este *consumirse* no es otra cosa que un modo de *socialidad* que *deviene*, en el ámbito virtual.

Los criterios de selección cada vez son más específicos y deben estar acordes a nuestras expectativas de bienestar personal (Giddens, 2006; Illouz, 2012). Los mismos, cuyo contenido tiene matices según el género de los actores, incluyen, entre otros, la clase social, el estilo de vida, el tipo de vínculo deseado, si tiene hijos/as o no, las características corporales, eróticas y la edad. Estos criterios de selección operan en su interseccionalidad y enmarcan las búsquedas tanto en los ámbitos cara a cara como en los virtuales. Hacen que una persona, sus formas y movimientos corporales nos resulten agradables o no.

A continuación, examino estos criterios de selección a partir del análisis de los perfiles de los/as usuarios/as que utilizan Happn, Tinder, Match y Badoo. El diseño de los perfiles, que varía según la aplicación o sitio¹⁰, incluye fotografías, descripciones e información sobre lo que se busca. Me enfoco principalmente en los espacios virtuales, dado que cuando las personas observan los perfiles opera un alto grado de racionalización o intelectualización sobre el perfil que se observa. La racionalización se encuentra exacerbada respecto al ámbito cara a cara. Esto lleva a que rápidamente se lo marque con una cruz o un corazón. En segundo lugar, continúo el análisis sobre los criterios de selección a partir de mis observaciones realizadas en las catas de vino, las clases de salsa y bachata y los eventos de *speed dating*; y por último, analizo fragmentos de entrevistas donde los/as entrevistados/as comentan sobre sus criterios de selección.

¹⁰ En el caso de Match se puede colocar a partir de filtros preestablecidos qué características debe tener la otra persona y qué tipo de vínculo se busca. Por su parte, en Badoo se puede elegir el tipo de vínculo: “Hacer nuevos amigos”, “Quiero chatear” o “Quiero salir con un/a chico/a de entre [colocan el rango etario]”.

El modo en que son interpretadas las fotografías toma distancia de la idea de que existe un sujeto natural o “real” que es *representado* por imágenes, sino que los individuos viven en un mundo de imágenes de imágenes. Como explica Brea (2007), “no hay imagen del mundo porque ella es, a cada momento lo producido (lo, por tanto, irreproducible)” (2007: 21). Las imágenes en sí mismas son vivenciadas e implican una experiencia con efectos concretos para los sujetos (Didi-Huberman, 2006; 2008).

Para Fredric Jameson (1998), en el posmodernismo hay un libre juego de máscaras y roles sin un contenido ni sustancia fija por detrás. No hay sujetos “reales” detrás de las máscaras o imágenes, sino que *devenimos*, nos constituimos, sentimos en ese juego de máscaras. En las aplicaciones y sitios web de citas los/as usuarios/as eligen fotografías de cuando están de vacaciones, haciendo deportes o en lugares exclusivos. Aunque ninguno/a de ellos/as está constantemente en esas circunstancias, a partir de las mismas las personas proyectan una imagen de sí que les gusta y que consideran que será agradable para el resto. Es decir que en la elaboración de un perfil hay elecciones y reflexiones, lo cual implica, en términos de Illouz, un proceso de racionalización o “intelectualización” (Illouz, 2012: 237). Si bien esta racionalización también aparece cuando por ejemplo las personas deciden qué vestir para concurrir a un espacio cara a cara, el diseño aquí se encuentra exacerbado. Es a partir de esas máscaras que los individuos se crean a sí mismos, se autodiseñan y sociabilizan con otros. Los individuos no son simples espectadores (Debord, 1999) y reproductores, sino que hay agencia. Asumen una responsabilidad ética, estética y política por el diseño de sí (Groys, 2014).

Desde estas perspectivas teóricas, quien observa las imágenes que se le aparecen interpreta cómo es la otra persona no desde la mera representación o desde el encadenamiento de imágenes que explicarían a una persona como un todo completo y cerrado, sino desde aquello que *no está* pero

que emerge de *entre* las imágenes. Entre cada imagen que se observa aparecen en el pensamiento del/a observador/a imágenes de emociones, recuerdos, gustos, expectativas y valores sociales acordes a su *habitus* (Bourdieu, 1987) en torno a la edad, a la clase social, a la *hexis* corporal, al deseo de tener hijos/as, entre otras, que hacen que alguien devenga atractivo y sea interesante para sociabilizar. Es decir, las imágenes no son realidades cerradas, sino que hay factores que las exceden (Danto; 1984; Deleuze, 1987; Nancy, 2007). Estas otras imágenes no están ahí, pero sí lo están, están en el *entre*. Este modo de interpretar las imágenes es definido por Deleuze (1987) como imagen-cristal, la cual implica:

... el punto de indiscernibilidad de las dos imágenes distintas, la actual y la virtual, mientras que lo que se ve en el cristal es el tiempo en persona, un poco de tiempo en estado puro, la distinción incluso entre las dos imágenes que no acaba de reconstituirse (Deleuze, 1987: 114).

Esas imágenes *entre* hacen que se publiquen ciertas imágenes y que se elijan ciertas personas en vez de otras. En la elección de las fotografías que se presentan está contenida la mirada de un otro al que se quiere congraciarse. A su vez, ese otro aceptará (o no) mi imagen porque puede sentirse parte de esa imagen, siente que hay un universo compartido con aquello que observa. Toda esta dinámica interpretativa opera como telón de fondo para que se marquen los corazones, haya compatibilidad y, por ende, sociabilidad.

2.1. El estilo de vida y la marca de clase

En las fotografías que miramos, las descripciones que leemos y las frases que escuchamos se proyectan valores sobre la clase y los estilos de vida (Sautu, 2016). Las fotografías y las descripciones de los perfiles dejan entrever el capital económico, social simbólico y cultural de los sujetos (Bourdieu, 1997; 2001). Las fotos y descripciones serán interpretadas, diferencialmente, según las expectativas y gustos

derivados del *habitus* (Bourdieu, 1987) y las trayectorias de vida de cada persona. Es decir, las imágenes no son realidades y objetos cerrados, sino que hay otros factores operando en su interpretación (Danto, 2004; Deleuze, 1987; Nancy, 2007).

Dentro de la saturación de imágenes que hay en las aplicaciones y sitios de citas, las fotografías y descripciones que más sobresalen son aquellas que se refieren a viajes, comidas elaboradas, fiestas y salidas a bares. Entiendo que el ideario romántico de la clase media, tanto en varones como en mujeres, se sustenta mayormente en el ocio basado en el hedonismo y el consumo. A partir de la observación de más de 150 perfiles virtuales, observaciones en espacios cara a cara y entrevistas, encuentro que estos tópicos y escenarios son una constante desde la cual las personas observadas, de sectores medios, se presentan como deseables. Esto se debe a que estos intereses son parte de su *habitus*, el cual define sus afinidades electivas (Bourdieu, 1987, 1998). Estas imágenes pueden ser interpretadas como imágenes-cristal, en tanto hay una imagen “real”, que implicaría que los sujetos no están ajenos a las obligaciones sociales y rutinas para poder acceder a bienes y consumos hedonistas, y una imagen virtual, desde la cual se proyectan, en momentos en que están de vacaciones, paseando o en eventos sociales. Sin embargo, la virtual está modificando la real; las imágenes hedonistas, vinculadas a un yo auténtico y “feliz”, impregnan la imagen real que sería la persona en la rutina, y viceversa. Las personas ya no son ni una imagen ni la otra, no son ni los sujetos rutinarios que consumen servicios vinculados con el hedonismo o el goce ni sujetos, *per se*, divertidos y “auténticos”.

Teniendo en cuenta que hay una retroalimentación entre lo virtual y lo “real” en las imágenes, analicemos uno a uno los tópicos más frecuentes desde los cuales las personas se presentan como deseables. Los viajes son un tópico que genera interés. Esto lo visualizo en tanto es un tema de conversación recurrente en las charlas que se generan en los

espacios de sociabilidad cara a cara y porque circula en las imágenes y descripciones de los perfiles de los/as usuarios/as de Match, Badoo, Tinder y Happn.

En las fotografías de los perfiles, los escenarios elegidos para mostrar su cuerpo, desde fotografías de medio cuerpo, de cuerpo entero o de cara, son Nueva York (Estados Unidos), Madrid (España), la isla de Santorini (Grecia) o París (Francia), más exactamente la torre Eiffel. También aparecen algunas imágenes en Dubái (Emiratos Árabes) o en templos budistas en diferentes países asiáticos. Asimismo, con el afán de mostrarse vinculados/as a lo natural, como lo antitético del ambiente laboral y de lo cotidiano, hay imágenes en playas de Brasil, lagos y montañas de la Patagonia argentina o en piscinas. Las imágenes y las frases sobre el interés en viajar aparecen en varones y en mujeres; por ejemplo, una mujer de 46 años en la descripción de su usuario de Happn dice: “Busco una pareja, alguien con quien ir a la par, siempre, para compartir diversión, bailar, viajar, cenas, cine teatro como verán me gusta disfrutar la vida”¹¹. Es decir, la búsqueda de estos heterosexuales de clase media está atravesada por guiones sociales (heteronormativos y románticos) en términos consumistas (Illouz, 2009). Ella busca un vínculo de pareja y sus imágenes románticas apuntan a un *consumerismo* de viajes, cine y teatro. Explica Sautu, retomando a Del Cueto y Luzzi (2016), que el fenómeno del *consumerismo*, que se refiere a la tendencia de las sociedades posmodernas a homogeneizar patrones colectivos de consumo de las diversas fracciones de clase y clases sociales al asignar a los consumos un significado propio (2016: 174-175), es parte de la transformación de los estilos de vida de las clases sociales. El análisis

¹¹ En los extractos de las descripciones de perfiles reproducidos a lo largo de la investigación respeté la grafía original. /asl igual que las distintas esferas de la vida,desesperados/asmigo por ese medio.

del *consumerismo* se detiene en observar los consumos, las compras como actividad recreativa y en conocer las tendencias de la moda y la música.

En relación con la recreación nocturna aparecen fotografías en escenarios exclusivos como restaurantes o bares en Puerto Madero, un barrio exclusivo de la Ciudad de Buenos Aires, como así también en fiestas o cócteles donde los varones usan trajes y las mujeres vestidos largos. El estilo de una persona, parte del capital erótico (Hakim, 2012), está conformado por la vestimenta, el maquillaje, los accesorios que usa, el perfume y el peinado. Estos componentes que conforman el estilo dan la pauta del estatus social de una persona.

Happn y Tinder brindan la opción de vincular la cuenta con la red social y aplicación Instrgram¹², principalmente creada para sacar, diseñar y compartir fotos y videos. Uno de los tópicos más fotografiados en Instagram es la comida y la coctelería. El buen comer y beber remite a la idea de placer hedonista y deviene un aspecto atrayente para las personas en la posmodernidad. “El consumidor va en busca de los placeres que se captan por medio de los cinco sentidos, de los placeres gustativos más diferenciados” (Rochat, 2000: 96). Hay fotos de personas con copas de champán o tragos, situadas en discotecas, y en un perfil un varón de 39 años en Tinder dice: “Me encanta viajar y conocer gente. Nacido y criado en Buenos Aires, pero me considero ciudadano de cada bar de *cocktails* del mundo”. Elegir fotos estando de viaje, en restaurantes, bares, discotecas o en barrios exclusivos, aunque hayan sido situaciones excepcionales en la vida de estas personas, tiene como finalidad proyectar una imagen de sí que lo acerque al ocio visto como sinónimo

¹² Instagram es una red social y aplicación para subir fotos y videos. Sus usuarios/as también pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, similitudes térmicas, áreas subyacentes en las bases cóncavas, colores retro, y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras.

del buen vivir. Tal como explica Low (2003), desde un análisis interrelacionado de cuerpo/espacio/cultura, los sujetos desde una locación hablan y actúan en el mundo.

Los varones se muestran deseables a partir de presentar una masculinidad que posee, o al menos detenta, capacidad de consumo y poder adquisitivo. En las fotografías y en las entrevistas aparecen referencias a autos a través de fotos con sus autos y/o junto a autos importados o limusinas. La importancia de que el varón tenga un auto es un criterio de selección en algunas de estas mujeres. En una de las observaciones en *speed dating* presencié que una de las usuarias les mostraba a otras mujeres una conversación que había tenido por Tinder con un varón. Mientras mostraba las fotografías del usuario les dijo que lo rechazó porque no tenía auto y era dueño de un maxikiosco. Por su parte, en el caso de Ernestina (43 años), ella comenta que el tema de tener o no auto pasa a ser un criterio de selección que circula y que atañe tanto a varones como a mujeres. Pero ella, que trabaja como docente universitaria de danza y se vincula con gente más joven y con artistas que si bien poseen capital cultural no tienen un elevado capital económico, no pondera que la otra persona tenga auto como un criterio de selección excluyente.

E.: ¿Cómo empieza una conversación por chat de Tinder?

Ernestina: (...) O por ejemplo, sabés qué te pasa, te dicen “¿vos conducís?, ¿qué auto tenés?”. Listo, te eliminé. Yo, como adulta que soy, si a vos te interesa qué auto tengo en la cuarta pregunta, ya está. Yo con 43 años si el chabón me preguntó de qué trabajo, cuántos hijos tengo y qué auto tengo a la tercer pregunta, yo ya no tengo que hablar más nada (Ernestina, 43 años).

Otro criterio de selección es la valorización del trabajo y la educación, tanto en varones como en mujeres. Son recurrentes en las descripciones de perfiles frases como “soy un *tipo* trabajador”, “trabajo y estudio”. A partir de las observaciones encuentro que ellos y ellas indican en

sus descripciones que son profesionales, pero los varones más que las mujeres explicitan dónde trabajan y en algunos casos indican sus puestos (en ningún caso aparecen como dueños) o si son *freelancers* (trabajadores/as independientes). Ambos escriben cuáles son sus profesiones. Las profesiones que aparecen con más frecuencia, en el ámbito cara a cara y en el virtual, son arquitectura, diseño, contabilidad, carreras sociales y humanísticas, psicología, abogacía, marketing, publicidad y traductorado. En la mayoría de los casos indican que han estudiado en la universidad pública, especialmente en la Universidad de Buenos Aires. También hay en menor medida docentes o profesoras mujeres, personas abocadas al arte como músicos (varones) o actrices (mujeres), y entrenadores/as físicos/as.

En Match, un sitio de citas cuya finalidad es la conformación de parejas más que de vínculos eróticos, las personas señalan qué nivel educativo desean que posean los/as potenciales candidatos/as. Los perfiles observados tanto de mujeres como de varones indican universitario incompleto, licenciatura o posgrado. Al momento de seleccionar el nivel educativo del/a candidato/a, las mujeres solicitan que tengan licenciatura o posgrado; en cambio, los varones, salvo en un caso que solicita licenciatura, colocan sin preferencias. Hakim (2012) explica que las mujeres tienden a valorar, por encima del atractivo sexual, el nivel educativo y la profesión de los varones. Si bien han aumentado las jefaturas femeninas en las familias nucleares completas (Ariño, 2014), hipotetizo que continúa apareciendo, con tensiones, a través de discursos heteronormativos y románticos que atraviesan la construcción de los géneros (De Lauretis 1996), el ideario de un varón que aunque no sea proveedor esté a la par de las mujeres. Esto aparece sobre todo en aquellos casos en los cuales las mujeres buscan un vínculo de pareja. En cambio, los varones ponen en un segundo plano que la mujer sea universitaria, pero sí les interesa, también a quie-

nes son más grandes dentro del rango etario aquí abordado, que las mujeres “tengan su independencia económica” (Fernando, 50 años) o “se autosustenten” (Horacio, 49 años).

La importancia de la educación no tiene solo que ver con posesión de títulos de instituciones educativas oficiales, sino también con la buena ortografía y el “correcto” modo de hablar.

1-La escritura: No es que una sea quisquillosa (o quizás sí). Pero a mí no me genera interés un tipo que me escribe “OLA BB KERES CONOSERNO SOS MUI ERMOZA”. Dejemos de usar la excusa de la pobreza, la imposibilidad de educarnos. Si tenés acceso a Internet, tenés acceso a libros. La mala ortografía se corrige leyendo. Y si no leíste ni un libro en tu vida, no me interesa charlar con vos (...).

5-El criterio: Si tenés el pelo con corte *wachiturro*, *piercings* de colores en la cara, gorritas, fotito de perfil con los pulgares hacia arriba, buscá mujeres que estén en tu misma *onda*. No es que discriminemos, pero, nuevamente, la primera impresión cuenta muchísimo.

(Primero y quinto de “10 Tips para ser hombre en Badoo, y no morir en el ‘visto’”, publicado por el grupo público de Facebook de usuarias de Badoo denominado “Me lo dijeron en Badoo”).

En el grupo de Facebook creado por usuarias de Badoo aparecen varias publicaciones que offician de guiones sociales intersubjetivos (Gagnon y Simon, 2005) entre mujeres, a saber, consejos sobre pautas correctas de interacción para tener búsquedas exitosas y críticas sobre características masculinas indeseadas. Por ejemplo, denuncian con nombre y apellido a aquellos hombres que están casados y usan Badoo. Cuando se ingresa al grupo de Facebook lo primero que aparece en el muro¹³, de forma permanente, es un mensaje denominado “10 Tips para ser hombre en Badoo, y no morir en el ‘visto’”. Los criterios de exclusión incluyen

¹³ El muro es un espacio en cada perfil del usuario que permite que otros/as usuarios/as escriban mensajes.

a aquellos varones que parezca por sus fotos que tienen un *habitus* (Bourdieu, 1987) no acorde a la clase media o alta, ya sea porque usan visera, porque no pronuncian la consonante *s* cuando hablan o porque no tienen trabajo. A estas expresiones los/as entrevistados/as las identifican como correspondientes a sectores populares y se distinguen rechazando a un potencial candidato que cumpla con alguna de esas características.

La importancia de la ortografía aparece también en los/as entrevistados/as como criterio de selección básico dentro de la fugacidad de las búsquedas virtuales.

E.: ¿Qué mirás de los perfiles?

Fernando: Lo primero si hay una falta de ortografía es, qué sé yo, determinante. Hay cosas que digamos a las que uno le da bolilla (...) (Damián, 35 años).

E.: ¿Qué significa que alguien hable mal?

Carolina: Te das cuenta por las inflexiones de la voz, los tonos o que escriba bien, por ejemplo. A mí siempre me pasó eso, que por ahí alguien me escribía con faltas de ortografía y a mí ya se me caía, podía estar muy lindo, pero se me caían al diablo las ganas de conocerlo. Y se habla por teléfono mucho por el tema de la seguridad, ahí podés ver cómo hablan. Los *tipos*, cuando ven que le interesa la mujer, lo que hacen es darle el teléfono de la casa (Carolina, 49 años).

El interés por marcar que no se interesan en personas con consumos de sectores populares aparece, por ejemplo, en la siguiente descripción de un usuario varón de Happn.

De Vicente Lopez. Profesional, soltero, 1.88, sin hijos, amigos, un rico vino, un buen espumante, deportes náuticos, River Plate, Son mis placeres favoritos!! Soy feliz y quiero completar mi felicidad junto a una mujer sincera, soltera que sea la culpable de la hermosa sonrisa de nuestro primer hijo, Sos vos?? Eso si si tomas Manaos Mmmmm No somos compatibles, El buen humor y la buena onda ante todo jajajaja.

Este usuario, que escribe con errores de ortografía, lo cual genera desinterés por parte de las mujeres de clase media a las cuales él apunta seducir, se autodiseña y proyecta una imagen de sí que se aleja de cualquier referencia a lo popular a partir de decir: “si tomas Manaos Mmmmm” —bebida de origen nacional similar a la Coca-Cola, pero de más bajo costo y asociada al consumo de las clases populares por parte de los sectores medios y altos—; al explicitar que es de Vicente López, localidad donde residen principalmente personas de clase media y alta, y al marcar que es profesional (de nuevo la valorización de la educación). A partir de estos tres puntos excluye de su interés a cualquier persona que tenga un estilo de vida popular.

Sobre los consumos culturales de esta persona aparecen bebidas espumantes de marca y deportes náuticos, los cuales implican exclusividad por su costo. En diferentes perfiles de varones hay fotografías relacionadas al mundo náutico —manejando veleros o lanchas, practicando buceo o canotaje— y haciendo deportes —algunos más exclusivos, como equitación, y otros no necesariamente propios de clases medias y altas, como correr maratones, levantar pesas en un gimnasio, jugar al fútbol—. Desde estas imágenes no solo se muestran como deportistas y aventureros, sino que también se presentan como deseables al acercarse a consumos exclusivos. Aquí nuevamente desde la virtualidad de la imagen proyectan una “realidad” donde parecieran no existir las lógicas del trabajo. Este ideario de un permanente estado de ocio, fantasía utópica del capitalismo, se vincula a la fantasía del romanticismo. Desde la concepción *liminal* del amor romántico, los amantes crean, aunque sea utópicamente, un “nosotros” que transfigura su vida cotidiana (Alberoni, 1983; Illouz, 2009; Jameson, 1981).

Las imágenes de las mujeres también tienen como escenario los deportes náuticos y marcan un estilo de vida alejado de lo popular. Pero, a diferencia de los varones, ellas no aparecen conduciendo los veleros o las lanchas, sino más bien posando sobre los mismos. Otro aspecto, diferente a

los varones, es que si bien las mujeres son deportistas, la cantidad de deportes que practican es menor. El que más prevalece es correr maratones. El deporte puede ser entendido como una tecnología de género (De Lauretis, 1996), en tanto prepara y estimula a las mujeres en menor medida para su desarrollo. Esto se visualiza en que el juego de las mujeres, cuando son niñas, tiende a ser más sedentario y encerrado que el juego de niños (Young, 1990).

No obstante las diferencias entre varones y mujeres respecto a qué deportes realizan, la vitalidad y el tener buen estado físico son componentes que hacen al capital erótico de todos los sujetos (Hakim, 2012). A su vez, los deportes que más se practican —deportes acuáticos, correr, esquiar o ir al gimnasio— se realizan de forma individual. Estos tipos de deportes son analizados por Lipovetsky (2000) como prácticas narcisistas que se ajustan al contexto de personalización y emergencia de los discursos *psi*, donde el cuidado del yo, tanto su equilibrio psíquico como físico, se vuelve primordial.

Otro aspecto donde se interseccionan la clase social con la corporalidad es el color de piel de las personas. En las observaciones y entrevistas que he realizado, el color de piel que preconizan los sujetos de estudio, heterosexuales y de clase media, es el “blanco”, al punto que es un criterio de selección decisivo. Esto se plasma en los perfiles de Match, donde se puede marcar preferencia por color de piel respecto a los/as potenciales candidatos/as. Especialmente las mujeres que marcan que su color de piel es “blanco/caucásico” eligen sobre todo la opción “blanco/caucásico” y en algunos casos suman la de “latino/hispánico”. Las mujeres que indicaron que su color de piel es “latino/hispánico” eligen “blanco/caucásico” y “latino/hispánico”. Es decir que el color de piel más elegido es el blanco, tanto por personas con color de piel blanco como por aquellas que indican “latino/hispánico”, y descartan al “pardo/mulato” y al “indio”. Solo en un caso, una mujer que indicó tener un color de piel “blanco/caucásico” eligió todas las opciones,

incluidas “indio” y “pardo/ mulato”. No obstante, Sandra, una de las entrevistadas cuyo color de piel es negro, comenta que esto aumenta su capital erótico en una ciudad donde casi no hay personas con ese color de piel y que se siente “la fantasía de distintos hombres” por esta característica. A su vez, la fantasía de haber estado con una persona de piel negra en el marco de una relación erótica aparece en la entrevista a Horacio (49 años). Por su parte, no hay referencias en las mujeres entrevistadas a que hayan estado con un varón de piel negra.

Por último, en las descripciones de sus perfiles hacen mención, tanto varones como mujeres, a sus intereses artísticos, como la fotografía y la música. La música aparece como un elemento para definirse y como criterio de selección. Desde Spotify¹⁴, que se vincula a la aplicación Happn y Tinder, o en la escritura de sus perfiles, indican sus preferencias musicales, si tocan instrumentos o si son músicos. Los/as usuarios/as de los perfiles analizados escuchan principalmente música en inglés. En relación con la escritura en otros idiomas, en los perfiles hay frases en inglés o en italiano, y en las catas de vino los músicos tocan canciones con letras en inglés.

Los varones que dicen ser músicos tienen fotografías tocando instrumentos o con sus bandas en *shows*. Esto capta la atención de las mujeres. “Vi otra foto de él que estaba muy de cerca, tocando el bajo, me gustó mucho” (Edith, 42 años). E.: “¿Qué te gustó de él?”. Ernestina: “Que es músico, es artista” (Ernestina, 43 años). Esto también es sabido y capitalizado por los varones. “Las fotos que pongo en Happn y Tinder son las que tengo en Facebook: viajes o las que me etiquetan tocando. Y nada más” (Leonardo, 35 años). Así también, en uno de los perfiles de Tinder, un varón de 38 años escribe solamente en su descripción: “La vida sin música sería un error”.

¹⁴ Spotify es una aplicación multiplataforma empleada para la reproducción de música vía streaming (retransmisión).

Respecto a las mujeres, al igual que los varones, indican su interés por la música y el tipo de música que escuchan: “Me gusta la música, el deporte y el asado! Amo viajar y a los animales! Me gusta disfrutar de todo en sí! lo demás, puedes preguntar...” (perfil de una usuaria de 40 años de Happn). No obstante, no encontré fotos de mujeres tocando instrumentos, aunque sí en otros registros artísticos como la actuación o la escritura. En la misma línea de lo que sucede en el deporte, lo que aparece son mujeres como consumidoras de música más que como productoras.

En resumen, las imágenes proyectan un ideario virtual de permanente estado de ocio donde la esfera de la producción que incluye el trabajo, el esfuerzo y el lucro es negada. Esta lógica irreal y utópica, pero que tiene un efecto real en las búsquedas y deseos de las personas, se vincula a la fantasía romántica donde en la liminalidad de los amantes se transfigura lo cotidiano y la esfera productiva es invisibilizada (Illouz, 2009; Jameson, 1981).

La marca de clase moldea los campos sexuales (Illouz, 2010) y lleva a una preferencia por uniones en términos homogamos —designa a aquellas uniones o matrimonios entre personas con características comunes— (Rodríguez, 2012; Torrado, 2004) o endogámicos (Costa, 2006; Illouz, 2009). Esto se debe a que los guiones sociales de clase media configuran, principalmente, deseos por personas con estilos de vida similar. Como postulan Laumann et al. en su análisis de los guiones sociales sexuales, “el grupo de personas elegibles desde las cuales uno identifica posibles parejas sexuales no es un subconjunto azaroso de la población sino un conjunto sumamente limitado” (1994: 266).¹⁵ Es decir que la interpretación que hacen los observadores de las imágenes que observan depende de sus imágenes *entre*, derivadas de su *habitus* de clase (Bourdieu, 1987, 1998). Esto es lo

¹⁵ “The pool of eligible people from which one identifies potential sex partners is not a random subset of the population but rather a highly constrained subset” (Laumann et al., 1994: 266). Traducción propia al idioma español.

que permite, en ámbitos virtuales saturados de imágenes con poses y contenidos similares, que un perfil de un/a usuario/a se *transfigure* eróticamente como deseable o no. En otras palabras, las imágenes-cristal (Deleuze, 1987) son *interpretadas* y permiten una pluralidad de verdades signadas por las trayectorias individuales y sociales de cada uno de los sujetos.

2.2. *Sex appeal* y género

En el acto de ver y de ser vistos, según los modos en que nos autodiseñamos, nos constituimos como sujetos de deseo y ponemos en juego nuestro capital erótico (Hakim, 2010, 2012), el cual tiene valor en los diversos aspectos de nuestras vidas. Catherine Hakim define el capital erótico de la siguiente manera:

He acuñado la expresión “capital erótico” para definir una mezcla nebulosa pero determinante de belleza, atractivo sexual, cuidado de la imagen y aptitudes sociales, una amalgama de atractivo físico y social que hace que determinados hombres y mujeres resulten atractivos para todos los miembros de la sociedad, especialmente los del sexo opuesto (2012: 9).

En este apartado recorro los diferentes postulados del capital erótico planteados por Hakim (2012), que en su interrelación con el estilo de vida y la clase social son aspectos centrales que hacen a los/as usuarios/as deseables y “consumibles”. La negociación de los deseos entre las personas será exitosa, entre otros aspectos, cuando haya reciprocidad de gustos.

En Match, las personas pueden indicar su “tipo de físico” y cuál desean que tenga el/la candidato/a posible. Las mujeres se diseñan a sí mismas con cuerpos delgados o curvilíneos, y como excepción con “un par de kilos extras” o con cuerpos de tipo “medio”. Las que seleccionaron delgados buscan, también, varones con cuerpos delgados,

atléticos y tonificados, y/o “medios”. En cambio, las que se definen como “un par de kilos extras” o cuerpos “medios” amplían sus rangos de búsqueda desde delgado hasta “un par de kilos extras”.

Los varones, que se definen como delgados, atléticos y tonificados o medios, no marcan preferencias o eligen todas las opciones. Pero, al presentarse como personas deportistas y sanas, sugieren que les importa la dimensión corporal, propia y ajena.

Trabajo y estudio. Extrovertido, sociable, carácter imponente, honestidad brutal. Soltero, sin hijos, altura 1,8 metros y pico. 83 kilos, atlético, sano, no fumo. Voy al GYM. Mis fotos son actuales. Tengo todos los dientes en su sitio (perfil de Tinder de un varón de 43 años).

En el caso de este varón, refiere que va al gimnasio, que es atlético y que no fuma, a modo de mostrarse como una persona sana. Aparece una marca de clase al indicar que tiene todos los dientes en su lugar, y al decir que todas sus fotos son actuales demuestra que su *look age*, juvenil y atlético, se condice con su edad, 43 años (Featherstone y Hepworth, 1991). Otro eje que sobresale en el siguiente fragmento, y que aparece en las entrevistas a varones y a mujeres, es haber tenido citas con personas cuyas fotos en los perfiles no se condicen con la imagen cara a cara, ya sea porque es directamente otra persona o porque las fotografías no son actuales. Estas situaciones son vividas como una falta de honestidad y una mentira y llegan a generar escenas signadas por la agresión.

E.: ¿Te pasó alguna vez que fuiste a una cita y la persona no coincidía con su perfil?

Sandra: Me pasó en una situación con uno que conocí por el chat telefónico. En su perfil decía “tengo 55 años, separado”. Me dice “¿quierés que nos encontremos?” (...). Vengo un día de lluvia. Miro, me había dicho 55 años. Veo una mano que levanta. Mil años tiene el *hijo de puta (risas)*. Lo voy a matar. Dije bue, respira fuerte. Yo nunca dejé plantado a nadie, por un tema de educación. Me parecía muy *choto* irme. Me senté

re caliente. Digo “hola, ¿cómo estás?”. “Hola, ¡qué lindo cono-
certe sos tan linda!”, me dice. “Gracias”. “Bueno, ¿qué tomás?”.
“Un café, un cortado, lo que sea”. Yo me quería ir a la *mierda*.
Le digo “¿te puedo decir algo?”. “Sí, decime”. “Vos no tenés
55 años. Vos tenés 90 y no sé si me quedo corta”. Le digo
“no le hagas perder el tiempo a la gente porque es mi tiempo.
Entonces decí la edad que tenés y que estás hecho mierda”.
“No, no”, me dijo. Yo con el café. Me dice “no sé qué te pasa,
te siento alejada”. Le digo “nunca estuvimos juntos, ¿de qué
estás hablando?”. Terminé el café y le dije, “disculpame, me
voy. Gracias por el café. Me fui re caliente, tenía 90 años el
hijo de puta” (*risas*) (Sandra, 50 años).

El enojo de Sandra se enmarca en el contexto capitalis-
ta donde “el tiempo es una mercancía demasiado preciosa
para subestimarla” (Thompson, 1979: 281). Este precepto
podemos verlo en las búsquedas de vínculos eróticos y/o
afectivos en las cuales hay una optimización del tiempo,
según el deseo de cada quien. A esto Illouz lo denomi-
na “una administración racional de los encuentros” (2012:
237). Dado que los encuentros virtuales suponen un gran
volumen de interacciones y que las personas dicen tener
poco tiempo, entre el trabajo, la familia y otras activida-
des, intentan administrar eficientemente las citas que tie-
nen cara a cara. El hecho de que no haya una coincidencia
entre la imagen real y la virtual —las imágenes en los per-
files implican una experiencia “real” para los sujetos que las
observan—, hace que Sandra sienta que le hicieron perder el
tiempo y rechaza inmediatamente al posible candidato.

En relación con los comentarios sobre atributos corpo-
rales, en los perfiles de las aplicaciones y sitios de citas los
varones no suelen referirse a la corporalidad de las muje-
res. Salvo en el caso de un perfil de un usuario de Tinder
de 35 años que dice: “Divinas las fotos de tu mascota, el
súper zoom en tu ojo izquierdo. Pero si querés un “corazón”
déjame ver si al menos te voy a poder hacer upa!”. En las
entrevistas comentan que les parecen importantes las caracte-
rísticas corporales de las mujeres y que haya atracción

sexual pero, aunque yo pregunto y repregunto, no ahondan demasiado en este aspecto. Considero que esto se debe a que soy una entrevistadora mujer y a que dentro de sus guiones sociales sobre la caballerosidad masculina no cuadra hablar negativamente sobre la corporalidad femenina delante de otra mujer. Tal como me dijo Santiago cuando yo repreguntaba sobre este aspecto, “no me hagas perder la caballerosidad”.

En algunas entrevistas aparecen breves descripciones sobre las características corporales de las mujeres que les parecen atractivas: son bellas, con cuerpos flacos o parecen sexualmente competentes —componentes del capital erótico—, y en el caso de Pedro, agrega a su descripción sobre una mujer que le atraía, que tenía un color de piel blanco.

E.: ¿Cómo son las mujeres que conociste por la aplicación y con las cuales llegaste a tener una cita?

Ricardo: Una *mina* que no era demasiado llamativa, no era modelo, pero se la veía copada.

E.: ¿Cómo era?

Ricardo: Era morocha, flaquita, era linda... (Ricardo, 38 años).

E.: ¿Por qué ella te “tenía a 10 centímetros del piso”?

Augusto: Por las salidas, las actitudes de cómo me agarraba, ella muy *sexy*... El sexo con ella... Después es como que en la medida que fue pasando el tiempo fuimos como generando una cosa más íntima como de pareja pero al principio era todo así, como muy sexual la relación (Augusto, 40 años).

En sus representaciones sobre la masculinidad ante una entrevistadora mujer tienden a mostrarse como más formales y miden sus expresiones. No obstante, en las observaciones esto se modifica, mi presencia pasa a tener un papel secundario y escucho conversaciones entre varones que me permiten visualizar la importancia del capital erótico femenino como criterio de selección en los varones. Veamos la siguiente situación. A las clases de salsa y bachata

comenzaron a venir dos mujeres con *sex appeal* (Hakim, 2012) de alrededor de 40 años, rubias, altas, con cuerpo flacos y curvilíneos. Ambas venían maquilladas y vestían remeras por encima del ombligo y calzas. Cada vez que ellas pasaban, los varones las miraban y hablaban entre ellos sobre estas mujeres. Cuando terminaba la clase, los varones se les acercaban e intercambiaban números de teléfonos.

Las mujeres en las entrevistas refieren que en las interacciones virtuales los varones les piden fotografías de cuerpo entero, aspecto que no apareció en las entrevistas realizadas a varones. Este pedido les genera rechazo, dado que consideran que esa persona solo quiere tener sexo con ellas. Aunque ellas también quieran lo mismo, esa forma de cortejo las hace sentir cosificadas y no deseadas por sus atributos personales. Una de las respuestas que suelen dar a ese pedido es que “si quiere fotos que mire mi perfil” (Aldana, 50 años).

En las fotografías de los perfiles de las mujeres, los planos más frecuentes son el primer plano —rostro y hombros— y el medio plano —desde la cabeza a la cintura—. Pero también hay al menos una foto de cuerpo entero, ya sea paradas o acostadas. Las mujeres que son de contextura delgada ponen fotos en la playa o en la pileta, en bikini. En las imágenes circula un discurso que pondera el *sex appeal* como una herramienta de seducción femenina. El *sex appeal*, si bien incluye la belleza, la trasciende. Lo que lo define es una actitud seductora (Elizalde y Felitti, 2015; Illouz, 2012; Hakim, 2012).

Para Hakim (2010: 500) la belleza y el atractivo sexual son componentes del capital erótico; la belleza se vincula principalmente con el atractivo físico, mientras que el atractivo sexual implica un cuerpo *sexy* e incluye la forma en que la persona se mueve, habla y se comporta. Para la autora, en tanto el *sex appeal* supone movimiento, es difícil de captar en una fotografía y es más proclive a ser comprendido desde una película. No obstante, considero que esa lectura de Hakim apunta a una interpretación de la fotografía

como representación. Por el contrario, desde la propuesta analítica de la imagen que esbozo en este libro, disiento con su interpretación. Observo que en las fotos hay una actitud, una propuesta que excede la mera representación, en tanto intervienen otras imágenes *entre*, imágenes-cristal (Danto; 1984; Deleuze, 1987; Nancy, 2007). Desde esas imágenes se proyectan discursos sobre el deseo, la sensualidad y la feminidad. La forma desde la cual se apela a esos discursos va desde fotografías donde el *sex appeal* se muestra de forma más explícita a aquellas menos sugerentes. En el primer grupo ubico las fotos más explícitas que incluyen poses, de frente o de espalda, donde las mujeres muestran, de forma evidente, la contextura de sus senos, a partir de fotos de sus escotes, y sus nalgas; donde colocan la boca de forma tal que se marquen los labios a la vez que levantan las cejas y miran fijo a la cámara; y fotografías en las cuales están vestidas con bikinis, pantalones o polleras ajustadas y quiebran las caderas y marcan sus cinturas. En segundo lugar, hay fotos que, si bien no tienen poses explícitamente *sexys*, son de cuerpo entero en bikini en la playa. Desde las mismas muestran su contextura física, por ejemplo delgada y/o atlética. En tercer lugar, hay fotos que son de cuerpo entero que apelan a la sensualidad de manera no explícita, desde miradas y sonrisas en paisajes naturales o en ciudades europeas. Las fotos, en todos los casos, suelen ser principalmente *selfies* (autofotos), frente a un espejo o frente a una cámara web, y en otros casos son tomadas por terceros.

Perfiles con imágenes *sexys* conviven con descripciones que apuestan a guiones del amor romántico. “Busco conocer a un compañero de vida, divertido, frontal y sin mambo. Me encanta que las cosas fluyan y sigan su curso natural. Soy soltera y sin hijos. Mido 1,72 así que petisos abstenerse” (perfil de una mujer de 36 años en Tinder).

La búsqueda de pareja aparece en la descripción de los perfiles en términos monógamos: un compañero de vida. Esto coexiste con fotografías donde priman poses más explícitas sobre la sensualidad. Para Illouz, la cultura del

consumo, en la cual estamos inmersos, “coloca al deseo en el centro mismo de la subjetividad y la sexualidad se transforma en una suerte de metáfora general del deseo” (2012: 63). Hay en el contexto urbano argentino un avance, por parte de las mujeres, en hablar sobre el placer “como dimensión valiosa y positiva de la sexualidad” (Elizalde y Felitti, 2015: 6) que vuelve posible y coexistente el ideario de mujeres *sexys*, que buscan el goce, con el ideario del amor para toda la vida. No obstante, con esto no niego que esta mayor búsqueda del goce tenga como contracara representaciones y prácticas androcéntricas en detrimento de las mujeres.

En una de las observaciones, en una cena con la gente de salsa y bachata luego de una clase, me senté junto a cinco varones. Durante la comida hablaron de manera simbólicamente violenta (Femenías y Aponte Sánchez, 2009) sobre una mujer del ambiente salsero con alto capital erótico. Sus comentarios versaban sobre que “era medio *gato*” porque vestía calzas apretadas y tenía un “buen *culo*”. Bianciotti explica que son consideradas *gato* aquellas mujeres con cuerpos como los de las vedettes, delgados y curvilíneos, y que denotan una “representación hiperbólica de la feminidad, que exagera aquello que es socialmente propuesto y prescripto (y a la par condenado) para el cuerpo femenino/feminizado” (2013: 602). Esta implica una forma de exposición estética que deja al descubierto ciertas partes del cuerpo propio. A su vez, estos varones debatían sobre si “el *culo*” era operado o no. Ante esto algunos decían que no y otros decían que sí apelando a frases como “yo sé de lo que te estoy hablando” o “yo lo sé”, como si se lo hubieran tocado, aunque por lo que se desprende de la conversación ninguno nunca tuvo un vínculo erótico con esta persona. Asimismo, en mis observaciones visualicé que si bien ella bailaba con todos —es un código del mundo de la salsa y la bachata no despreciar cuando un varón saca a bailar a una mujer— luego, aunque los varones le hablaban, no les daba lugar y estaba siempre con su círculo más cercano.

La escena descrita en el párrafo anterior puede ser analizada desde la noción de masculinidad de Connell (1995, 2002). La masculinidad es un ordenamiento social e histórico por medio del cual varones y mujeres se comprometen en una posición de género (Connell, 1995, 2002). La estructura de género tiene una dimensión emocional que es central del orden de género, pues en ella convergen el deseo, el erotismo y la vida emocional (*cathexis*) (Connell, 1987: 9, 161). El terreno de la sexualidad está marcado por la puesta en cuestionamiento de la apropiación femenina sobre sus cuerpos y el derecho al placer. Esta mujer con alto capital erótico e inalcanzable para estos varones excede lo permitido, según ellos, para una feminidad respetable acorde a sus estereotipos masculinos. Una forma de ejercer control —el poder es otra de las dimensiones de la estructura de género— es desvalorizarla a partir de describirla desde su corporalidad y su edad, y vincular su feminidad con la prostitución: “la rubia, veterana, panza chata, tatuajes, buen culo, cara fea y medio gato”. De este modo colocan su feminidad en las fronteras de lo aprobable dentro de la matriz heteronormativa. Explica Bianciotti (2013: 602):

Exagerar aquellos supuestos atributos femeninos por ser “demasiado” sensual o seductora conlleva a devenir *gato* (u otras categorías subsidiarias como *puta* o *trola*), con la consecuencia de quedar en un espacio condenatorio (Blázquez, 2004). Es esa misma exageración la que coloca a una joven (si bien dentro) en las fronteras reprochables y reprobadas de la matriz de inteligibilidad heteronormativa.

Los varones se presentan como personas deportistas y eligen, principalmente, fotos de medio cuerpo donde aparecen bronceados y/o con anteojos de sol. A diferencia de las mujeres, hay menos fotos de cuerpo entero. El hecho de que tengan fotografías de este tipo no es un requisito que hace al criterio de selección femenino, como sí lo es la altura. Los varones en los perfiles indican, frecuentemente, cuánto miden y, en algunas oportunidades, cuánto pesan. “1,73 96

kg” es lo único que aparece en la descripción de un perfil de Happn de un varón de 43 años. Este criterio de selección, de que el varón no puede ser más bajo que la mujer y que debe ser preferentemente más alto, aparece en los perfiles y en las entrevistas a mujeres. Tal como presenté, en el perfil de una mujer de Tinder de 36 años dice: “Mido 1,72 así que petisos abstenerse”.

Los varones ponen fotos de ellos mostrando sus músculos de forma explícita, como hacen las mujeres que diseñan sus perfiles con fotos donde visten ropa escotada. En el caso de un varón, la foto del perfil es un plano suyo de medio cuerpo haciendo pesas. Los hombres son conscientes de la emergencia de los campos sexuales, donde la denotación del *sex appeal*, entendido como un capital erótico, tiene un papel central también para ellos (Elizalde y Felitti, 2015; Hakim, 2012). No obstante, a diferencia de las mujeres, las cuales si no poseen cuerpos delgados no colocan fotos de cuerpo entero en bikini, en los perfiles de los varones hay imágenes de ellos de cuerpo entero aunque no sean necesariamente delgados. Esto se vincula a una expectativa femenina respecto a la corporalidad masculina. En diferentes entrevistas aparecen mujeres diciendo que quieren varones con cuerpos “masculinos”, en términos de masculinidad hegemónica, es decir que parezcan fuertes; eso puede implicar que sean “robustos” o con “pancita” y que de ninguna manera parezcan “metrosexuales”.

E.: Estéticamente, ¿qué tipo de hombres buscás, mirás?

Laura: ¿Físico decís?

E.: Sí, en lo físico y no físico.

Laura: En lo físico me gusta el hombre morocho, con barba, las canas me gustan. Cuanto más normal sea mejor. Si tiene un poco de pancita me encanta. Que tenga pelo en el pecho. El hombre metrosexual, no. Después como persona, el humor. La risa es sanadora para mí. Que no sea el típico que se produce para salir, para ir a un boliche ¿viste que hay gente que sube la foto a la tarde y postea “preparándome para

la noche en tal lado”? Es patético. Tanto el hombre como la mujer. Conozco mujeres que lo hacen. No me gusta eso, me gusta lo simple (Laura, 48 años).

Cuando se apagó el micrófono me contó que ella primero pensó que su expareja era gay. Me dijo que como era arquitecto y era muy dulce y suave eso la desorientaba (Nota de campo, luego de entrevista con Aldana, 50 años).

El atractivo sexual se vincula a las formas como están contruidos y performados los géneros. Los atributos considerados como masculinos, en este caso en términos hegemónicos, viriles y fuertes, vuelven al varón atractivo. Los metrosexuales se asocian a la no-heterosexualidad y esto genera rechazo por parte de las mujeres, en las que prima el ideario de un varón con una corporalidad masculina fuerte y donde el *sex appeal* es performado en base a esa característica. En el caso de Laura hay una apreciación positiva por los varones maduros con canas. Esto es diferente respecto a las mujeres que son deseadas en tanto parezcan (*look age*) jóvenes. No hay ningún perfil femenino ni ninguna entrevistada que tenga canas, todas se tiñen el cabello.

En el caso de Ernestina, bailarina y actriz, a ella le parece atractivo un cuerpo atlético. Ella asocia este aspecto, a diferencia de los otros casos, a la virilidad. El buen estado físico de los hombres, según ella, los vuelve atractivos sexualmente. Esto lo relaciona con el buen sexo, lo cual la erotiza.

E.: ¿Y vos en Tinder filtrás al otro por el físico?

Ernestina: Sí, sí. Yo soy bailarina, no puedo no filtrarlo. Por más que tuve un novio de ciento veinte kilos y lo quise mucho. Pero también a mí me pasa, digo, es algo casi que no lo pienso. Voy a la playa, miro, y cuando veo un cuerpo dispuesto para el movimiento digo “¡qué buen físico!”. Yo tengo 43 años y veo cuerpos y digo “la juventud en el cuerpo”. Yo trabajo con el cuerpo, con el movimiento, la disponibilidad para el movimiento. Y cuando yo veo una foto de un *chabón* con una pelota me va a llamar mucho más la

atención que un *chabón* tirado así con un habano. Porque tiene movimiento, energía, actividad. Es mi profesión. Me atrae. Juega Argentina-Chile y yo miro a los jugadores de fútbol y me encantan. Cómo se mueven. Corren una hora y media. Este te *garcha* cuatro horas. ¿Cómo no voy a pensar eso? (Ernestina, 45 años).

En las búsquedas de Ernestina, si bien dice que sigue apostando al amor, ella se siente a gusto sin pareja y apunta, a través de las personas que conoce en Tinder, a tener vínculos principalmente eróticos. Asimismo, en este fragmento de entrevista ella se muestra sexualmente activa. Parecer y ser competente sexualmente, al igual que tener fantasías y energía erótica, es uno de los atributos que hacen al capital erótico. En un contexto de búsqueda de goce por parte de las mujeres, la importancia de tener relaciones sexuales placenteras aparece como una constante en las entrevistas a mujeres (Elizalde y Felitti, 2015; Gregori, 2011; Hakim, 2012; Illouz, 2010). Natalia (45 años) vincula el amor romántico con el atractivo físico. Dice la entrevistada: “en realidad cuando yo te digo que espero el *flechazo* es un *tipo* que me caliente, que esté bueno”. Esto aparece también en la entrevista a Augusto (40 años), quien asocia las relaciones sexuales placenteras con el amor romántico. Explica que el vínculo con su exnovia comenzó siendo solamente erótico, pero que el buen sexo que tenían lo terminó enamorando de ella. La metáfora romántica que emplea es que lo mantenía a “10 centímetros del piso”. Es decir, como en un estado liminal y alejado de la realidad cotidiana.

Otro aspecto que hace al *sex appeal* de una persona es que no tenga ningún estigma corporal visible —deformidades físicas (Goffman, 1998: 14)—. El estigma implica los atributos de un individuo que le generan profundo descrédito y desvaloración social (Goffman, 1998: 13). Según Goffman, los procesos de estigmatización emergen desde la discrepancia entre una “identidad social virtual” (las características que debe tener una persona según las normas

culturales) y una “identidad social actual” (los atributos que efectivamente presenta la persona). Azul y Natalia comentan que marcaron con un corazón perfiles de varones que les parecieron atractivos, pero que ocultaban en sus fotos que tenían problemas corporales motrices. Azul se enteró en la cita de que él tenía los brazos cortos, lo cual, según su testimonio, le generó rechazo y terminó el encuentro de forma rápida diciéndole que debía irse de manera urgente. Por su parte, Natalia comenta que él le dijo antes de la cita que era rengo. Aunque le había parecido interesante, debido a este problema físico no quiso seguir viéndolo.

La energía emocional en ambos casos, en términos de Collins (2009), se disipó y las interacciones se terminaron debido al aspecto corporal de sus citas masculinas. La emoción que les emergió fue la del desprecio/rechazo. El desprecio y el rechazo, al igual que el asco, son emociones jerarquizantes, aparecen cuando algo o alguien es considerado inferior (Miller, 1998: 15).

Natalia: (...) Muy linda foto, muy interesante. Me parecía un *tipo* de mi edad. Tenía una foto muy parisina. No sé si tenía un sombrero, tenía un saco. Muy interesante. Tenía así como un *look*. Después hablé por teléfono con él y también me pareció interesante. Yo no sé si era periodista o trabajaba de periodista. Pero había puntos en común. El día anterior a encontrarnos me dice “te tengo que decir algo. Espero que eso no interfiera. Yo soy rengo”. Yo traté de decir que no me interesaba pero obviamente me interesaba. Obviamente que no era lo mismo, debo confesarlo. Nos encontramos igual. Yo tenía la expectativa a la mitad o a un cuarto. Después seguimos hablando. Yo no me acuerdo si él vino con bastón. Él vino en bicicleta. No me gustó. Era medio petiso. Yo considero que tengo aspiraciones de buen gusto. Pero el problema es que cuando uno ve a una persona por primera vez es como un impacto que te tiene que gustar (Natalia, 45 años).

Otro atributo corporal de importancia para las mujeres, en un sentido positivo, es la mirada.

Ángeles: Al otro que me gustaba, que le puse corazón, fue porque me gustaba la descripción pero también porque tenía unos ojos como bondadosos, después capaz que no sabés (Ángeles, 39 años).

La mirada es una gestualidad central dentro del amor romántico (Le Breton, 1999; Luhmann, 1985; Serna, 2014). Para Luhmann, en el amor la comunicación es intensificada mediante, justamente, la renuncia a la comunicación explícita. El código del amor, para Luhmann, es el “lenguaje de los ojos” (1985: 47) desde el cual los amantes pueden hablarse sin tener que enunciar palabra.

La simpatía y el control emocional son postulados del capital erótico que atraen tanto a varones como a mujeres (Hakim, 2010, 2012). Las personas se muestran en las fotografías, solas o acompañadas, siempre divertidas, riendo a carcajadas o haciendo poses graciosas. Es más frecuente que los varones elijan fotos con grupos de pares, mientras que las mujeres tienden a mostrarse solas. “Soy divertido/a”, “soy alegre”, “me gusta disfrutar”, “mi virtud es estar de buen humor” son frases que aparecen en las descripciones de los perfiles de Tinder, Happn, Match y Badoo. A su vez, personas con estas características son deseadas: “busco una chica compañera, *gamba* y divertida”, “conocer gente buena onda y pasarla bien, lo que quieras saber preguntame”. La diversión, “la buena onda”, la simpatía y “el buen humor” son formas de devenir deseables. En un contexto de proliferación de relatos *psi*, estas características son vistas como sinónimos de control emocional (Hakim, 2012; Illouz, 2010) y de trabajo emocional (Hochschild, 1983)¹⁶,

¹⁶ Hochschild (1983) emplea el término trabajo emocional para referirse a la administración del sentimiento para crear una exhibición facial y corporal públicamente observable. El trabajo emocional será *emotional work* o *emotional labor* según el contexto en el cual se realice. El trabajo emocional es *emotional labor* cuando se vende por un salario y por lo tanto tiene valor de cambio. Por su parte, el término *emotional work* (también denominado *emotion management* —control de emociones—) lo utiliza para referirse a estos mismos actos, pero realizados en un contexto privado donde tienen

entendido como *emotional work*, que son los modos en que llevamos a cabo un proceso de manejo de las emociones. El *emotional work* implica que una persona induzca o suprima sus sentimientos con el fin de mantener la apariencia externa que produce en otros el estado mental apropiado (Hochschild, 1983: 7).

En relación con la edad, sobre la cual ya he venido marcando diferentes aspectos, por un lado, se visualiza que los hombres buscan para generar vínculos eróticos y/o afectivos mujeres más jóvenes, y es menos frecuente ver mujeres que busquen varones jóvenes. A partir de las entrevistas y el análisis de los perfiles de Match y Badoo, donde la gente puede indicar el rango de edad deseada, aparece que las mujeres buscan en un rango etario cercano, entre cinco años más y cinco años menos. En cambio, los rangos de búsqueda de los varones son más amplios, buscan mujeres que tengan desde, en promedio, entre quince y diez años menos hasta dos años más que ellos. Torrado (2007) indica que, si bien hay una disminución en la Ciudad de Buenos Aires de la diferencia de edad respecto al cónyuge en todos los casos y se acentúa a medida que la persona se va haciendo mayor—entre las mujeres con alto capital educativo o extracción social acomodada se acepta con más facilidad a hombres de edad par, en la medida en que su situación no depende tanto de la del cónyuge—, perdura sin embargo entre las mujeres jóvenes la valorización de que los varones sean mayores que las mujeres, y no al revés (Torrado, 2007).

Por otro lado, cuando las personas sin pareja se acercan a los cuarenta años de edad y no han tenido hijos/as, el deseo materno/paterno se hace presente tanto en varones como en mujeres, pero se vehiculiza de forma diferenciada. Las mujeres de clase media buscan la maternidad

valor de uso (Hochschild, 1983: 7). En tanto son sinónimos, con el fin de marcar la especificidad en cada contexto emplearé a lo largo del libro estos conceptos en inglés y en aquellos casos en que utilice la categoría trabajo emocional diré en cuál sentido la uso.

activamente a través de tratamientos médicos de reproducción biotecnológica, mientras que los varones buscan mujeres más jóvenes con quien tener hijos/as o no aparecen buscando alternativas para poder cumplir ese deseo.

2.3.Tipo de vínculo

En los diferentes espacios de sociabilidad, incluidos los virtuales, se genera, en la permanencia o en la fugacidad, lazo social. Las personas se encuentran con finalidades eróticas como así también con vistas a formar una pareja. Para las mujeres, en un contexto de búsqueda de mayor goce, el sexo deviene, al igual que para los varones, un valor de importancia. Poseen vínculos eróticos que denominan “amigos” o “alguien a quien estoy viendo”. En las entrevistas, las mujeres cuentan que conocen personas en las aplicaciones o sitios web con quienes se encuentran solo para tener sexo.

E.: ¿Tuviste encuentros de una sola cita?

Edith: Sí, para que eso suceda me tiene que gustar la foto y que no tenga ninguna *boludez* que me moleste. Y que me surja algo en el momento, aunque sepa que al otro día no lo voy a volver a ver (Edith, 42 años).

E.: ¿Cómo te sentiste cuando comenzaste a usar las páginas?

Carolina: Yo, cuando me divorcié y empecé a usar las páginas, empecé a conocer gente sin expectativas y vos sabés que eso a mí me hizo bien, porque yo decía “¿qué bueno que está esto!, ¿no?”. Decir bueno, salgo con alguien, está todo bien, podemos tener una noche de sexo y no por eso implica que te tengas que complicar, que tengas que tener una pareja, que te tengas que poner en pareja o que te tengas que poner mal porque fue solo una noche y nada más, viste, yo no lo notaba como algo complicado ni algo traumático. Si me llamaba bien, y si no me llamaba, bueno, no me hacía problema. O sea, yo buscaba una pareja, pero tampoco estaba desesperada por encontrar una pareja, ¿me entendés? Si en ese interín me

podía divertir, bárbaro, viste, pero nada más. Fue una época de mi vida que estaba cero conflictos, cero dramas, no tenía problema (Carolina, 49 años).

Carolina en su carrera emocional (Wettergren, 2015) tuvo que aprender a diferenciar entre la práctica del sexo y el amor. Edith, por su parte, me cuenta con pudor y pocos detalles que tiene relaciones sexuales con personas que conoce a través de Tinder. No obstante, en ambas entrevistas vincularse eróticamente es un “ínterin”. Reaparece la idea de la soltería como un estado paréntesis, hasta que consigan entablar relaciones de pareja atravesadas por los guiones románticos y que trasciendan lo sexual.

No busco *casual sex*, no doy mi Facebook. Si querés eso, pasa de largo. Busco relacionarme con gente sana que tenga ganas de algo normal. Prefiero deportista, que no fume y en estado aceptable. Gracias! (descripción en perfil de una mujer de 48 años en Tinder).

Tranqui, soñadora, caótica. Ya tengo al hombre de mi vida que tiene 5 años y es mi sol. Quien quiera acompañar mis pasos debe tener cierto grado de locura, pasión y valores (descripción de perfil de mujer de 36 años en Badoo).

Solo busco conocer gente. Pasarla bien. Si existe la posibilidad de seguir conociéndonos mejor. Abstenerse el *touch and go*. Mido 1.70 (descripción de perfil de mujer de 39 años en Tinder).

Retomo estas descripciones de perfiles de Tinder y Badoo en las que se indican cuáles son los criterios de selección en relación con el tipo de vínculo. Lo que aparecen son búsquedas de compañeros, personas con quienes compartir y, en el caso del primer perfil, que “tenga ganas de algo normal”. Con estas expresiones se distancian de cualquier vínculo que no apunte a la construcción de a dos (Badiou, 2012), como son aquellos signados por el *casual sex* (sexo casual) o el *touch and go* (toco y me voy).

Si bien apuntan a la búsqueda de vínculos afectivos de larga duración, en sus descripciones se alejan de connotaciones que puedan colocarlas en el lugar de desesperadas. Para ello apelan a otros actantes como el hijo, “ya tengo al hombre de mi vida”, como así también indican que quieren pasarla bien o compartir experiencias. Es decir, refieren que tienen una vida propia y que les interesa poder transitarla junto a una persona, pero no definen su afectividad o reconocimiento subjetivo a partir de la mirada masculina. En la actualidad se cristalizan nuevos marcos culturales de autonomía para las mujeres, que incluyen lo sexual (Elizalde y Felitti, 2015) y que habilitan una mayor búsqueda de goce, una práctica más extendida del sexo casual en las mujeres y la preconización del modelo del compañero en los vínculos de pareja (Cosse, 2008). No obstante, no pretendo universalizar estas prácticas al universo femenino. Tengo en cuenta que este análisis se circunscribe a mujeres de sectores medios y que sobre sus prácticas operan miradas socialmente negativas basadas en estructuras desiguales de género.

El compañerismo, tal como expliqué en el capítulo 2, es el modelo de vínculo afectivo de pareja que más prevalece como horizonte de sentido amoroso. Se basa en la comprensión, el compartir, la autenticidad, una mayor equidad entre los miembros y la valorización de la realización individual (Cosse, 2008, 2010).

El guion social del compañerismo opera en tres niveles (Gagnon y Simon, 2005): como un escenario cultural amoroso deseable; como guion interpersonal que interviene como pauta y como contenido de interacción; y a nivel intrapsíquico como modo de orientación y reflexión personal. Como guion interpersonal, los varones que interactúan con las mujeres que indican que buscan un compañero saben, por la lectura de sus perfiles, que la expectativa de esas mujeres se aleja de la búsqueda de sexo casual, y los guiones deseables serán aquellos donde haya interés de compartir. El guion social del compañerismo funciona,

también, como guion intrapsíquico, dado que es un deseo y un proyecto a partir del cual las mujeres reflexionan sobre sus búsquedas amorosas actuales (Gagnon y Simon, 2005).

En la sociabilidad erótica y afectiva de las mujeres que no están en pareja, los “casados” aparecen discursivamente como actantes con los cuales no hay que vincularse, pero en la práctica esto se da con matices.

E.: ¿Te dicen si quieren tener solo sexo o si quieren una pareja, por ejemplo?

Ernestina: A mí me han contactado un montón y una de las primeras cosas que te dicen es que es solo para encuentros, para pasarla bien. Es porque tienen mujer y tienen familia. Te lo dicen al comienzo. Dice en los perfiles “solo buenos momentos”, “busco chicas divertidas”. Eso implica que no están buscando un amor, ni una relación, ni nada. Mirá con un chico lo que me pasó, el *chabón* me contacta y me dice “¿y vos hace cuánto que estás casada?”. “Mirá yo estoy sola, si estoy en Tinder estoy sola ¿o no?”. “Jajaja, no es tan así”. “Ah, vos tenés mujer”. “Sí, la verdad que sí. Pero mirá que a mí me gustaría...”. Entonces yo le dije “mirá ¿vos querés ser mi amante? Para mí un amante es cien por ciento placer sexual ¿vos estás seguro que tenés *target* para eso?”. “Me encanta lo que me decís”, me dijo. En ese momento le dije que yo no buscaba eso. El *chabón* me siguió escribiendo, me siguió escribiendo y un día yo tenía ganas de *garchar* y me escribió y nos fuimos a *garchar* (...) (Ernestina, 43 años).

Edith: Me pasó en un *after office* de hablar y el flaco era casado. Y te lo dicen. Así descaradamente, “soy casado”.

E.: ¿Cómo fue la escena?

Edith: Estaba en la barra tomando algo con mi amiga y se te acercan a hablar. “¿Qué estás tomando? ¿Te puedo invitar a tomar algo?”. Aparte tenía el anillo en el dedo. Mi amiga le dice “pero vos estás casado”. “¿Qué tiene que ver?, ¿qué importa?”. Como te dicen todos, “tengo una familia pero estoy re podrido de mi mujer”, “me quiero ir con vos”. “Bueno, pero yo no con vos”, así de simple (Edith, 42 años).

Las dos entrevistadas buscan pareja porque están solteras. Dentro de su ideal regulatorio romántico la figura de la pareja se da en términos monógamos. En las entrevistadas no aparece la infidelidad como una práctica que hayan ejercido durante sus trayectorias afectivas, salvo en los casos de Alicia y Laura que presento más adelante. Tampoco observo en los perfiles de Happn, Tinder, Match y Badoo referencias explícitas sobre búsquedas de sexo casual o frases que indiquen que están en pareja. En cambio, a partir de la lectura de los perfiles y por lo que comentan las mujeres, aparece entre los varones la infidelidad como una práctica más frecuente. Ernestina y Edith señalan que los varones casados en su cortejo explicitan que están casados y no lo ocultan; más bien, como dice Edith, “tenía el anillo en el dedo”. Esto se vincula a que dentro de la masculinidad hegemónica se les concede a los varones, por encima de las mujeres, el honor y el prestigio para el ejercicio de una actividad sexual más amplia (Guevara, 2008: 80).

Las mujeres en las entrevistas colocan la relación con un varón que está en pareja como un umbral que no debe sobrepasarse si se desea proyectar un vínculo de pareja. Su modelo de pareja se vincula al ideario del amor romántico de monogamia y exclusividad. Ernestina accede a ver a un varón casado solo porque tenía ganas de tener un vínculo erótico o de *garchar*, tal como ella dice. En el caso de Ángeles, como presento a continuación, salió cuatro meses con un varón casado como forma de poner en práctica cómo relacionarse con varones, dado que nunca tuvo un novio más allá de su novio de la adolescencia. En el caso de Ernestina y Ángeles, los varones casados son actantes útiles para poder tramitar sexualmente el no estar en pareja, y en el caso específico de Ángeles como un hito en su carrera emocional.

E.: ¿A tu última relación dónde la conociste?

Ángeles: La conocí en el trabajo. Habíamos trabajado, después no trabajamos más. Pero bueno, era complicada.

E.: ¿Por qué?

Ángeles: Estaba casado. Estuvimos así pasándola bien. Nos veíamos todas las semanas y lo llevé bastante bien tratando de no vincularme demasiado. O sea, estar como en eje, por ahí es medio difícil, pero tratando de que no sea más que eso (...). Y bueno, al final, terminó siendo como que estaba bueno el vínculo, más allá de esa parte de él. Yo practiqué con él todo lo que hablaba con la psicóloga. Yo antes no hacía eso y mis relaciones no prosperaban, si hay algo que me molesta te lo digo bien, porque es algo que siento y es como lo quiero. Es como que practiqué con él. Por ahí los fracasos de los vínculos anteriores eran porque por ahí yo no ponía límites o no decía lo que quería, y con él practiqué absolutamente todo. Y después, bueno, se cortó. No te digo que me enamoré porque no fue así pero me dejó un poco *flasheada* (Ángeles, 39 años).

Ángeles, además de explicitar que el vínculo le sirvió para poder relacionarse con varones, indica que se sintió de alguna manera enamorada de él; tal como dice, “me dejó un poco *flasheada*”. Es decir, hubo una interrelación entre sexo y amor, que es una característica del amor pasión (Alberoni, 1988). Por su parte, Natalia tuvo una relación de pareja con un compañero de trabajo, quien estaba casado, por trece años. Durante todos esos años hubo interrupciones en la relación, dado que él no quería dejar a su mujer y ella *esperaba* que él lo hiciera. En los lapsos de tiempo que estuvieron juntos, ella le fue fiel. En este vínculo no hubo una reciprocidad de expectativas, en términos de Giddens (2006); él le marcaba los tiempos en que podían verse y ella estaba pendiente de él.

Esta larga experiencia dentro de su carrera emocional de ser pareja de alguien casado, marcada por la frustración, conformó en la entrevistada una moralidad que rechaza a los varones que están en pareja, a la vez que le enseñó cuáles son los códigos que permiten dilucidar dicha condición, por ejemplo que no puedan encontrarse los fines de semana.

E.: ¿A qué llamás un noviazgo tradicional y a qué llamás una mala pareja?

Natalia: Noviazgo tradicional hablo de los novios que se ven dos veces por semana. Yo quiero ese tipo de novio, que están el fin de semana juntos y hacen planes juntos como vacaciones y demás. Y después mala pareja serían parejas disparejas o no parejas. O cuando alguien es pareja tuya y de dos o tres personas más. Tuve una relación muy larga con una persona casada de la cual yo estaba enamorada, él menos porque estaba casado. Y por suerte hace un tiempo relativamente se cortó, se cortó definitivamente.

(...)

El año pasado conocí a una persona que pensé que podría funcionar una relación. Lo conocí en una barra y salimos un par de veces medio como amigos, como viendo qué *onda*. Pero yo me daba cuenta que los fines de semana nunca me podía ver y ahí me di cuenta, nunca lo confesó, que era una persona que tenía una relación. Pero para mí tiene una novia o una relación estable. Yo quiero tener una relación donde pueda ser libre. Libre es verlo un miércoles, un sábado o un domingo. Yo me di cuenta que nunca podía. Eso me desanimó y perdí el interés (Natalia, 45 años).

Ángeles, Natalia y Aldana han tenido anteriormente vínculos con varones casados de los cuales se enamoraron, en menor o mayor medida. Esto no aparece en los varones. Solo Juan (44 años) refiere que una constante en su carrera emocional ha sido salir con mujeres casadas. Mientras que Juan justifica estas elecciones desde un discurso *psi* —remite a la muerte de su madre cuando era pequeño, lo cual lo lleva a entablar vínculos con mujeres que él caracteriza como “imposibles”—, en el caso de las mujeres vinculan sus razones a guiones románticos. Durante el tiempo que estas mujeres estuvieron en pareja con varones casados no se vinculaban erótica y/o afectivamente con otros. Es decir, mientras que sus parejas masculinas no eran fieles, ellas actuaban a partir de los postulados románticos y heteronormativos de la monogamia. En la construcción de la feminidad de estas tres mujeres, el valor romántico de la idealización del

sujeto amado, a partir de esperar que deje a su esposa y la promesa de fidelidad (monogamia) (Alberoni, 1998; Tenorio Tovar, 2012), operaba a nivel discursivo y práctico.

Aunque no aparecen tantas referencias explícitas a la infidelidad por parte de las mujeres, las mismas existen. La menor cantidad de referencias en las entrevistas a situaciones de infidelidad, salvo en el caso de Alicia (35 años) cuando era más joven y de Laura (48 años) antes de divorciarse, considero que se debe a que en el discurso femenino, a diferencia del masculino, la infidelidad no es una práctica sexual que defina el honor y el prestigio de las mujeres, como sucede con los varones (Guevara, 2008: 80). A la vez, los guiones sociales del romanticismo han calado en ellas más hondo. Laura relata el hecho de haber sido infiel como una causa excepcional cuando estaba pronta a separarse y debido a que su matrimonio estaba en crisis.

Los varones cuentan más abiertamente que han sido infieles en algún momento de sus trayectorias afectivas. Miguel (38 años) comenta que tuvo una relación de pareja mientras estaba casado y Horacio (59 años) indica que durante su matrimonio fue infiel en diferentes oportunidades. La diferencia que encuentro respecto a las mujeres es que esto es relatado como parte de su vida, sin vincularlo necesariamente a que su matrimonio estaba mal, sino, más bien, como una práctica más en relación con su sexualidad. También hablan de situaciones de sexo casual sin tabúes, como una práctica más dentro de su carrera emocional. En cambio, aunque las mujeres también tienen sexo casual, las referencias no aparecen con tanta fluidez o lo cuentan con pudor.

Respecto al relato sobre situaciones de infidelidad, el caso de Santiago (47 años) es diferente al de Miguel y Horacio. En él aparecen justificaciones. Explica que fue infiel en el marco de una relación a distancia y que él sospechaba que ella también lo era, pero en tanto ambos se amaban y no querían terminar el vínculo lo mantenían, en palabras del entrevistado, como “una caja negra”. En su construcción de

masculinidad refiere que no le parece “práctico” tener otro vínculo erótico y/o afectivo mientras se está de novio y que le resulta más simple ser fiel. Se aleja de la masculinidad hegemónica que evoca la infidelidad como parte inherente de su construcción y reaparece el pacto monógamo de conformación de pareja como un guion social deseable.

Otro ejemplo de un varón que se aleja de la construcción de masculinidad hegemónica y que denota que hay diferentes maneras de vivir la heterosexualidad masculina (Figari, 2008; Jackson, 1998) es el caso de José Luis, 43 años, soltero y sin hijos/as.

E.: ¿Estos amigos de los que vos me hablás están en relaciones formales?

José Luis: Sí, ponele. Mis amigos de la cata están con esta cosa muy del *macho* local que lo único que le importa es *coger*. A veces me pregunto si les gustan las mujeres. Es como “¿qué onda, no te importa lo demás?”. Es lo que venga. Es “la excitación de salir a la caza”. Es que te digan que sí. No se plantean si les gusta, si lo disfrutan. Yo estuve en una relación de diez años. Para mí fue súper claro que el sexo mejora cuanto mayor es la intimidad. Más lo disfrutás. Yo les digo esto y me miran como diciendo “vos sos medio *puto*”, una cosa así (José Luis, 43 años).

La forma a partir de la cual José Luis experimenta su masculinidad se vincula al amor romántico, específicamente al amor pasión. Conecta el sexo con el amor, a la vez que señala que la relación con su expareja, con quien convivió, se daba en términos monógamos. Esto es observado por sus compañeros de catas de vinos, según su relato, como por fuera de los bordes de la masculinidad hegemónica y lo acerca a la no heterosexualidad. La construcción del yo masculino de sus amigos se performa estando con la mayor cantidad de mujeres posible, lo cual José Luis resume en la figura de la caza.

En los perfiles virtuales de los varones aparecen menciones explícitas sobre búsquedas de sexo casual: “Busco sexo casual” (usuario de Tinder de 38 años); “Hola chicas sin compromiso y gustan un buen *garche* ¡anímate y sino también la idea es compartir bellos momentos, cariños” (varón de Tinder de 40 años). Tinder, en relación con Badoo, Match y Happn, es el espacio de sociabilidad virtual donde los varones colocan más referencias explícitas al sexo. En contraposición a lo anterior, hay algunos perfiles que indican que buscan una compañera: “Deseo encontrar una mujer linda para construir algo juntos” (usuario de Tinder de 40 años).

El amor también aparece como el horizonte de sentido al cual aspiran los varones y opera como un criterio de selección. En el caso de uno de los usuarios de Happn, de 48 años, los vínculos eróticos son un estado paréntesis hasta llegar a un vínculo amoroso: “Sin lugar a dudas el amor es la respuesta... (John Lenon) pero hasta que llegue, el sexo nos deja unas cuantas preguntas (W. Allen)”. Por su parte, en un usuario de 40 años hay una foto de un cartel, a partir de la cual proyecta una imagen romántica de sí: “Perdona mi impuntualidad me habría encantado haber llegado antes a tu vida”. Un usuario de Tinder, de 42 años, dice: “Busco alguien que me den ganas de estar en pareja. Separado 2 hijos”. Como se aprecia, no hay una forma única de soltería heterosexual masculina, sino que hay diferentes deseos y modos de vivirla (Figari, 2008; Jackson, 1998).

Otro punto es que en los perfiles de varones no hay menciones, como en los de las mujeres, acerca de que las personas que buscan sexo casual se abstengan. Si bien en las mujeres puede haber un deseo meramente sexual, genera molestia que no exista un cortejo previo. En las entrevistas las mujeres se quejan por la rapidez con que algunos varones les plantean, a través de conversaciones de chat, que quieren tener sexo con ellas. Es decir, estas propuestas

inmediatas se corren de la forma romántica de cortejo que opera como guion deseado y esperado por las mujeres al momento que dos personas entran en contacto.

Por último, las referencias a los/as hijos/as aparecen en las fotografías y en las descripciones de los perfiles tanto de mujeres como de varones. A partir de las mismas proyectan la idea, aunque sea a nivel de imagen virtual, de que sus hijos/as son una prioridad en sus vínculos. Tal como he explicado en el capítulo 2, en “Motivaciones: maternidad y paternidad”, la maternidad y la paternidad son deseadas en todos los casos. Cuando se acercan a los cuarenta años de edad esos deseos son vehiculizados de manera diferente según el género de los actores. Las mujeres que no hayan conseguido pareja buscarán a partir de técnicas de reproducción biotecnológicas (Ariza, 2014). Mientras que aquellas de cuarenta años con hijos/as eligen principalmente varones que tengan hijos/as o que no quieran tenerlos, dado que no desean tener más de los que tienen. Por su parte, los varones no aparecen informándose sobre alternativas para poder cumplir con el deseo de paternidad, en tanto no se ven apremiados por el “reloj biológico” (Dever y Saugeres, 2004; Klinenberg, 2012), y a la vez hay una mayor aceptación social a que se relacionen con mujeres más jóvenes. Los varones con hijos/as, a diferencia de las mujeres, no descartan la posibilidad de tener otros/as.

3. Percepciones y usos de los espacios de sociabilidad

La autonomía del deseo sexual y la apuesta por el goce (Elizalde y Felitti, 2015; Gregori, 2011; Hakim, 2012; Illouz, 2012) permitió la emergencia de distintos espacios sociales, donde las mujeres y los varones heterosexuales llevan a cabo encuentros eróticos y afectivos, basados en los criterios de selección descriptos (corporales, tipo de vínculo, si tienen hijos/as, estado civil, clase social). Los espacios

frecuentados por los/as entrevistados/as incluyen bares, discotecas, sitios y aplicaciones de citas, sitios virtuales de contenido sexual, eventos de *speed dating*, empresas que forman parejas, lugares donde la gente va a tomar clases de tango, salsa o bachata. Si bien no todos estos lugares han sido creados para que las personas busquen encuentros eróticos y/o afectivos, si lo analizamos desde De Certeau (1996), vemos que los sujetos se reapropian, hacen uso de los mismos y generan una producción secundaria, devienen espacios de búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos.

Los espacios y los sentidos que los sujetos les otorgan están atravesados, tal como expliqué al comienzo del capítulo, por la sexualidad y el género de las personas (Conlon, 2004; Lefebvre, 1991; Massey, 1994). Los espacios no son simplemente un escenario, sino que son constantemente (re)producidos dentro de complejas relaciones entre la cultura, el poder y la corporalidad, y varían a lo largo del tiempo (Low, 2003). Es decir, los espacios están permeados, a la vez que son constitutivos y productores, por relaciones sociales sexo- generizadas.

A partir de la descripción de los espacios cara a cara (*speed dating*, clases de salsa y bachata y catas de vino) y los virtuales (Tinder, Happn, Match y Badoo), realizada en la Introducción, analizo cómo son percibidos y utilizados por sus usuarios/as estos ámbitos de sociabilidad. En primer lugar, examino qué diferencias marcan los/as entrevistados/as entre sociabilizar cara a cara y en el ámbito virtual desde los cuatro aspectos más ponderados por las personas que entrevisté: la comodidad, la seguridad, la accesibilidad y la cantidad de encuentros. En segundo lugar, en tanto las aplicaciones y sitios sociales son una novedad en la manera de vincularnos y dado que son los medios de encuentro elegidos por los sujetos de estudio, analizo las apreciaciones y los usos que les dan; y en tercer lugar, abordo los efectos erotizantes y de incremento de la autoestima que genera

sociabilizar en espacios cara a cara y virtuales, a partir del análisis de las clases de salsa y bachata y las aplicaciones Tinder y Happn.

3.1. Comodidad, seguridad, accesibilidad y cantidad

Son múltiples los puntos de comparación que realizan las personas entre buscar encuentros cara a cara y de manera virtual. En este apartado me detengo en los aspectos que emergieron con más frecuencia durante el trabajo de campo cuando las personas compararon los ámbitos de sociabilidad según sus intereses personales. La comodidad, seguridad, accesibilidad y cantidad de perfiles son los aspectos ponderados por las personas al momento de sociabilizar con vistas a tener encuentros eróticos y/o afectivos.

En el contexto de modernidad tardía en el cual la biografía individual tiene un papel protagónico, el interés por el bienestar personal se acentúa y, en tanto hay una escasez del tiempo, las personas buscan encuentros eróticos y/o afectivos en sus tiempos muertos (Beck y Beck-Gernsheim, 2001; Illouz, 2007, 2012). Los espacios virtuales emergen (y devienen), en este marco, como la forma privilegiada desde la cual entablar este tipo de encuentros de forma cómoda y productiva. Sin con esto desconocer la existencia de los espacios de sociabilidad cara a cara donde entablan vínculos eróticos y/o afectivos y que son analizados en este libro.

A partir de la reconstrucción de una escena (Paiva, 2006) vivida por Sandra, ilustro la comodidad que brindan los ámbitos virtuales, en este caso un chat telefónico, al momento de buscar, y la cantidad de opciones que habilitan. Estos espacios son diferentes a los ámbitos cara a cara, donde las personas deben prepararse para salir y desplazarse de sus hogares para conocer a otros/as, aun cuando estén cansadas.

Sandra conoció el chat telefónico una noche que estaba sola mirando una película. En el corte publicitario decía “si quieres conocer amigos o al amor de tu vida entrá en...”.

Ella pensó que no tenía sentido y que era imposible conocer al amor de su vida o a un amigo por ese medio. Le parecía, como ella misma define, “una estupidez”. No obstante, anotó el teléfono que veía en la pantalla. Unos meses después se hizo un perfil y comenzó a usarlo. Ella lo utilizaba, generalmente, los sábados a la noche cuando estaba aburrada en su casa, mientras miraba una película y se tomaba un “rico vino”. Le gusta estar en su casa. El frío del invierno porteño y el cansancio de la semana hacen que prefiera quedarse acostada en el sillón de su casa, acompañada de su perra. Mientras, disfruta escuchando cómo se describían los varones.

Fernando (50 años), que usa Match y Badoo, también se refiere a la idea de comodidad. Dice: “es como estar en un bar, pero estás en *shorcito* desde tu casa, sin gastar dinero, mirando”. Desde nuestras casas, en pantalones cortos, ponderamos la multiplicidad de posibles candidatos/as que se adecuan a nuestros intereses y deseos. Los ámbitos virtuales permiten una racionalización de las búsquedas, en tanto las personas pueden visualizar todo el campo posible de candidatos/as (Illouz, 2012: 237).

Para Fernando, sociabilizar en el ámbito virtual le permite no tener que estar vestido ni gastar dinero, tal como sería en un bar. Las aplicaciones y sitios de citas democratizan el acceso, desde lo económico, a sociabilizar. La forma de búsqueda virtual no implica un gasto —como puede ser pagar una entrada y/o tomar o comer algo—, o si lo hace es bajo¹⁷, según la percepción de los propios/as entrevistados/as. En cambio, el gasto que implica salir a un bar o a una discoteca, que son los ámbitos cara a cara donde más suelen ir los/as entrevistados/as para vincularse eróticamente con otros, es mayor. Sin embargo, desde fotografías donde

¹⁷ No obstante, todas las aplicaciones tienen en común la opción de pagar para acceder a una cuenta premium que habilita otras funciones que, en algunos casos, mejoran la cantidad de personas que se pueden conocer y, en otros, hacen más visible el perfil del usuario. Este punto será desarrollado en el capítulo 4.

aparecen en escenarios cara a cara, signados por el consumo y el ocio, ellos/as proyectan una imagen de sí que consideran que los hará lucir atractivos/as.

Las entrevistadas relatan situaciones que consideran abusivas en entornos virtuales. Por ejemplo en Badoo, donde no es necesaria una previa autorización en el chat, comentan de escenas en las cuales varones desconocidos les envían fotos de sus genitales o las invitan de forma directa a tener relaciones sexuales. En Tinder, donde ambos usuarios entran en contacto luego de que hayan marcado recíprocamente agrado, las mujeres relatan episodios similares. No obstante, las discotecas son nombradas como el ámbito donde las entrevistadas dicen sentirse acosadas con mayor frecuencia. En los casos de Edith (42 años) y Constanza (36 años), si bien son reflexivas sobre este aspecto, no les molesta y continúan yendo y conociendo gente en ese ámbito. Pero en los casos de Ángeles (39 años) y Cintia (39 años) se les vuelve insoportable y prefieren no ir. Dice Cintia: “en los boliches si se te acercan es para encararte de una o *boludear*. No me siento cómoda para nada, lo último que podés hacer es bailar”. Estas entrevistadas quieren encontrar pareja y consideran a esos espacios incompatibles con sus deseos. Según ellas, allí nadie está buscando una relación y lo que priman son búsquedas sexuales atravesadas por formas de cortejo masculinas no románticas, como serían las miradas y el diálogo (Luhman, 1985; Serna, 2014). Esto lo visualizan en que varones desconocidos se les acercan demasiado corporalmente y buscan, luego de un breve diálogo, besarlas.

En relación con las representaciones sobre la seguridad respecto a conocer a alguien a través de las aplicaciones y sitios de citas, para Edith (42 años), Fernando (50 años) y Leonardo (35 años) es lo mismo que en una discoteca o en un bar. Explica Edith sobre un encuentro erótico que tuvo con un varón que conoció en Tinder: “era lo mismo que si lo conocía en un boliche. Es lo mismo, lo mismo, lo mismo. No conocés nada de la otra persona”. Para Leonardo son más seguros Tinder y Happn porque están relacionados a

Facebook, lo cual nos permite saber si tenemos contactos en común. Asimismo, desde Facebook se puede mirar el perfil de la otra persona y desde los buscadores de Internet se puede indagar sobre ella.

No obstante, Cintia (39 años) y Carolina (49 años) toman medidas de precaución antes de tener un encuentro con alguien que conocieron a través del ámbito virtual. Le dejan a una amiga el número de teléfono de la persona con quien van a encontrarse y se reúnen en bares cercanos a sus casas. Circula entre las mujeres que usan estas aplicaciones el consejo de no subirse a autos de varones desconocidos. Juan (44 años) relata que él siempre les deja elegir a las mujeres el lugar donde encontrarse y que es consciente de que ellas toman precauciones previas a la cita. Comenta en relación con una cita que tuvo con una mujer que conoció en Happn: “me citó en San Telmo. Ella tomó las precauciones de ir a media cuadra a un lugar que esté explotado de gente por cualquier inconveniente, después me lo explicó”.

Por último, las búsquedas virtuales permiten sociabilizar de manera más accesible en dos aspectos: se entra en contacto con solo bajar la aplicación y se puede buscar a cualquier hora y en cualquier lugar. En un contexto donde los/as entrevistados/as indican que carecen de tiempo para ir a lugares cara a cara o que tienen tiempos libres entrecortados, lo virtual se vuelve un terreno fértil para sus búsquedas. Otra de las características de las aplicaciones y sitios de citas, en detrimento de los espacios cara a cara, es que permiten que sus usuarios/as sociabilicen de forma múltiple y en cantidad. Los sujetos chatean en simultáneo con varias personas. A su vez, estos ámbitos virtuales les facilitan el contacto a aquellas personas que son más tímidas para vincularse cara a cara.

En resumen, las aplicaciones y sitios de citas son una forma novedosa de conocer personas y de sociabilizar. Si bien priman la intelectualización, el hedonismo, la visualización y una lógica de maximización de las utilidades en las búsquedas (Illouz, 2012: 238), también hay diálogos

signados por la seducción, a saber, indicarle a la otra persona que salió muy bien en sus fotos o decirle que sus tópicos de conversación son interesantes. Asimismo, operan criterios de selección como en las búsquedas cara a cara.

Las aplicaciones, que son los ámbitos que más frecuentan las personas que no están en pareja para vincularse erótica y afectivamente con otro, son un nuevo puente para posibles encuentros cara a cara. A la vez que, en tanto somos sujetos *cyborgs* (Haraway, 1991), nuestra corporalidad se fusiona y experimenta desde lo virtual. La sociabilidad en este ámbito tiene efectos emocionales concretos en el registro corporal de los sujetos, como enojo, agrado, excitación, entre otros (Kaplún, 2004).

3.2. Apreciaciones y usos de las aplicaciones y sitios de citas

Los sitios y aplicaciones de citas son los espacios más frecuentemente elegidos por los/as entrevistados/as para sociabilizar erótica y/o afectivamente ¿Pero qué apreciaciones y usos les dan a estos ámbitos virtuales novedosos? Match, a diferencia de Badoo, Tinder y Happn, tal como expliqué en la Introducción, actúa por medio de filtros y de algoritmos de compatibilidad y su finalidad es la de generar vínculos de pareja. Según la asesora en vínculos de Match para América Latina entrevistada, más del 75% de las personas que usan Match en América Latina dicen estar buscando una relación con compromiso. La asesora indica, sin tener datos estadísticos, que dentro de ese porcentaje hay más mujeres que varones.

Los/as entrevistados/as consideran a Match como un ámbito en el cual las personas buscan pareja. Mónica, quien tiene 57 años y sociabiliza en ámbitos de citas desde la década del noventa, explica que en Match importa lo que escriben las personas. Dice que “es importante el *speech* (discurso)” y no es todo tan directo como en Badoo, donde, según ella, no hay lugar para el cortejo.

Fernando, quien a lo largo de su soltería ha utilizado tanto Match como Badoo, considera a Badoo como un espacio de encuentros sexuales ocasionales. Mientras que en el caso de Match, a partir de lo que él comenta y la información que las personas escriben en sus perfiles, observo que los/as usuarios/as apuntan más a buscar pareja.

E.: ¿Tuviste algún encuentro que haya sido de una noche y se termine?

Fernando: Hay páginas que por ahí en ese momento eran más para encuentros ocasionales como Badoo, por ejemplo, gente que buscaba algo más ocasional o sexo ocasional. Había páginas que eran para algo de seriedad. En el *ranking* de seriedad podía estar Match, entre comillas la más seria de todas (...). En general, el usuario de Match es un usuario que, digamos, busca una relación más seria. Tanto los hombres como las mujeres. En cambio, Badoo es todo lo contrario. Badoo es más para encuentros ocasionales (Fernando, 50 años).

Para distintos/as entrevistados/as, Badoo es una página utilizada por personas que Aldana (50 años) define como “de otro nivel”. Para ella esto se observa en que los/as usuarios/as se sacan fotos frente al espejo y en que tienen un nivel educativo menor respecto a ella que es docente. La misma idea es reforzada por Santiago (47 años). Cuenta que él usó Badoo por un período de tiempo, en especial para divertirse y mirar fotos. Tuvo un solo encuentro, fue corto porque la otra persona no le agradó. Según el entrevistado, en esa aplicación se encontraba con gente que escribía mal. Tal como él expresa, “no te voy a decir que la gramática me calienta pero me descalienta”.

A medida que las aplicaciones se popularizan, los/as entrevistados/as buscan otros ámbitos virtuales donde relacionarse. Las personas que utilizaban hace alrededor de seis años Badoo o Zonacitas comenzaron a usar Tinder, creada en el año 2012. Tinder, para el año 2017, también está en un proceso de masificación y popularización y muchos/as de sus usuarios/as la vinculan más con el sexo casual que con la

búsqueda de pareja. Esto puede verse en que en los perfiles de Tinder de las mujeres heterosexuales, en relación con los de Happn, aclaran en sus descripciones que no buscan *touch and go* o sexo casual, tal como expliqué en el apartado “Tipo de vínculo” dentro de este capítulo. Asimismo, Leonardo (35 años) dice que él usa Tinder y Happn, pero que para él Tinder es “más para *coger*”, mientras que en Happn conoció a su exnovia.

No obstante estas representaciones más sexuales sobre las aplicaciones y los sitios de citas, también allí las personas consiguen pareja, como por ejemplo en el caso de Paz, una mujer de 37 años que yo entrevisté para tener el relato de alguien que esté actualmente en pareja y que la haya conseguido a partir de estos medios. En el lapso de dos años, Paz ingresó en Zonacitas, encontró una pareja, se fue a vivir con él y, al momento de la entrevista, estaba embarazada. A partir de este caso vemos cómo Zonacitas, que para Celeste y Mónica es un sitio donde la gente busca sexo casual, es el ámbito donde Paz se puso en pareja.

La decisión de Paz fue pragmática. Hacía muchos años que no tenía pareja y quería, antes de cumplir 40 años, tener un/a hijo/a en el marco de una relación de pareja formal.

Paz: (...) En lo último que me metí, que fue donde conocí a mi pareja, es en Zonacitas. Y en Zonacitas no estuve mucho. Estuve un par de días. Lo conocí a él. Me cuadró en la foto, me cuadró en lo que hablamos. No me preguntes por qué. ¿Viste cuando alguien te cae bien o no te cae bien? Y era un *tipo*, más o menos, que cumplía los requisitos que yo quería (Paz, 39 años).

En su discurso no aparece una retórica romántica al momento de la búsqueda, sino más bien una racionalización, en pos de su objetivo. Illouz explica que las búsquedas a través de los sitios virtuales implican una racionalización que supone una comparación y una elección consciente y normativa entre distintos medios para llegar a un mismo fin (2012: 237).

En relación con las percepciones sobre los ámbitos virtuales eróticos y afectivos, si bien las personas los utilizan, se encuentran y hasta consiguen pareja, hay en los relatos apreciaciones valorativas (Meccia, 2012) sobre el nivel de exposición que implican. Ángeles (39 años) y Santiago (47 años) explican esta idea a través de la figura del “supermercado” o “vidriera”.

E.: ¿Qué sensación te generó la primera vez o las primeras veces que usaste Tinder?

Santiago: Me pareció divertido. Me pareció que estaba bien pensado ese efecto supermercado que tiene, digamos.

E.: ¿Supermercado por qué?

Santiago: Por la distinta cantidad de cosas y de gente que aparece, como una especie de góndola. Me causa gracia (Santiago, 47 años).

E.: ¿Cómo es eso?

Ángeles: Me siento expuesta en Internet por eso de que ven la foto, como que estás en una vidriera. De pronto Tinder es como más relajado, *me cago de risa* y bueno, todo el mundo lo usa y es una nueva forma de conocer gente, salvo que te presenten, yo ya no tengo ganas de ir a boliches ni me da ni quisiera conocer a alguien por un boliche. A menos que me presente a alguien un amigo o si se da en el trabajo, la nueva forma es Tinder (Ángeles, 39 años).

Si bien para ellos hay exposición y se crea un “efecto supermercado”, esto es vivenciado de forma divertida. Tinder les permite sociabilizar con otras personas y les resulta más cómodo que ir a un boliche o a otro espacio cara a cara, tal como explico en el próximo apartado. No obstante, en el caso de Celeste (46 años), aunque es usuaria de Match prima en ella un desencanto sobre encontrar pareja por este medio. Para ella la utilización de Match es la “soledad absoluta”, carece de realidad y de componentes románticos. Celeste aspira a los postulados románticos de la contingencia del encuentro, por fuera de cualquier explicación lógica racional (Badiou, 2012), y al éxtasis que genera

el acercamiento y el comienzo de una relación (Bataille, 2010). Asocia estos idearios solo con los encuentros que se dan cara a cara.

Por último, quiero referirme a cuándo se utilizan las aplicaciones y sitios de citas. Tal como he venido adelantando, hay una economía de su uso (Thompson, 1979). Las personas entrevistadas los utilizan en sus tiempos muertos: cuando están aburridos/as en el trabajo, a la noche antes de irse a dormir, cuando terminan de comer o mientras realizan otra actividad como mirar la televisión. Por ejemplo, Juan dice: “la uso cuando tengo tiempo libre, por ejemplo, estoy terminando de tomar un café y estoy solo, y disparo”. Con el verbo *disparar* se refiere a la acción de marcar un perfil con una cruz o un corazón, es decir, marcar agrado o desagrado. “Me gusta, no me gusta. Me gusta, no me gusta. Me gusta, no me gusta. Cruz, corazón. Cruz, corazón, cruz, corazón”. Esta descripción condensa la lógica fugaz e inmediata con la cual se rigen las búsquedas por estos medios. Pero esto no implica que no haya sociabilidad, sino que la hay con esas características, congruentes con los tiempos de la segunda modernidad (Maffesoli, 2009).

Ernestina (43 años) usa Tinder “solo para cuando tengo un tiempito y ver qué onda. Pero no es que lo tengo articulado cien por ciento a la vida. Y me protejo mucho de evadirme de mí misma”. El tiempo en las sociedades capitalistas actuales es un valor fundamental y debe ser utilizado de manera productiva (Thompson, 1979). Por ello utiliza las aplicaciones cuando “tiene un tiempito” y no aparece, en su relato, sustituyendo a otras actividades. A su vez, cuando la entrevistada indica que “me protejo mucho de evadirme de mí misma” aparece la idea de un sujeto que es reflexivo sobre su uso y que se cuida de no estar pendiente de la sociabilización por los medios virtuales, que está habilitada a toda hora y todos los días de la semana. El hecho de no estar pendiente de las aplicaciones y de usarlas en el tiempo libre, tanto en varones como en mujeres, se vincula a un contexto de individualización donde los sujetos viven sus

acciones como producto de su propia reflexividad, responsabilidad y autonomía individual, y al miedo de percibirse y ser percibidos como desesperados/as.

3.3. Efectos en el erotismo y la autoestima

En este apartado comparo los efectos en torno al erotismo y a la autoestima que genera la sociabilidad en un espacio de encuentro cara a cara, las clases de salsa y bachata, y en las aplicaciones Happn y Tinder. La autoestima es un afecto que aparece como una constante en lo concerniente a las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos. En un contexto de individualización, explica Illouz, “la obsesión cultural por la ‘autoestima’ en la actualidad no es más que una expresión de la dificultad que siente el yo para hallar puntos de anclaje de esa seguridad ontológica” (Illouz, 2012: 163).

La sociabilidad es un juego en el que se actúa *como si* todos sus participantes fueran iguales y *como si* se hiciera honor a cada uno en particular (Simmel, 2003: 90). Este accionar se observa en las clases de salsa y bachata, cuando las personas van cambiando de pareja de modo tal que todas las mujeres bailen con sus compañeros de nivel. A su vez, cuando termina la clase se incentiva a que varones y mujeres de diferentes niveles —principiante, intermedio y avanzado— bailen juntos. Prima una lógica de igualdad y se hace sentir a cada uno particular. Los profesores al principio de la clase preguntan quién es nuevo y piden aplausos a modo de recibimiento. También los profesores se preocupan de saber si alguien necesita algo.

A medida que las personas comienzan a ir a las clases de salsa y bachata, escuchan esos ritmos y van a bailar a otras discotecas afines con sus pares, pasan a ser parte del ambiente de la salsa y la bachata de la Ciudad de Buenos

Aires (Blázquez, 2014; Sívori, 2005)¹⁸. La noción de ambiente es empleada, también, por ellos/as mismos/as. Las clases de salsa y bachata son rituales de interacción en los cuales los/as partícipes se congregan en torno al bailar y escuchar estos ritmos. Esto les genera una experiencia compartida que aumenta su energía emocional (Collins, 2009).

Durante el proceso de aprendizaje devienen mejores bailarines y aumentan sus vínculos dentro del ambiente, van incrementando su sentimiento de membresía y estatus dentro del mismo (Collins, 2009: 1, 2). Esto se va generando en rituales de interacción, encadenados y cargados de energía emocional, que sus miembros van compartiendo, y a partir de los cuales infieren, desarrollan, (re)producen, perciben, improvisan creencias, valores, memorias en común, estructuras, símbolos compartidos y moralidades.

El modelo de ritual de interacción de Collins (2009) sirve para el análisis de las clases de salsa y bachata, dado que en ese contacto cara a cara hay un contagio emocional de intereses y actividades entre sus miembros en torno a estos ritmos. En estas clases hay también sentimientos de solidaridad y preocupación por cada uno de los/as participantes. Explica Collins (2009) que habrá una exitosa construcción en la coordinación emocional dentro de los rituales de interacción cuando haya sentimientos de solidaridad. El resultado emocional a largo plazo es la sensación de ser miembro de un grupo, lo cual otorga estatus.

En este espacio de sociabilidad se ponen en juego las formas de erotismo, a partir de la coquetería (Simmel, 2003). Esta implica un *quizás* que se da en el juego de aceptar y rechazar. Las clases de salsa y bachata se rigen por un juego donde el erotismo es una forma de relacionarse, a

¹⁸ En las catas de vino se generan lógicas similares al ambiente de la salsa y la bachata: un ethos compartido, intereses en común y un espacio de sociabilidad definido por sus miembros como un “club de amigos”. Este ambiente, a diferencia del de la salsa y la bachata signado por la cotidianidad y una gran cantidad de actividades, implica una mayor autonomía del sujeto y no es necesaria la presencia constante.

partir del contacto de los cuerpos cuando se baila y por los comentarios con alto contenido sexual que circulan entre varones y mujeres.

Cuando las personas están aprendiendo nuevos pasos de baile se las nota concentradas y la coquetería disminuye, pero cuando ya los tienen incorporados, su *performance* implica coqueteo. Los pasos de baile los ponen en práctica con su *partenaire* a partir de gestualidades marcadas por el deseo hacia el otro —con expresiones corporales como tocarse el pelo, sonreírse, mirarse, tocarse los cuerpos más allá de lo que requiere el paso, bailar pegados y caras de placer, entre otras— y rechazarse cuando termina el tema. La coquetería también se ve en risas cómplices y hacerse chistes con doble sentido, sin que esto luego implique vincularse sexualmente.

Una de las organizadoras realiza constantemente comentarios que colocan lo erótico como una forma de levantar la autoestima de sus estudiantes mujeres y de enseñar la danza: “a ver *nenas* nos tienen que llevar bien [los hombres]” y, tomándose como referencia a ella misma, continúa: “este metro cincuenta tiene que estar bien llevado”. Ella apela a una construcción de género en la cual las mujeres son un sujetopreciado, casi infantilizado, que debe ser bien tratado. Desarrolla una pedagogía del goce (Elizalde y Felliti, 2015). Ella busca con sus frases y dinámicas que las mujeres y varones incrementen su autoestima. Les dice a sus “alumnos/as”, tal como ella los/as llama, “hay que ser *sexy*, practiquen en sus casas, mírense al espejo” y les indica que hagan movimientos como quebrar la cadera y menear. Esto genera risas entre los/as estudiantes, a la vez que los/as erotiza.

Este espacio opera como una tecnología de género signada por guiones sociales heteronormativos. Las mujeres son las que “embellecen el baile”, pero el que marca y lleva es el varón. Esta idea es reforzada a partir de frases como “esto es como la vida misma”. Dice una de las profesoras: “los varones tienen que dar seguridad y paz” o “manéjennos,

llévennos que nos encanta”. Hay una pedagogía erótica, que ella misma enuncia: “no saben la suerte que tienen de tener una profesora mujer porque no solo les voy a enseñar a bailar sino que también les voy a dar *tips* para levantar minas y sobre las minas”. Los guiones pedagógicos a los que apelan los/as organizadores/as apuntan a que las mujeres gocen mientras bailan, son vistas como sujetos activos, pero a su vez apuntan a una mujer entregada al varón. Los/as organizadores/as reinstalan, a partir de esas frases que son percibidas por ellos/as y su público de forma graciosa, una masculinidad que coloca a los varones como quienes deben tomar las decisiones de los pasos y a las mujeres cercanas a las emociones, embelleciendo el baile (Burin, 2003).

En ese espacio, y a partir de estas dinámicas, los cuerpos, desde la sensualidad, se erotizan. A medida que fueron pasando las clases observé que personas que habían comenzado a ir a las clases de salsa y bachata al mismo tiempo que yo, a los cuatro meses se habían cortado y/o teñido el pelo, su espalda estaba más erguida y su *hexis corporal* (Bourdieu, 1990) se mostraba más desenvuelta. Esto se debe a que a medida que pasó el tiempo comenzaron a formar parte de un ambiente que los/as valora como pares (Collins, 2009).

La sociabilidad dentro de este ambiente se da en una interrelación entre el *online* y el *offline* (Constable, 2008; Kaufmann, 2012; Linne y Basile, 2014; Rodríguez Salazar y Rodríguez Morales, 2016) o, como lo denominan Briones Medina (2017) y Floridi (2015), el *onlife*, sin con esto afirmar que cada espacio de sociabilidad no posea lógicas propias tal como desarrollo a lo largo del libro. Los miembros son parte de los grupos de WhatsApp. A los grupos de WhatsApp se accede luego de demostrar que se está interesado en el ambiente. Esto se logra a partir de ir siempre a las clases, sumarse a las cenas y a las actividades que realizan en conjunto (festejos de cumpleaños, ir a bailar los fines de semana a otras discotecas de salsa y bachata y ser parte del alquiler

de una quinta donde pasan un fin de semana largo al año).¹⁹ El ambiente es una forma de contacto social porque implica una unidad en la cual un grupo de individuos intercambia palabras u otros rituales de reconocimiento y de ratificación de la participación mutua. En el contacto social los individuos se dirigen espontáneamente los unos a los otros en base a actividades compartidas (Goffman, 1979: 85, 86). Quien deja de participar en las actividades del ambiente recibe críticas, a modo de chistes, y comentarios por parte de sus pares. Pero si esa actitud continúa es, paulatinamente, corrido del ambiente, se lo deja de invitar y las personas realizan comentarios negativos al respecto.

Alicia, una mujer que entrevisté cara a cara y por correo electrónico con el propósito de historizar sobre los espacios de sociabilidad, al momento de la entrevista tenía 55 años y había conseguido pareja hacía cinco años en un sitio de citas. Mientras estuvo sin pareja, tomó clases en este espacio de salsa. A partir de un recuento sobre su trayectoria afectiva define a este espacio como un lugar desde el cual aumentó su autoestima luego de una depresión a causa del divorcio de su exmarido.

Alicia: Lo genial es que te cruzabas con personas de diferentes edades, lindas, feas, altos, bajos, gordos, flacos, *langas*, buenazos. Con todos tenías que bailar, a todos tenías que mirar a los ojos, todos te debían guiar, todos te debían tomar decididamente por la cintura y todos debían marcarte qué *firulete* hacer. ¡Éramos felices bailando! Fue una experiencia maravillosa, que me sirvió mucho en mi autoestima, mi confianza (...). Yo empecé a ir ahí para conocer alguien, pero para mí terminó siendo un espacio para olvidarme de los problemas, mover el esqueleto, traspasar, escuchar música hermosa y vivir un momento de solo placer (Alicia, 55 años. Entrevista por correo electrónico).

¹⁹ Dinámicas grupales similares son identificadas por Carozzi para su análisis del ambiente del tango y las milongas en la Ciudad de Buenos Aires (Carozzi, 2014).

En las entrevistas aparece que a este espacio de sociabilidad, a pesar de que fue creado con la finalidad de brindar clases de salsa y bachata, concurren principalmente personas que no están en pareja y que quieren conocer a otras personas, en tanto lo presuponen como un lugar de levante. Es decir, al igual que Alicia le adjudican, al comienzo, otro uso.

Para Miriam, volver a ser parte del ambiente de salsa y bachata, luego de separarse de una relación de convivencia de dos años, le sirvió para mejorar su autoestima y re-erotizarse.

Miriam: (...) Yo bajé doce kilos. Me mejoré en todo. Ahora me arreglo para salir. Antes ni me arreglaba. Viste como que había perdido un poco lo que es la autoestima. Pero no, la verdad que no me puedo quejar (...). Yo la semana pasada vengo de festejo desde el miércoles. Salí miércoles, jueves, el viernes frené porque no daba más. Sábado de vuelta, dormí dos horas y el domingo volví a salir porque la fiesta de mi hermano (...) (Miriam, 35 años).

El cuidado por continuar siendo parte del ambiente, en tanto lugar de amigos/as y de pertenencia, termina teniendo un peso mayor que el de tener relaciones sexuales. Si bien las personas sin pareja comienzan a ir para conocer gente, en un contexto social de individualización y donde el modelo de pareja para siempre ha perdido lugar, termina volviéndose un espacio de contención, de amistad, de anclaje, hasta de familia. Hay un *ethos* propio de códigos e intereses compartidos en torno a la salsa y la bachata (Sívori, 2005).

Si bien en las entrevistas mencionan que es preferible “no meterse con alguien del ambiente”, en la práctica aparece que se vinculan sexualmente entre ellos/as, pero que

intentan mantenerlo en secreto.²⁰Según explican, se han dividido grupos, en diferentes oportunidades, a causa de que dos mujeres se pelearon por un varón. Prefieren vincularse eróticamente con personas por fuera del ambiente.

Otro componente que se visualiza es que las dinámicas propias del ambiente salsero y bachatero llevan a que las personas que concurren habitualmente sean, mayoritariamente, solteras. En las entrevistas hacen referencia a que excompañeros/as dejaron el ambiente porque a sus parejas los/as ponía celosos/as. A la vez que ellos/as mismos/as dicen que los pondría celosos/as salir con alguien que baila salsa y bachata. Esto se debe a la cercanía corporal que implican los bailes y a la intensidad del vínculo con sus pares. Los celos y el control son prácticas violentas ancladas en una retórica romántica de la entrega y la exclusividad (Palumbo, 2015). Como prueba de amor dejan este ambiente. Una de las estudiantes, en una charla informal, me comentó que ella dejó de bailar porque estaba en pareja y a él no le gustaba, y cuando regresó al ambiente lo primero que le preguntaron fue “¿te separaste?”.

En resumen, en el espacio de sociabilidad de salsa y bachata observado lo que se vislumbra es una re-erotización en términos subjetivos y un incremento de la autoestima que impacta en el capital erótico, en el marco de una sociabilidad signada por el coqueteo —“quizás tú puedas conquistarme, quizás no” (Simmel, 1961: 62)— y la generación de un grupo de pertenencia. La re-erotización, a partir de la vestimenta, el movimiento y el contacto con las otras personas, no implica necesariamente el establecimiento de relaciones sexuales. El baile, tal como amplió en

²⁰ En el ambiente del tango y la milonga, Carozzi identifica que las “historias”, tal como son denominadas por sus entrevistados/as, se mantienen en secreto. Pero, a diferencia del ambiente de la salsa y la bachata, explica que esto se debe principalmente a que les permite a sus usuarios/as “involucrarse en varias historias al mismo tiempo y elegir con cuál de las o los presentes ‘irse’ en una noche determinada, o bien apostar a concertar un encuentro sexual con un compañero o compañera totalmente nueva” (Carozzi, 2014: 116).

el capítulo 5, es una forma de expresión erótica en sí misma por encima del establecimiento de vínculos que involucren relaciones cogenitales (Ward, 1997; Carozzi, 2014).

Las personas que van a salsa y bachata, al igual que aquellas que acceden a los eventos de *speed dating* y a las catas de vino, circulan bajo la lógica del vagabundeo (Deleuze, 2005 en Dipaola, 2013) entre espacios de sociabilidad eróticos cara a cara y virtuales. Si bien prima este devenir entre uno y otro espacio, cada uno de ellos posee dinámicas propias que nos permiten compararlos.

La sociabilidad en los ámbitos virtuales es más fugaz e implica menos intensidad que el ambiente de salsa y bachata. El tiempo estipulado para decidir si la otra persona nos parece atractiva o no se da bajo una ética del instante (Brea, 2007; Maffesoli, 2009). Esta lógica es la que rige. Si queremos volver a ver un perfil que marcamos con una cruz hay que tener, por ejemplo para la aplicación Tinder, la opción de Tinder Plus que es paga y habilita la opción “deshacer”.

En la fugacidad de los ámbitos virtuales, los individuos sociabilizan. Para las plataformas de Badoo, Tinder y Happn todas las personas son *como si* fuesen iguales (Simmel, 2003; Maffesoli, 2009). Sus filtros, a diferencia de Match que es un sitio de citas que opera por medio de filtros y algoritmos de compatibilidad entre perfiles, son solo por geolocalización y edad. La geolocalización y la edad son dos aspectos que todos/as los/as usuarios/as deben indicar y son modificables.

Armarse un perfil no implica que los/as usuarios/as vayan a tener encuentros virtuales o cara a cara. En el transitar por la aplicación se da el coqueteo, prima un quizás. “Se oscila entre el medio sí y el medio no” (Simmel, 2003: 92). Estoy en la aplicación y puedo quizás marcar con un corazón, quizás comenzar una conversación, quizás seguir la conversación y quizás pueda encontrarme cara a cara con la otra persona o no.

En los encuentros virtuales la cantidad de personas con las cuales se habla es considerablemente mayor respecto a los espacios cara a cara, pero las interacciones son solo entre dos personas. Esto es diferente a lo que sucede en los ámbitos cara a cara donde, por ejemplo en las clases de salsa y bachata y en las catas de vino, se conforman dinámicas grupales. Otro punto respecto a las interacciones en el espacio virtual es que la mayoría de los encuentros, a través de conversaciones por chat, mensajes de texto y/o audio, no trascienden dicho ámbito. En relación con el registro corporal queda circunscripto a las fotografías que circulan en los perfiles. Solo en el caso de Azul (40 años) se enviaron fotografías desnudos con otro usuario, pero nunca se vieron cara a cara. Esto según la entrevistada la erotizó tanto como un encuentro cara a cara.

Los chats de Tinder y Happn tienen un diseño que vuelve engorrosa la conversación, es posible que no aparezcan los mensajes recibidos y no tiene opciones, como por ejemplo mensajes de audio, que sí posee WhatsApp. Cuando hay afinidad, las personas entrevistadas, luego de chatear a través de las aplicaciones, suelen pasarse los contactos de WhatsApp. Si continúa habiendo energía emocional entre ambas partes, se hablan por teléfono y/o se envían mensajes de audio. Esto puede devenir en un encuentro cara a cara. En términos generales, si esta carrera, desde marcar con un corazón un perfil hasta concretar el encuentro, se da sin interrupciones, suelen encontrarse cara a cara en el lapso de una semana.

Las conversaciones son medios a partir de los cuales los/as entrevistados/as aumentan su autoestima.

E.: ¿Cómo estás ahora?

Laura: (...) Yo cuando me separé estuve acompañada de la mañana a la noche con mis chicos de Happn, con un disfrute. Estaba sola, pero tenía la mirada o el saludo cotidiano, el “¿cómo te fue hoy?”, “contame qué hiciste a la mañana”. Yo venía de correr y “uy, ¡qué bueno!, ¿dónde corriste?”. Era como un estar con quince *tipos* rodeada, pero sola. Yo te

digo, no sé qué hubiera sido sin eso. Para mí eso fue como si hubiera sido el día y la noche. Hubiera sufrido la soledad, me hubiera angustiado, hubiera dicho “¿para qué *mierda* me separé?”. Hubiera dicho “mejor eso que estar sola”. Estaba disfrutando de todo sola. Sola básicamente pero con la mirada atenta de un montón de hombres. Bueno, muchos de esos hombres siguen estando (...). Me hice amiga, entre comillas, de varios. Con algunos cada tanto nos mandamos mensajes y hablamos de nuestras cosas, “¿cómo estás?”. Y hablamos todo el tiempo. No los conozco, pero creas vínculos como si yo los conociera, pero nunca los vi en la vida. Es muy loco eso. Es divertido (Laura, 48 años).

Laura continúa conversando con muchos de estos varones por el chat de Happn o por WhatsApp, aunque nunca los haya visto ni les interese, ni a ella ni a ellos, encontrarse. Es decir, desde la perspectiva de De Certeau (1996), le da otro uso a Happn, que se promociona desde su sitio web (<https://www.happn.com/es/>) como una aplicación de citas. Laura en la aplicación se hizo “amigos” con los cuales habla, se siente contenida y se dan consejos. A diferencia del ambiente de la salsa y la bachata, las amistades son virtuales, no se conocen cara a cara. Tampoco son grupos de amigos/as virtuales, sino que son amistades de a dos. Esto es diferente al ámbito cara a cara donde se conforman grupos de amigos/as.

Cuando se apagó el grabador continuamos hablando con Laura. Me explicó que para ella Happn fue un “chupete” que le permitió descargar ansiedad y tramitar el no estar más en pareja. Sus “chicos de Happn” la hicieron sentir acompañada y reafirmarse en su decisión de divorciarse, a la vez que la hacían sentir deseada y la divertieron.

Fernando, Sandra y Carolina me explican que ellos generaron amistades con personas que conocieron a través de las aplicaciones. Las mismas tuvieron lugar después de citas cara a cara en las cuales hubo compatibilidad intelectual y sinergia afectiva, pero no deseo erótico. En el caso de Sandra, la amistad duró un período corto de tiempo. Pero en el

caso de Fernando, al igual que en el de Carolina, hicieron unos/as pocos/as amigos/as que mantienen en el tiempo. En ambos casos refieren que algunas de dichas amistades hoy están casadas y que salen con ellas y sus parejas.

Los chats serán formas de sociabilidad siempre que las conversaciones sean fines en sí mismos, cuando prevalezca un “entretenerse conversando” (Simmel, 2003: 94). Las conversaciones que se tienen en estas aplicaciones son formas de sociabilidad en tanto el contenido sobre el que se habla no tenga un peso propio, sino que lo que importe sea el placer de conversar con el otro. También, entre los/as entrevistados/as aparece la idea de que la utilización de las aplicaciones y sitios de citas, si bien tienen como finalidad última el hecho de conocer gente, son utilizadas para lograr emociones positivas como divertirse y jugar. Consideran que quien “se mete en una página a buscar novio perdió” (Edith, 42 años). No obstante, tal como expliqué en este capítulo, las personas no hablan con cualquiera, hay criterios de selección operando. Con aquellas personas que cumplen con sus expectativas entablan conversaciones que no versan sobre temas profundos, sino más bien superficiales y que hacen al diálogo divertido, con chistes y buen humor. “La conversación sociable incluye que pueda cambiar fácil y rápidamente su tema; ya que este aquí solo es el medio, le corresponde ser tan intercambiable y ocasional (...)” (Simmel, 2005: 95). En otras palabras, el goce no está solo en conseguir un vínculo, sino en divertirse con otros chateando.

Sin embargo, este sociabilizar tiene límites. Por ejemplo en el caso de Mateo (44 años) comenta que en dos oportunidades estaba por concretar encuentros con mujeres que había conocido por Tinder y finalmente no sucedieron.

E.: ¿Las charlas por Tinder devinieron en encuentros?

Mateo: (...) Con dos chicas diferentes me pasó que nos estábamos por encontrar y finalmente no nos encontramos. Me pasó con una chica que me estaba por encontrar, como si

dijera mañana nos encontramos. El mismo día, era próximo, me mandó un mensajito diciendo que llegó el exnovio, que no sé qué cosa y que me suspendía el encuentro. Y también otra chica con la que me estaba por encontrar me mandó un mensaje diciéndome que se enfermó y no sé qué cosa, intercambiamos algunos mensajes y bueno, después nunca más. Otro poco como que fue “no estoy para cuentos” (Mateo, 44 años).

Para él prima un objetivo final que es encontrar pareja, por lo que su utilización de Tinder tiene una finalidad más marcada que en otros casos. Se aleja de la lógica del coqueteo, entre que sí nos vemos y no nos vemos, diciendo “no estoy para cuentos”.

La virtualidad, a diferencia del cara a cara, permite el diálogo con distintas personas en simultáneo. Esto puede generar, además de autoestima y sociabilidad, confusiones. Para evitar esto Cintia (39 años) dice que se anotaba en papeles lo que había hablado con cada uno de los usuarios. Es un código en la sociabilidad, dentro de este espacio, el recordar los temas de conversación. Para que un chat sea un ritual de interacción debe haber entre los sujetos un foco común y una consonancia emocional que creen una experiencia de realidad compartida (Collins, 2009). Si no se muestra interés en el otro, el ritual se cae. El cortejo romántico moldea las interacciones en los chats. Aunque no tengan como finalidad la conformación de vínculos de pareja, el otro se erotiza a partir de ser reconocido en su unicidad (Alberoni, 1988; Illouz, 2009).

Las mujeres entrevistadas comentan que algunos varones les envían fotografías de su pene, les piden fotografías de ellas o les hacen comentarios sexuales sin que haya una sinergia emocional entre ambas partes. Es más bien un deseo unilateral por parte del varón. Esto no las erotiza sino que les genera rechazo. Esta práctica implicaría la expulsión en los ambientes cara a cara observados. En el ámbito virtual, aunque existe la posibilidad de denunciar al usuario para que sea expulsado de la plataforma, las mujeres

tienden a resolverlo en términos individuales. La práctica más extendida de resistencia ante estas situaciones es el bloqueo de quienes actúan de ese modo. Esto no implica que la persona sea retirada de la aplicación, sino que solo le prohíben que interactúe con ellas. Otra práctica que les genera desagrado a las mujeres es el control que los varones ejercen cuando ellas no les responden rápido un mensaje. Carolina (49 años) dice que a partir de diferentes experiencias en los sitios web “aprendió a calar a la gente”.

E.: ¿Por qué preferís el ámbito virtual?

Carolina: Porque primero que lo virtual te permite eliminar. Al principio yo no tenía conciencia de que te permite eliminar fácilmente. Cuando yo recién me anoto en Match yo era una *nerd*, viste, recién caída del catre y no tenía idea de nada (...). Empecé a darme cuenta de las psicopatías de algunas personas. Por ejemplo, me pasaba que estaba charlando con alguien y me levanto de la computadora e iba a buscar algo. Tardaba dos minutos, volvía, y me encontraba (*tono perentorio*) “¡bueno, si no me querés contestar decímelo directamente porque ya te mandé tres mensajes y no me contestaste!”. Y yo leía eso y decía “ay, bueno, chau”. Decía este *tipo* es un enfermo porque si ya a una persona que no conocés, estás haciendo esos planteos no me quiero imaginar si lo conozco y no me quiero imaginar si tengo una relación con este *tipo*... (Carolina, 49 años).

Esta práctica violenta aparece en diferentes entrevistas a mujeres. Carolina, quien tuvo un matrimonio de dieciocho años signado por la violencia de género, luego de haber hecho terapia, donde realizó una relectura de su trayectoria afectiva, lleva a cabo una búsqueda acorde a sus expectativas (Giddens, 2006). Ella, al igual que las demás entrevistadas que comentan situaciones similares, descarta con el bloqueo a los usuarios que se dirijan de manera violenta contra ella a través de prácticas signadas por los celos y el control (Femenías y Aponte Sánchez, 2009).

En resumen, desde los chats de Tinder y Happn al igual que en el cara a cara los/as usuarios/as sociabilizan, ponen en práctica el coqueteo y se divierten. Se re-erotizan. A la vez que a través del diseño de sus perfiles presentan proyecciones de sí que les parecen agradables para sí mismos/as y que consideran que les gustará a otros/as usuarios/as, según sea el caso.

En ambos ámbitos los/as usuarios/as se reapropian, en términos de De Certeau, de los espacios. Tanto en las clases de salsa y bachata como en los chats las personas generan amistades. Pero esta sociabilidad se presenta con diferencias. En los ámbitos cara a cara se crean grupos de amigos/as y de pertenencia. Pasan a ser parte de un ambiente con códigos y lógicas fuertemente delimitadas. Sus gustos y parte de su identidad pasa a ser definida en términos de ese ambiente. En cambio, en la virtualidad no se genera un espacio de pertenencia y de definición subjetiva tan marcado como en el caso de la salsa y la bachata. Se crean amistades que se presentan entre dos y no a nivel grupal. Rige una mayor impersonalización y las “amistades” que se generan tienen lugar mayormente en la virtualidad y en algunos pocos casos en el cara a cara.

Recapitulación y conclusiones

Internet, al igual que las distintas esferas de la vida, está atravesada por dinámicas sexuales, de género, de clase, de edad, entre otras. Desde esa premisa, los sitios y aplicaciones de citas son una manera novedosa de sociabilizar erótica y afectivamente con otras personas. La virtualidad es un puente para encuentros cara a cara —hay una interrelación entre los vínculos que se generan entre el *online* y el *offline*—, como así también un ámbito de sociabilidad en sí mismo, con sus propias características.

En primer lugar, en este capítulo describí y analicé los criterios de selección —clase, estilo de vida, tipo de vínculo deseado, si tienen hijos/as o no, las características corporales y la edad— de varones y mujeres que no están en pareja, heterosexuales y de sectores de clase media, al momento de buscar encuentros eróticos y/o afectivos. Puse el foco principalmente en los ámbitos virtuales de sociabilidad que es donde opera con mayor rapidez la intelectualización sobre los perfiles que se observan y que es por donde más circulan los/as entrevistados/as.

Explicué que un/a usuario/a elegirá o no la imagen que se proyecta en un perfil si siente que hay un universo compartido con aquello que observa. Los sujetos no ofrecen simplemente una imagen, sino que desde las mismas se exponen como un todo. Esto puede resumirse en la idea de que la mirada del otro me constituye de modo indeterminado, de igual modo que yo constituyo al otro (Dipaola, 2015). Esta apertura o exposición conlleva que haya una multiplicidad de interpretaciones sobre una misma imagen (Danto, 2004; Nancy, 2006). Es desde estas interpretaciones que la imagen de una persona, cara a cara o virtual, puede transfigurarlo/a como un sujeto eróticamente deseable y que haya sociabilidad. Estas interpretaciones están atravesadas por recuerdos, trayectorias y valores provenientes del *habitus* de clase de las personas (Bourdieu, 1987).

En segundo lugar, interrelacionado con el primer objetivo, describí y analicé los modos a partir de los cuales los sujetos de estudio perciben y utilizan los espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales. Los/as usuarios/as hacen un uso de los mismos que no necesariamente tiene que ver con el propósito para el cual fueron creados (De Certeau, 1996). Tanto en salsa y bachata como en las aplicaciones virtuales, las personas tramitan el no estar en pareja, se hacen amigos y generan espacios de diálogo y contención.

Los aspectos que más ponderan las personas entrevistadas en relación con los ámbitos de sociabilidad son la accesibilidad, la comodidad, la seguridad y la cantidad de

posibles encuentros y candidatos/as. Si bien estos aspectos, en un contexto de individualización y de escasez de tiempo, vuelven más propicios a los ámbitos virtuales, algunos/as entrevistados/as marcan que en relación con la seguridad no encuentran diferencias con los espacios cara a cara. Asimismo, proyectan en sus perfiles imágenes de sí mismos/as, principalmente, en espacios de sociabilidad cara a cara donde hay escenarios marcados por el ocio y el hedonismo. En relación con las apreciaciones que hacen sobre los espacios de sociabilidad virtual, los/as entrevistados/as conocen qué tipo de vínculo buscar en cada aplicación y sitio de citas, por ejemplo Match está asociado a la búsqueda de pareja. Asimismo, hay una economía del tiempo (Thompson, 1979) respecto a cuándo usar las aplicaciones.

Por último, si bien la segunda modernidad configura un contexto de escasez de tiempo donde la ética del instante parece primar, en la fugacidad de los encuentros hay sociabilidad e intensidad (Maffesoli, 2009). Aunque los ámbitos cara a cara y virtuales tienen sus lógicas propias de sociabilidad, son espacios desde los cuales las personas se encuentran y divierten. Tanto bailando salsa como chateando, los sujetos, en un contexto de desanclajes, se re-erotizan, aumentan su autoestima y encuentran un grupo de pares con intereses en común.

SEGUNDA PARTE.
Las interacciones
en los espacios
de encuentro erótico y/o
afectivo

El mercado erótico y afectivo: los espacios de búsqueda y el papel de los/as empresarios/as del amor

En la primera parte del libro analicé las representaciones y motivaciones que atraviesan las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos. En esta segunda parte indago en las interacciones eróticas y afectivas que tienen lugar durante dichas búsquedas en espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales, comenzando por el marco donde se desarrollan las interacciones: el mercado erótico y afectivo. Como veremos, existe un amplio mercado de sitios web, redes sociales, aplicaciones, bares, eventos y discotecas destinados a la sociabilidad erótica y afectiva.

El objetivo de este capítulo es describir y analizar el mercado de encuentros eróticos y afectivos en el Área Metropolitana de Buenos Aires en la actualidad (2015-2017) y cómo son las interacciones que se desarrollan entre emprendedores/as de espacios cara a cara y clientes/as.

En primer lugar, esbozo mis coordenadas teóricas para abordar este tipo de mercado. En segundo lugar, describo y analizo el mercado, y me centro en los ámbitos cara a cara y virtuales que observé —catas de vino, clases de salsa y bachata, eventos de *speed dating*, Happn, Tinder, Badoo y Match—. Tengo en cuenta el contenido de la publicidad que circula, el tipo de usuarios/as que concurren, la accesibilidad a estos espacios, los cuidados que le dan a sus clientes/as y las motivaciones que tienen los/as emprendedores/as de

ámbitos cara a cara para organizarlos. Por último, analizo cómo los/as emprendedores/as de espacios cara a cara evalúan el vínculo afectivo que establecen con sus clientes/as.

En concreto, analizo: a) los mapas que elaboré a partir de las entrevistas —mapeé los espacios cara a cara que los/as entrevistados/as frecuentan para “conocer gente” o “levantar”, tal como ellos/as lo denominan—; b) las observaciones que realicé en espacios cara a cara y las entrevistas a sus organizadores; c) la información que aparece en los sitios web y, en el caso de Match, la entrevista a su asesora en vínculos para América Latina.

1. Servicios para la vida emocional

En un contexto de sociedad de riesgo y donde la disponibilidad de tiempo para la realización de actividades tiende a escasear, las soluciones de mercado pasaron a tener un lugar central. Dentro de estas soluciones se halla la mercantilización de lo afectivo, a partir de la compra y venta de servicios diseñados para los ámbitos emocionales de nuestras vidas, entre ellos los de búsqueda de pareja y vínculos eróticos.¹ Estamos ante lo que la bibliografía especializada considera una mercantilización de la vida íntima² (Elizalde y Felitti, 2015; Guerra, 2016; Gregori, 2011; Haack y Falcke, 2014; Hakim, 2012; Hochschild, 2012; Illouz, 2007, 2012; Piscitelli, 2009, 2011). Dentro de esta mercantilización y

¹ Como mostraré en este capítulo, las aplicaciones y sitios de citas, con sus diferencias, son utilizados mayormente de forma gratuita por sus usuarios/as. No obstante, estas empresas ganan dinero por la venta de publicidad, la venta de cuentas *premium* y la venta de información sobre gustos e intereses de sus usuarios/as a empresas.

² Existe una vasta bibliografía que problematiza estas cuestiones a partir del análisis del mercado sexual: Agustín (2005), Da Silva y Blanchette (2005), Gregori (2011), Guerra (2016), Heineman, MacFarlane y Brents (2012), Morcillo (2012), Pruitt (1995), Piscitelli (2004, 2009, 2011, 2014), Satz (2015).

en un contexto de mayor autonomía femenina, las mujeres aparecen como activas consumidoras del mercado sexual y afectivo. Hay una amplia oferta de bienes y servicios, como *coaching* (entrenamiento) sexual, libros, revistas y películas consagradas al erotismo y a la “sexualización” femenina (Elizalde y Felitti, 2015: 6).

Los mercados son formas de organización económica y social. Permiten la competencia y la cooperación entre personas que de otro modo serían completamente desconocidas entre sí dentro de un sistema voluntario, aunque con limitaciones internas y externas, de intercambio. Por medio de los mercados los individuos pueden comunicar deseos y difundir información. Es decir, los mercados no se limitan a intercambiar o vender productos (bienes o servicios), sino que contribuyen a la conformación de nuestra política, cultura e identidad (Satz, 2015: 17-20, 32).

Los espacios sociales destinados a la configuración de mercados eróticos y/o afectivos donde tienen lugar los encuentros pueden ser bares, discotecas, saunas, sitios virtuales de contenido sexual, sitios de citas como empresas dedicadas a la formación de parejas y las clases de diferentes bailes, entre otros (Illouz, 2012). No hay precios fijos que determinen el ser parte de estos espacios. En los ámbitos cara a cara, por ejemplo en los eventos de *speed dating*, hay personas que son invitadas y no pagan, otras abonan solo la entrada y otras pagan la entrada y consumen en la barra del lugar.

En el ámbito virtual, la existencia de las aplicaciones y sitios de citas nos enfrenta a un nuevo modo de generación de lazo social: la tercerización de la sociabilidad erótica, a

través de empresas que se encargan de crear espacios virtuales de sociabilidad diseñados para generar encuentros eróticos y/o afectivos.³

Una característica común dentro de los espacios de búsqueda de encuentros eróticos y/o afectivos, cara a cara y virtuales, es que existe competencia entre los/as participantes para posicionarse como sujetos deseables, aunque no se visualice explícitamente, y para buscar a quienes consideran sus mejores candidatos/as (Hakim, 2012: 314; Illouz, 2012: 240). Los sujetos compiten para valorizar sus capitales. Torrado en su definición de mercado matrimonial explica que en la formación de parejas las personas son oferentes y demandantes y accionan para valorizar el capital económico, cultural, social o simbólico a los fines de optimizar la elección de un/a compañero/a. El mercado, para la autora, “(..) está fragmentado por clivajes relacionados con la edad, la etnia, la religión, la clase social, la cultura, el nivel educativo, la localización residencial, etc.” (Torrado, 2007: 399).

Como expliqué en el capítulo 3, ya no existen mecanismos formales para unir en pareja a las personas (Bourdieu, 2004) como lo era el hecho de que la familia eligiera un/a candidato/a o cuando las elecciones eran por grupos cerrados, a saber, por religión u origen racial. La pérdida de estos mecanismos generaliza la competencia (Illouz, 2007, 2012). La cantidad de parejas potenciales aumenta. Los sujetos elegirán pareja de acuerdo a su *habitus* romántico, en el cual operan elecciones económicas y emocionales en simultáneo. Ante esta abundancia de opciones, los individuos ponderan sus necesidades, emociones y preferencias según su estilo de vida (Illouz, 2012: 77, 125). Esto, a su vez, posibilitó la proliferación de mercados eróticos y/o afectivos.

³ La información sobre comportamientos, intereses, gustos, etc., que los/as usuarios/as indican en estas aplicaciones es vendida a otras empresas. A partir de la generación de infinidad de datos de millones de personas —*big data* (Soria Guzmán, 2016)— las empresas pueden identificar, por ejemplo, tendencias y perfiles de consumidores.

La mercantilización de la vida amorosa en la modernidad tardía es ampliamente desarrollada por Illouz (2007, 2009, 2010, 2012). Uno de los ámbitos donde la autora encuentra un vínculo entre cálculo económico y amor romántico es en las elecciones amorosas (Costa, 2006). Analiza el mercado de citas, especialmente el virtual, desde una visión negativa, como aquel donde prevalece una búsqueda racional, bajo la lógica de costo-beneficio⁴ —tanto en tiempo como en el modo de acercamiento entre las personas—. Los espacios sociales destinados a la configuración de encuentros eróticos y/o afectivos se encuentran estratificados según la lógica de los consumidores y los nichos de mercado (Illouz, 2012: 78).

Para Illouz, el hecho de que las relaciones románticas estén dictadas por las normas del mercado se observa en que en los espacios de encuentros eróticos y/o afectivos rigen los principios del consumo masivo basados en una economía de la abundancia, la opción infinita, la eficiencia, la racionalización, la selección y la estandarización (Illouz, 2007: 192). Estos principios cuestionan diferentes postulados románticos. La racionalización cuestiona la idea de que el amor irrumpe contra toda voluntad y razón; la multiplicidad de opciones se opone al precepto del carácter único de la persona amada y de la exclusividad; y las aplicaciones y sitios de citas descorporizan las interacciones, mientras que el amor romántico está íntimamente relacionado con la atracción sexual (Illouz, 2007).

Por su parte, Costa (2006), para su análisis microsociológico sobre el amor romántico entendido como una forma de comunicación particular que destaca y separa a

4 Para Simmel (1986), en su análisis sobre las ciudades en la Alemania del siglo *style="font-variant: small-caps;">xix*, el cálculo como la indiferencia y el hastío son formas en las que la sociedad se manifiesta emocionalmente. No responden a características individuales de las personas, sino que son transformaciones emocionales que experimenta el urbanita. “Modificaciones que obedecen a ciertas condiciones de posibilidad y que no están referidas a personas aisladas sino a estas en relación con otras” (Sabido Ramos, 2007: 219).

los amantes de su entorno, retoma el análisis de Illouz entre economía y amor en las sociedades de modernidad tardía, pero marca un contrapunto. Explica que Illouz concentra su análisis de los rituales amorosos en definir el amor como una práctica cultural y pierde de vista cómo los rituales son integrados a la relación amorosa. Si bien el mercado ofrece los bienes que propician la vivencia del amor romántico y ayuda, inclusive, a proyectar el amor romántico como una forma de lo sagrado, el universo de pareja permanece resistente al mercado (Costa, 2006: 773).

En relación con el objetivo de este capítulo de describir y analizar el mercado donde las personas buscan encuentros eróticos y/o afectivos, tengo en cuenta la estrecha vinculación entre mercado y amor romántico (Hochschild, 2012; Illouz, 2009, 2012). Pero, a partir de la lectura de Costa, también indago en los sentidos y en las interacciones que se llevan a cabo entre los/as usuarios/as y los/as emprendedores/as de ámbitos de sociabilidad cara a cara y en las normas de uso y consejos que proveen las empresas virtuales de sociabilidad erótica y afectiva a sus clientes.⁵

⁵ En relación con los espacios de sociabilidad cara a cara, los considero y denomino como empresas pequeñas o emprendimientos en tanto sus organizadores/as no obtienen sus mayores ingresos mensuales por medio de los mismos, sino que provienen de otros trabajos que desarrollan. Asimismo, tampoco poseen empleados/as a cargo de manera fija. Ellos/as se encargan de toda la organización. Por ejemplo, en las catas de vino y en los eventos de *speed dating* los/as organizadores/as contratan por hora a personas para que los/as asistan. En el caso del evento de *speed dating* no tiene un lugar fijo de trabajo sino que es rotativo. Los organizadores de las clases de salsa y bachata no tienen empleados/as a cargo, sino que hay otros/as docentes que dan clases con ellos/as y que obtienen ganancias, al igual que ellos/as, según la cantidad de entradas vendidas. Una parte importante de las entradas se la queda la discoteca donde dan las clases. En los tres casos tienen otros trabajos: en el caso del organizador de las catas trabaja en su vinería, de lunes a sábado, y realiza, además, eventos de vinos para terceros; la organizadora de los eventos de *speed dating* tiene una empresa con su marido vinculada a otro rubro, en la cual trabaja a diario; y los organizadores de las clases de salsa y bachata trabajan en relación de dependencia en otros ámbitos. En cambio, las aplicaciones y sitios de citas pertenecen a grandes empresas vinculadas al capital globalizado, con oficinas, gran cantidad de empleados/as y ganancias extraordinarias.

Es decir, no desconozco que existe un mercado de consumo de rituales románticos que genera ganancias para las empresas —el grupo Match, donde también se encuentra Tinder, cotiza desde el año 2015 en la bolsa de Nueva York en el índice Nasdaq⁶ y, en una escala bastante menor, la mujer organizadora de los eventos de *speed dating* a partir de este emprendimiento logró su independencia económica, se separó de su exmarido y se compró una casa—; pero a través de mi investigación echo luz sobre cómo el mercado de encuentros eróticos y/o afectivos es percibido positivamente, con tensiones, por mis sujetos de análisis.⁷ Me alejo de la visión instrumentalista de Illouz y postulo que en los ámbitos cara a cara se generan lazos sociales atravesados por dinámicas de simetría, hay negociaciones emocionales y gracias a la acumulación de ritos de interacción, cargados de energía emocional positiva, se desarrollan otros vínculos de mayor cercanía, por ejemplo de amistad en el ámbito de las catas⁸, entre organizadores/as y usuarios/as (Collins, 2009). En los ámbitos virtuales, los sujetos sociabilizan de manera más igualitaria, como así también con más seguridad, comodidad y accesibilidad.

A diferencia de los “mercados nocivos”, en los cuales el conocimiento y la capacidad de acción de los sujetos son débiles o altamente asimétricos entre las partes (Satz, 2015: 125, 132)⁹, en los mercados eróticos y/o afectivos observo que en el nivel de los intercambios y en la relaciones que se

6 Noticia publicada en el diario *El Mundo* de España. (Recuperado de: <http://www.elmundo.es/economia/2015/11/19/564dff63ca474112198-b45eb.html>).

7 Illouz encuentra que sus entrevistados/as, en el contexto de Estados Unidos, perciben sus búsquedas en términos de costo-beneficio con una “combinación de cansancio y cinismo, un cinismo que a menudo fue también el tono dominante en muchas entrevistas” (Illouz, 2007: 189).

8 Entre emprendedores/as y clientes/as se generan vínculos que exceden la lógica del mercado. En el caso de las catas de vinos el organizador va a los cumpleaños de sus clientes/as, salen a comer juntos, él conoce a la familia de sus clientes/as, y viceversa.

9 En las transacciones que tienen lugar en los mercados nocivos, para Satz (2015) hay extremas vulnerabilidades adyacentes sobre una de las partes.

establecen entre las personas aparecen lógicas más equitativas y de cuidado entre los/as clientes/as y los/as empresarios/as. Por ejemplo, en las búsquedas de encuentros las mujeres están en una situación de mayor vulnerabilidad respecto a los varones. Tal como presenté en el capítulo 3 y como continúo desarrollando en el presente capítulo, las mujeres toman recaudos extras cuando van a encontrarse con varones que conocieron en aplicaciones o sitios de citas. En las mismas, en las secciones de “Condiciones de uso” o de “Reglas a la comunidad”, hay sugerencias y consejos que apuntan al cuidado de los/as clientes/as. En relación con los espacios cara a cara, en las entrevistas manifiestan que entablar un vínculo con alguien que concurre a las catas de vino, a las clases de salsa y bachata o a los eventos de *speed dating* les da la seguridad de que son del “ambiente” (Blázquez, 2014; Sívori, 2005) y son personas conocidas por el/la organizador/a.

Otro de los componentes que distancian los mercados eróticos y/o afectivos de los mercados nocivos es que en la toma de decisiones los sujetos se guían por sus intereses de bienestar y de agencia (Sen, 1987 en Satz, 2015). Los sujetos buscan activamente en estos espacios y toman en cuenta sus intereses al momento de entablar vínculos. Es decir, intervienen los criterios de selección, desarrollados en el capítulo 3, de clase, corporales, de género, entre otros.

Por último, en el mercado erótico y/o afectivo cara a cara, en el nivel de las interacciones, se generan vinculaciones afectivas positivas (Elias, 1999; García Andrade y Sabido Ramos, 2014). Se llegan a generar vínculos de amistad, compañerismo y contención entre los/as clientes/as y con los/as emprendedores.

2. Descripción del mercado erótico y/o afectivo

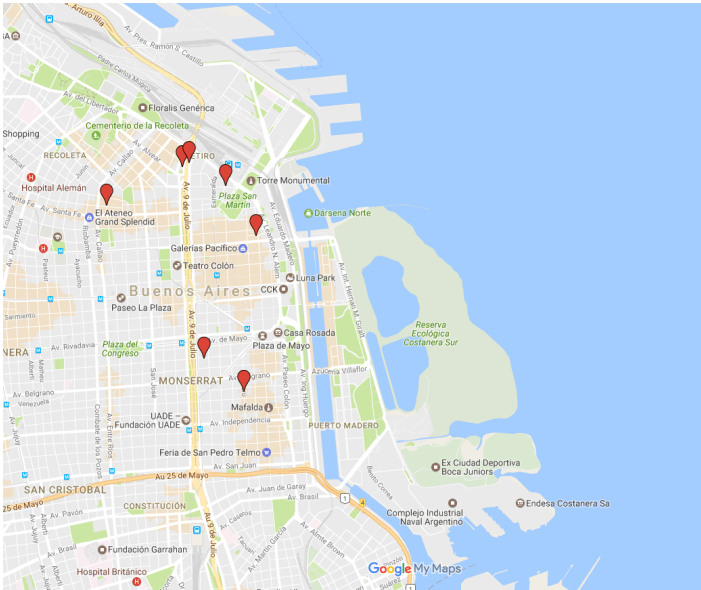
A partir de los mapas presentados en el capítulo 1 se desprenden dos circuitos diferenciados de búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos: de “levante” o donde “conocer gente”, tal como los/as entrevistados/as refieren, y aquellos donde llevar a sus citas. En este capítulo me centro en los primeros.

En relación con los lugares donde salen de “levante” o donde “conocen gente”, se ubican en diferentes barrios de clase media de la Ciudad de Buenos Aires. Suelen ir para encontrar personas con quienes vincularse, en principio, eróticamente, aunque no descartan poder conocer allí personas con quienes formar una relación de pareja.

En la zona de Retiro y del Microcentro¹⁰ de la Ciudad de Buenos Aires está Singapur Lounge Bar, Bárbaro Bar, Basa y una discoteca, Pony Line. A estos lugares concurren mayoritariamente personas que trabajan por la zona, solas o en compañía de amigos/as o compañeros/as de trabajo, luego de su jornada laboral. Es por ello que son conocidos como *after office* (luego de la oficina). Otros lugares donde van después del trabajo son la discoteca Museum y Palacio Alsina en el barrio de Monserrat. En Recoleta, Shamrock & Basement Club, un bar y discoteca que durante la semana es también un *after office* (ver Mapa 2).

¹⁰ Se denomina informalmente Microcentro a una zona de la Ciudad de Buenos Aires caracterizada por la concentración de edificios administrativos y de oficinas, coincidente *grosso modo* con el área alrededor del centro histórico de la Plaza de Mayo. El Microcentro no es un barrio y por lo tanto no tiene límites establecidos; su ubicación se superpone aproximadamente con el barrio de San Nicolás y parte del de Monserrat.

Mapa 2: Mapa de los barrios de Retiro, Recoleta y Monserrat de la Ciudad de Buenos Aires con los lugares de “levanté” y donde “conocer gente” por donde transitan los/as entrevistados/as.



Fuente: mapa de elaboración propia a través del servidor de aplicaciones Google Maps.

Por fuera de la Ciudad de Buenos Aires, dentro del Área Metropolitana de Buenos Aires, un varón con quien establecí una charla informal en un evento de *speed dating* me comenta que frecuenta bares como Dr. Trik y Quadra Bar, ubicados en su zona residencial (Ramos Mejía¹¹), con el propósito de “salir de levante”. También uno de los entrevistados, que reside en Banfield¹², indica a Rosko, en Lomas

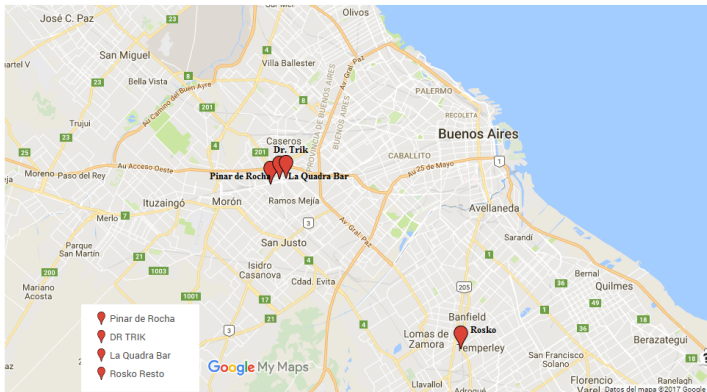
¹¹ Ramos Mejía pertenece al Partido de La Matanza, Gran Buenos Aires, provincia de Buenos Aires, Argentina.

¹² Banfield pertenece al Partido de Lomas de Zamora, Gran Buenos Aires, provincia de Buenos Aires, Argentina.

de Zamora¹³, dado que se puede cenar y escuchar música en vivo y luego es discoteca (ver Mapa 3). Otra discoteca donde los varones entrevistados dicen ir cuando buscan encuentros eróticos de manera rápida es Pinar de Rocha, ubicada en la localidad de Ramos Mejía (ver Mapa 3). Explican que allí es fácil conocer a una mujer con quien tener sexo casual porque la gente va con ese objetivo. Por ejemplo, las noches de los jueves, en su sitio web (pinarderocha.com), el lugar es promocionado para el público masculino heterosexual con una imagen de mujeres en ropa interior y con la siguiente frase: “Los jueves la única regla es: NO HAY REGLAS. El erotismo y lo prohibido son protagonistas de la noche, con la presencia de famosos, shows eróticos y la diversión que podemos ofrecerte”. Por su parte, las mujeres no refieren de manera explícita que buscan sexo casual en espacios cara a cara.

¹³ Lomas de Zamora es cabecera del Partido homónimo, Gran Buenos Aires, provincia de Buenos Aires, Argentina.

Mapa 3: Mapa de las localidades de Ramos Mejía y Banfield de lugares de “levante” y donde “conocer gente” por donde transitan los/as entrevistados/as.



Fuente: mapa de elaboración propia a través del servidor de aplicaciones Google Maps.

Mujeres y varones de clase media que trabajan en la gestión pública o que han cursado carreras artísticas, humanísticas y sociales concurren a bares por la zona de Almagro, Chacarita, Villa Crespo, Colegiales y, en algunos casos, Palermo, donde “conocen gente”. Allí conocen personas con las cuales se vinculan no solo eróticamente, sino que es frecuente que se generen relaciones de más de una cita. Es decir, son espacios a partir de los cuales entablan vínculos que duran más que un encuentro.

Los bares del barrio de Almagro, cerca del centro comercial Abasto¹⁴, a los que concurren son El Codo, Ladrán Sancho, El Canario Rojo, El Banderín, Le Troquet de Henry. Cercanos a la Plaza Almagro, el bar-pool Le Bohème y El Boliche de Roberto (ver Mapa 4). En el barrio de Villa Crespo hacen mención al bar-pool San Bernardo.

¹⁴ El Abasto es un centro comercial ubicado en Avenida Corrientes 3247, en el barrio de Almagro, Ciudad de Buenos Aires.

En Palermo, cerca del centro comercial Alto Palermo¹⁵, mencionan la discoteca Club Aráoz y La Peña del Colorado. En Palermo Soho¹⁶ concurren a bares como Antares Palermo, Buda Bar, Isabel, Soria, Congo Bar; y discotecas como Rosebar, Podestá, Belushi y Kika. También al *after office* Godoy After Office. En Palermo Hollywood¹⁷, a los bares El Único y Chupitos, y restaurantes y bares como Sonoman y Carnal. Las discotecas a las que hacen referencia en esta zona son Ink, Niceto y Makena (ver Mapa 4).

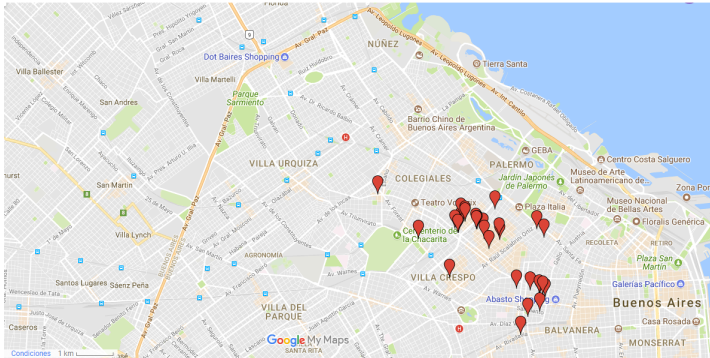
En el barrio de Chacarita concurren los martes a Santos 4040, un bar con música en vivo. Por último, en Colegiales está la discoteca La City, que funciona los sábados y domingos para personas mayores de 35 años. A partir de una observación que realicé en este espacio —aunque no pude ingresar por mi edad, sí pude observar cuando las personas hacían la fila para ingresar, a la vez que tuve charlas informales con quienes supervisan el lugar y el gerente—, obtuve el dato de que concurren, mayoritariamente, personas cercanas a los 50 años de edad. Se creó a principios de los noventa para un público joven y hoy ofrece sus servicios para un público de 35 años o más (ver Mapa 4).

15 El Alto Palermo es un centro comercial ubicado en Avenida Santa Fe 3253, en el barrio de Palermo, Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

16 Palermo Soho es la denominación de un sub-barrio no oficial ubicado en el barrio de Palermo de la Ciudad de Buenos Aires.

17 Palermo Hollywood es un área conocida de la Ciudad de Buenos Aires que comprende un sector del barrio de Palermo delimitado por las avenidas Juan B. Justo, Córdoba, Dorrego y Santa Fe.

Mapa 4: Mapa de los barrios de Almagro, Villa Crespo, Palermo, Chacarita y Colegiales de la Ciudad de Buenos Aires con los lugares de “levante” y donde “conocer gente” por donde transitan los/as entrevistados/as.

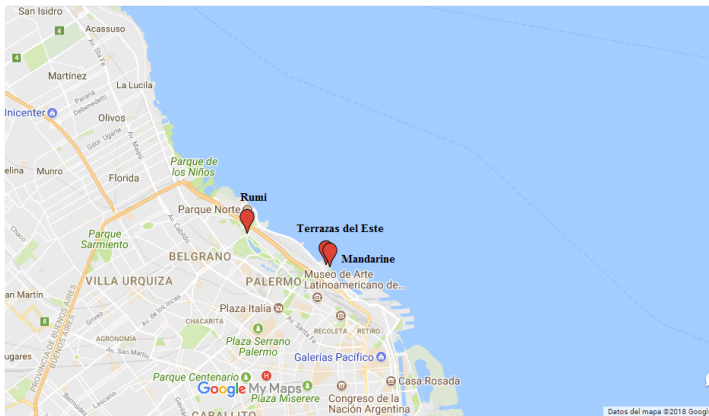


Fuente: mapa de elaboración propia a través del servidor de aplicaciones Google Maps.

Por su parte, las personas entrevistadas con mayor poder adquisitivo y que no cursan carreras artísticas, humanísticas y sociales concurren con el fin de “conocer gente” o ir de “levante” a discotecas exclusivas en la Costanera Norte¹⁸: Rumi, Terrazas del Este, Mandarine (ver Mapa 5).

¹⁸ La avenida Costanera Rafael Obligado (también conocida como Avenida Costanera Norte) es una arteria vial que da a la costa del Río de la Plata en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina, y que va del barrio de Recoleta, hasta la Ciudad Universitaria, pasando por el barrio de Palermo.

Mapa 5: Mapa de la Costanera Norte de la Ciudad de Buenos Aires con los lugares de “levante” y donde “conocer gente” por donde transitan los/as entrevistados/as.



Fuente: mapa de elaboración propia a través del servidor de aplicaciones Google Maps.

En relación con el hecho de salir solo/a es diferente según el género de las personas. Los varones son más proclives a salir solos. En cambio, las mujeres que salen solas suelen pedir algo de tomar y se sientan en la barra de los bares o discotecas. Dicen que es frecuente que esto sea leído por los varones como una señal de que están disponibles para un encuentro erótico. Explica Goffman: “una persona que está sola es relativamente vulnerable al contacto” (1979: 38). Una estrategia que realizan para estar acompañadas es dialogar, aunque de manera entrecortada, con el barman del lugar.

Además de las discotecas y los bares existe una multiplicidad de actividades donde las personas buscan encontrarse erótica y/o afectivamente con otros, como cursos de cocina, de yoga, de pintura, como así también consultoras matrimoniales o agencias de turismo que organizan viajes

promocionados para personas que viajan solas¹⁹. Una de las actividades que tiene como propósito la búsqueda de pareja es ir a eventos de *speed dating* y hay otras, tal como expliqué en el capítulo 1, como catas de vino, clases de salsa y bachata, que si bien no son promocionadas con esa finalidad son consumidas por sus usuarios/as, al comienzo, de ese modo (De Certeau, 1996). A estos espacios concurren principalmente personas que no están en pareja.

Los espacios de sociabilidad de catas de vino, salsa y bachata y *speed dating* se encuentran en barrios de clase media. Los lugares de cata de vino que los/as entrevistados/as nombran, además de los observados²⁰, son Almacén Otamendi y La Esquina del Vino, en el barrio de Caballito; en el barrio de Palermo, el Club del Vino, y otro en el barrio de Recoleta, enoGarage. En relación con los lugares de salsa que frecuentan los/as entrevistados/as que bailan o toman clases de este tipo, están situados en Palermo, como por ejemplo La Viruta, y en Recoleta, El Rumbón. También frecuentan Sunderland, una salsera en el barrio de Villa Urquiza, o concurren a bailar a Norcenter, en el Partido de Vicente López. Los eventos de *speed dating* se realizan en bares por Palermo, Belgrano o la zona del Microcentro (ver Mapa 6).

¹⁹ Varios/as entrevistados/as hacen referencia a las agencias, como Buenas Vibras (<http://www.buenas-vibras.com.ar/>).

²⁰ Por cuestiones de confidencialidad, tal como indiqué en la Introducción, no fueron mapeados los espacios sobre los cuales realicé las observaciones.

LatinAmericanCupid, Meetic, Amigos, OkCupid, Jewish-FriendFinder, BigChurch, FriendFinder, MillionaireMate, FastCupid, DelaCole, Encontrarse, Twoo, POF, Bumble, Kickoff, AdoptáUnChico.

En las próximas páginas analizo el mercado de encuentros eróticos y/o afectivos a partir de los espacios observados: catas de vino, *speed dating*, clases de salsa y bachata, Tinder, Happn, Badoo y Match. Desde mis coordenadas teóricas sobre el mercado planteo un cierto nivel de simetría en los intercambios que se dan entre los/as clientes/as y entre estos/as y los/as empresarios/as. Tengo en cuenta los usos y sentidos que los/as atraviesan. A partir de lo anterior, analizo el contenido de la publicidad que circula, qué tipo de usuarios/as concurren, la accesibilidad a estos espacios, los cuidados que les dan a sus clientes/as y cuáles son las motivaciones que tienen los/as emprendedores/as de ámbitos de sociabilidad cara a cara para organizarlos.

2.1. El mercado cara a cara

2.1.1. *Catas entre amigos: el vino como estandarte*

Las catas de vino son promocionadas a través del Facebook de la vinería y de una pizarra en la puerta del local. Se publicitan abiertamente, pero quienes concurren son personas de sectores de clase media, vecinas al establecimiento y a las que les interesa el ambiente del vino. El costo de la entrada por persona ronda los 12 dólares estadounidenses, en el año 2016, y 16 dólares durante la primera parte del año 2017.

El organizador plantea su emprendimiento como un negocio. Es un pequeño empresario del “mundo del vino”. Me explica que hace diez años el vino se empezó a masificar y el mercado creció entre los jóvenes. Esto lo motivó en la idea de abrir una vinería que tenga un espacio para realizar catas. Según él, los emprendimientos a puertas cerradas, en tanto no son masivos y son más exclusivos, están de moda. Las personas de clase media aquí entrevistadas, en un

contexto de hedonismo e individualización (Illouz, 2009; Lipovetsky, 2000), buscan espacios donde sentirse alejados de lo masivo y donde sean tratados en su unicidad. Esto lo encuentran en las catas. La búsqueda de lo diferente también aparece en los tipos de vino que el organizador ofrece; en esta vinería solo venden vinos *boutiques*.

Si bien las catas de vino están atravesadas por dinámicas de mercado, el estatus de las personas y las relaciones que se establecen entre sí son democráticas y equitativas (Guerra, 2016; Satz, 2015). El organizador cuida a sus clientes/as. Se muestra atento con ellos/as, saluda a todos/as con un abrazo²², recuerda sus nombres y a quienes concurren asiduamente les hace descuentos o les fía. Se muestra confiado frente a ellos/as y los/as hace sentir como en casa. Mientras organiza el evento, que tiene lugar en el sótano, los/as clientes/as se quedan en el primer piso donde se encuentra la caja registradora a la vista de todos/as. Se toma el tiempo de hablar con cada uno/a de nosotros/as, nos muestra los nuevos vinos que llegaron y nos convida un licor de hierbas casero. Yo no soy la excepción a su amabilidad. Cuando me ve llegar, me saluda con un abrazo. Siempre me hace un descuento en la entrada, pago la mitad o me cobra por dos personas el precio de una. Aboné \$100 (alrededor de 6 dólares) durante el año 2016 y \$125 (alrededor de 8 dólares) en 2017.

En una de las observaciones fui testigo de una escena donde uno de los clientes le dijo al organizador que quería contratar sus servicios para un evento. Ese día él no podía y le ofreció venderle las botellas al costo y que él las sirviera. La lógica de mercado en las catas no está signada por la asimetría y la búsqueda de ganancias extraordinarias por parte del organizador, sino que lo que se genera, y que

²² Goffman explica que en aquellos saludos en los cuales los individuos están dispuestos uno hacia el otro porque se conocen y/o desean tratarse mutuamente, el saludo señala el comienzo de un mayor acceso entre los participantes (1979: 92).

los/as entrevistados/as y el organizador indican, es un club social. Esto se ve propiciado por las dinámicas de mayor reciprocidad entre las partes, que son promovidas por el organizador. En este espacio de sociabilidad se trata a cada uno *como si* todos fueran iguales y *como si* se hiciera honor a cada uno en particular (Simmel, 2003: 90). Luego de las catas, él ofrece que nos quedemos de manera gratuita en el local, nos convida vinos y nos hace descuentos sobre los vinos catados. Estas dinámicas son percibidas por todos/as como una forma de amistad. Esto se observa en la descripción de uno de los eventos del Facebook de la vinería donde dice: “Los esperamos este Jueves 16, 20:30 hs. para disfrutar de buena música y buen vino. Como siempre en nuestro sótano, acompañados de una rica picada y amigos”.

Cuando la cata termina se ofrece un recital acústico. La mayoría de las personas que tocan son clientes/as. El organizador invita a quienes sepan tocar un instrumento o cantar a que toquen en próximos eventos. Asimismo, él a veces canta. Con distintos clientes varones que tocan se junta en otros momentos de la semana a ensayar. Esas dinámicas generan un grupo de amistad y de pares donde no media el dinero, sino el disfrute de juntarse y compartir música.

En este ámbito coexisten lógicas de mercado con dinámicas de mayor igualdad entre las partes. Uno de los eventos que publicitan son catas a ciegas o catas culturales, donde las personas comparten piezas literarias propias o ajenas. Allí, no solo pagan una entrada para degustar vinos y comer una picada, sino que también los/as clientes/as sociabilizan en un contexto de disfrute y *como si* fuesen iguales (Simmel, 2003).

En relación con el público que va a las catas, tal como vengo explicando, hay clientes/as que las frecuentan siempre y que sienten ese espacio como un club. El organizador me explica que las razones que los congregan son disímiles.

E.: ¿Y acá hay gente que viene siempre?

Organizador: Hay gente que viene siempre. Hay gente que viene siempre porque le interesa el vino y nada más que el vino. Gente que viene siempre porque quiere buscar un grupo, porque está muy solo, porque puede tener otras necesidades físicas, orgánicas (*risas*)... Pero después tenés gente de 40 años para arriba que por ahí están solos y viene también mucho. Gente que le gusta el vino y quiere probar eso. Y también que es una buena reunión que no es masiva, es relajada. Entonces está bueno. Vienen parejas, que les gusta el vino, que vienen a escuchar acá un poco de música (entrevista al organizador de catas de vino).

Las catas comienzan a las 20 horas y terminan alrededor de las 23. Luego, por la dinámica propia del espacio —hay pocas mesas, por lo cual la gente, aunque no se conozca, debe sentarse junta—, las personas comparten las mesas para comer y apoyar sus copas. Este acercamiento “obligado” y el vino como desinhibidor, le da mayor fluidez a la sociabilidad y genera lo que el organizador denomina un ambiente relajado. Bourdieu (1998) explica que la nueva lógica de la economía sustituye la moral ascética de la acumulación, fundada en la abstinencia y el ahorro. En la moral hedonista del consumo actual prima la idea del crédito, el gasto y el disfrute. Importa más la capacidad de consumo que la de producción. Además del consumo y el hedonismo, en el estilo de vida burgués prima la “relajación” tanto en el aspecto como en las maneras de actuar (Bourdieu, 1998: 312, 314).

En las catas con mucho público hay alrededor de 25 personas, en las más pequeñas 15. En relación con la edad y el género del público que concurre, si bien ha llegado a haber personas de 25 años, son mayormente mujeres y varones de entre 35 y 55 años de edad que no están en pareja. El hecho de que las catas sean en un horario temprano es atractivo para el público. Las personas van en grupos de amigos/as, en pareja y también solos/as. Las personas que van solas son generalmente mujeres.

Estas personas van a las catas con ánimo de sociabilizar. Esto se observa en que luego de las catas siempre los/as clientes/as y el organizador proponen ir a comer o salir a algún bar. El organizador siempre se suma a esas propuestas y ofrece llevar a las personas que no vinieron en auto.

En relación con la orientación sexual del público al cual las catas apuntan, no está predeterminado. No obstante, los comentarios que circulan y los chistes apuntan a sujetos heterosexuales. Como expliqué en el capítulo 3, concurre una pareja de mujeres lesbianas. Esto es disruptivo para el entorno, comentan sobre ello cuando ellas no están y hacen bromas al respecto. El organizador nos comenta que son pareja porque las ve siempre irse de la mano o hace alusiones a características de la *hexis* corporal de estas mujeres que él asocia con el lesbianismo, por ejemplo que “son *machonas*”. Ellas, a diferencia de otras parejas heterosexuales que suelen ir, nunca se besan en público. No obstante, han pasado a ser parte del ambiente de las catas por el interés que los une: el vino. Se quedan luego de que las catas terminan y son invitadas a cenar.

Por último, sobre las motivaciones que llevaron al organizador a abrir un espacio de catas de vino, como expliqué, se dio por la expansión del mercado del vino en la Argentina y la entrada del consumo en sectores más jóvenes de la población.

E.: ¿Cómo se te ocurre empezar con las catas de vinos?

Organizador: A ver, esto viene de hace años. En un principio los jóvenes se empezaron a interesar más por los vinos, más allá de la relación social. Cuando esto sucedió comenzó a crecer la cantidad de bodegas, las cuales empezaron a ofrecer catas. Antes eran cinco o diez nada más las que manejaban todo el país. Y, al crecer, el mercado se vio obligado a hacer tipo venta para mostrar los vinos, probarlos. Entonces, nadie iba a comprar un vino de “x” si no lo conoce. Entonces, primero, catas. Al principio eran como promo-ventas, como cualquier otro producto. Después se fue haciendo como un negocio, como un evento en sí (...). La gente que viene a las

catas, más allá de que puedan tener diferentes motivos individuales, tienen en común un núcleo: el vino y el fanatismo por el vino. No termina siendo una excusa nada más, sino que es eso primero. Se mezcla el público. Vos lo vas a empezar a ver en las catas. Tenés el que viene porque es fanático del vino o al que le importa *tres carajos* el vino y viene a ver qué onda. Después se hacen grupos de amigos con el vino como estandarte. Y se hacen de todos lados (entrevista al organizador de catas de vino).

La motivación del organizador para comenzar a armar las catas de vinos deriva de un interés económico. Los/as clientes/as comienzan a congregarse por el interés en el producto. Pero rápidamente comienzan a aparecer otros/as clientes/as que van en búsqueda de ver de qué se trata y de encontrar un espacio de pares. Es decir, las catas de vino son espacios donde sociabilizan quienes buscan vínculos eróticos y/o afectivos, aunque este espacio haya nacido con otra finalidad (De Certeau, 1996). No obstante, el vino termina siendo un “estandarte” para todos/as. Son parte del “ambiente” todas aquellas personas que tienen un interés común: el vino (Blázquez, 2014; Sívori, 2005).

2.1.2. *Speed dating: el compromiso por el cuidado y el respeto*

Los eventos de *speed dating* son promocionados a través de su sitio web y de su perfil de Facebook. En estos ámbitos virtuales se ofrece la posibilidad de conseguir pareja. Aparecen frases que enmarcan las búsquedas en términos románticos y monógamos: “Una mujer enamorada, por más tentaciones que tenga, nunca será infiel”. Es decir, se promociona y es consumido por personas que buscan un vínculo afectivo duradero.

Estas búsquedas se concretizan en eventos que están segmentados según los intereses de búsqueda de los/as participantes —*singles*, *singles* sin hijos, *singles* profesionales sin hijos, entre otros, según la orientación sexual y según la edad de las personas—. Los precios de los eventos de las

personas heterosexuales varían según la edad y el interés de búsqueda, cuanto más específico es el tipo de búsqueda se incrementa el precio. El evento para el grupo de 45-59 años (mujeres) y 47-63 años (varones) tiene un costo mayor (\$480, 30 dólares) y en la página se observa que los de *singles* profesionales tienen un costo superior. Yo observé dos de *singles* de 35-45 años (mujeres) y 37-47 años (varones) cuyo precio para abril del 2016 era de \$360 (23 dólares) y un año después, de \$600 (38 dólares).

Para las personas no heterosexuales la organizadora genera eventos específicos pero no posee información al respecto, dado que al momento de la investigación no los estaba realizando. En su página aparecen promocionados como “GLS. Gay Life Style!”.

Los eventos tienen lugar dos sábados por mes de 19 a 22:30 horas, aproximadamente, en la Ciudad de Buenos Aires, en bares por la zona de Palermo, San Telmo, Belgrano o Microcentro. La organizadora tiene un arreglo económico con los bares. A cambio del espacio, ella promociona el lugar para que las personas consuman. En el momento que da las indicaciones para que comience el evento de *speed dating* promociona los tragos que son especialidad del lugar. Concurren por noche alrededor de 60 personas debido a que se desarrollan dos eventos de *speed dating* en simultáneo, por ejemplo uno de 35-45 años (mujeres) y 37-47 años (varones) y otro de 45-59 años (mujeres) y de 47-63 años (varones).

Además del sitio web y del Facebook, la organizadora publicita a su empresa, tal como la define en su sitio web, a través de diarios de tirada masiva y en noticieros de canales de aire. Me cuenta que una de las estrategias de *marketing* que empleó fue entregar tarjetas que decían “¿Te atreves a tener 10 en una noche”. La organizadora no apunta a cualquier público sino que, tal como observo en los eventos, son principalmente personas que trabajan en oficinas del Microcentro de la Ciudad de Buenos Aires. Durante una de las entrevistas me comenta que para entregar las tarjetas

contrató a diez promotoras y cinco promotores. Las entregaban durante los horarios del almuerzo, pero no a cualquier persona, tal como ella me explica: “yo iba por detrás y por delante mirando las reacciones de la gente. Obviamente los chicos sabían que no podían darle a cualquier persona, tenía que ser gente que se notaba que era de oficina”.

La organizadora de *speed dating*, a diferencia del organizador de las catas de vino, publicita a partir de estrategias de *marketing* diseñadas. Ella estudió una licenciatura en Administración de Empresas y Finanzas y pone en práctica sus saberes. Cuando observé sus eventos estaba ampliando el mercado. Iba a vender su producto, tal como ella lo denomina, a otros países de América Latina. Si bien al momento de la investigación realizaba los eventos en la Ciudad de Buenos Aires, anteriormente había ampliado su mercado hacia otras partes de la Argentina: Rosario, Mendoza, Córdoba y las localidades de Martínez y San Isidro, dentro del Partido de San Isidro, provincia de Buenos Aires.

Se define a sí misma como una pionera. Cuando comenzó a armar los eventos de *speed dating*, en el año 2005, no existía esta modalidad de citas en la Argentina. Se contactó con el varón que las había organizado primeramente en Estados Unidos de manera electrónica.²³ A diferencia de una década después, el acceso a Internet era más limitado y su velocidad más lenta. Estuvo cuatro días para poder descargar de su correo electrónico el video que él le había enviado con las instrucciones. Ella adaptó el modelo de dicho país al contexto local. Explica que allá se realizaban quince citas de dos minutos cada una. Pero que en el contexto latinoamericano las personas hablan más, “hay más *chamuyo*”, dice, y necesitan más tiempo, por lo cual lo llevó a ocho minutos por cita.

²³ La metodología del *speed dating* nace en 1998 en Los Ángeles, Estados Unidos, patrocinado por una red internacional judía que promovía el encuentro entre jóvenes judíos solteros para fomentar los matrimonios entre personas de la colectividad. En la Argentina, de manera virtual, existe el sitio web DelaCole.com.

El interés por organizar los eventos de *speed dating* proviene de la crisis de 2001²⁴ que tuvo lugar en diciembre de 2001 en la Argentina. La organizadora explica que ella veía que sus vecinos/as por la crisis se quedaban sin trabajo o veían disminuido su poder adquisitivo. Esto llevaba a que aumentaran las discusiones y las separaciones. La parte que se quedaba a cargo de los/as hijos/as se encontraba con el problema de que no tenía tiempo para relacionarse nuevamente con otras personas. En ese tiempo no estaban en auge los sitios de citas y no existían las aplicaciones móviles, como así tampoco los *after office*. En ese contexto leyó en un diario internacional que en Estados Unidos estaban desarrollando la experiencia de *speed dating*. El interés por ayudar a las personas y traer a la Argentina esta modalidad de citas fueron los motivos que la inspiraron en la creación de los eventos de *speed dating*. Ella dedicó los diferentes trabajos que le solicitaban en su universidad al estudio del segmento de las personas solteras. A medida que iba investigando, analizaba el mercado, delineaba estrategias de publicidad y armaba *focus group* (grupos focales) para conocer más a sus futuros clientes/as; así fue creando su negocio. Su tesis de licenciatura fue sobre el mercado de citas, específicamente sobre *speed dating*. Los dos primeros años armó los eventos de forma gratuita para darse a conocer y para el año 2005 se largó al mercado de forma paga.

Los eventos de *speed dating* definieron la carrera emocional (Wettergren, 2015) de la organizadora. Cuando comenzó a armar estos eventos logró independencia económica y se divorció de su expareja. Asimismo, manifiesta que a ella le genera alegría que se conformen parejas y que está atenta a los intereses de cada uno/a de sus clientes/as. Cuida de cada uno/a, les pregunta si están bien y, al igual que el organizador de las citas, les hace promociones.

²⁴ La crisis de diciembre de 2001 en la Argentina fue una crisis económica, social, política e institucional que provocó la renuncia del entonces presidente Fernando de la Rúa.

Me cuenta que una clienta que siempre iba a los eventos de *speed dating* de *singles* profesionales un día le dijo que no encontraba allí lo que buscaba. Ella la invitó en otra oportunidad a tomar un café y pudo “captar” el interés de su clienta. Al siguiente evento invitó, de forma gratuita, a uno de sus clientes varones que iba al evento de *singles*. Él no era profesional pero, según ella, era lo que su clienta necesitaba. Me contó que, tal como ella sospechaba, hubo sinergia entre ambos y que se pusieron en pareja.

La organizadora en los eventos está atenta a cualquier imprevisto. Realiza un *emotional labor* (Hochschild, 1983), que implica un trabajo emocional entendido como una estrategia de venta²⁵, a partir del cual se muestra siempre contenta y trata a todos/as por igual con atención y simpatía. Esto convive con el enojo que le genera que sus asistentes hayan colocado en un lugar incorrecto alguna de las mesas para las citas. En uno de los eventos publicitados, una de las clientas se quejó porque los varones eran más grandes de edad respecto de lo que ella esperaba. La organizadora le explicó que dentro del rango etario de 37 a 47 años ese día habían venido los que eran mayores. Como forma de disculpa la invitó de forma gratuita al próximo evento. No era necesario que la clienta le dijera su nombre, ella recuerda a cada uno/a de sus clientes/as. A medida que llegaba la gente les indicaba a sus asistentes quiénes eran invitados/as suyos y no debían abonar el evento.

La organizadora vende un servicio que se vincula al ámbito de lo afectivo y el hecho de que cuide a sus clientes/as —el cuidado también se ubica dentro del terreno de lo emocional— le otorga un *plus* al servicio. Dentro de las prácticas de cuidado que ella desarrolla se encuentra el hecho de que no deja que sus clientes/as lleven su nombre verdadero en el cartel que los/as identifica, sino que deben

²⁵ Tal como indiqué en la nota 67, el trabajo emocional entendido como *emotional labor* implica que se vende por un salario y por lo tanto tiene valor de cambio (Hochschild, 1983: 7).

tener un sobrenombre. Me explica que esto es para preservar el anonimato de sus clientes/as. Asimismo, luego de que sus asistentes suben las coincidencias en los perfiles de los/as usuarios/as, analiza si alguno/a marcó que no le interesaba ninguna de sus citas. En tal caso los/as llama y les pregunta qué les pasó y les ofrece consejos y otras alternativas para que puedan encontrar a alguien acorde a sus intereses. No obstante, cuando trata de ayudar a un/a cliente/a cuida su *fachada* personal (Goffman, 1979) frente a sus otros/as clientes/as. Me comenta que algunos clientes masculinos de sesenta años esperan estar en eventos donde haya mujeres de treinta. Ella me dice que no cede ante esos casos porque sabe que eso la deslegitimaría delante de sus clientas.

La organizadora, dentro de sus estrategias de cuidado de sus clientes/as, ofrece seguridad (Hochschild, 2012). Me explica que en los perfiles de su sitio web cada uno/a debe completar todos sus datos, incluido su documento nacional de identidad. En el primer evento de *speed dating* de un/a cliente/a nuevo/a le solicita el documento para corroborar su identidad y que la edad que colocaron en el perfil sea la real. De este modo crea un ambiente donde no hay identidades falsas. También se encarga de asegurar que en los eventos haya la cantidad de citas que las personas esperan, un mínimo de diez. Para ello organiza los eventos según la cantidad de gente que se anotó a través del sitio web, del evento de Facebook o que le mandó mensajes de WhatsApp. Ella estimula a que los/as clientes/as paguen por adelantado, a través de la página web, con tarjeta de crédito. En algunas oportunidades a sus clientes/as más habituales les hace descuentos y los/as invita de forma gratuita como gesto de cortesía o cuando le hacen falta varones o mujeres para un evento.

Si alguno/a le dice que va a ir y no lo hace, eso es percibido por ella como una falta de compromiso.

E.: ¿Qué es lo que hace que una persona esté en la lista negra?

Organizadora: Primero es la falta de compromiso. Falta de compromiso con que me digas que vas a venir, te comprometés y decís “voy a ir” y nos hagas esperar. Son cosas fuertes. Me están fallando a mí. Con lo cual lo pueden hacer con la otra persona. La pueden dejar plantada y eso para mí es terrible. También está el hecho de que vengan al evento, la pasen bien, se marquen y después la persona quiera estar en contacto y no le respondan los *mails*. Para mí son faltas de respeto que no las tolero, la gente lo sabe y lo dejo muy en claro eso (entrevista a la organizadora de los eventos de *speed dating*).

Si bien hay una mayor asimetría respecto a la lógica de club social que se genera en las catas de vino, hay por parte de la organizadora cuidados e interés por el bienestar de sus clientes/as. No solo le parece una falta de compromiso con ella que los/as clientes/as cancelen, sino también con el resto de los/as clientes/as. Ella se preocupa porque su evento sea serio y creíble. Me comenta en otra parte de la entrevista que ella sabe y corrobora, con los años, que en estos eventos se forman parejas. Asimismo, algunos/as clientes/as me dicen que en esos eventos encontraron parejas con quienes estuvieron unidos por años y que volvieron a ir porque se separaron y quieren encontrar una nueva relación.

En este espacio, como en el de las catas, existen vinculaciones afectivas (Elias, 1999; García Andrade y Sabido Ramos, 2014) entre la organizadora y los/as clientes/as que se relacionan a emociones positivas, como el sentido de pertenencia. Estas exceden una mera lógica racional de costo-beneficio, en términos de Illouz (2007, 2010). A partir de mi análisis del mercado postulo, a diferencia de la perspectiva de Illouz, que existen ganancias por parte de la organizadora, pero es en base a un trabajo en el cual trata a sus clientes/as como iguales entre sí y bajo una lógica de cuidado. Asimismo, la organizadora les ofrece la seguridad de que en el evento podrán conocer a una determinada cantidad de personas acorde a sus intereses y que no serán identidades falsas (Hochschild, 2012). Estos cuidados y seguridades que brinda, si bien valoran su servicio, lo rebasan. Tal como

señalé, se junta con sus clientes/as por fuera de los eventos sin que esto implique un costo e invita a potenciales candidatos/as que puedan cuadrarles a sus clientes/as de manera gratuita. No obstante, a diferencia de las catas de vino y las clases de salsa y bachata, no aparecen vinculaciones afectivas de amistad entre la organizadora y los/as clientes. Prevalece en este caso una relación más impersonal entre empresaria y clientes/as.

2.1.3. *Un ambiente de contención: las clases de salsa y bachata*

Los organizadores de las clases de salsa y bachata, a diferencia de los de las catas de vino y los eventos de *speed dating*, explican que comenzaron a armar sus clases “de casualidad, nada de lo que sucedió nos lo propusimos”. Este matrimonio, que está en pareja desde hace más de quince años, cuenta que cuando los dueños de academias o de discotecas los veían bailar, como les gustaba su estilo, les proponían que armaran una noche social de salsa y bachata o dieran clases.

Desde hace diez años dan clases en diferentes espacios, incorporaron la bachata y comenzaron a armar fiestas de salsa y bachata. En la publicación de sus eventos, a través de su perfil de Facebook y el de la discoteca donde dan las clases, se promocionan como docentes que quieren dar herramientas para mejorar el baile, pero dando “lo mejor” de ellos. Así también tienen *slogans* que repiten durante las clases y que están escritos en su Facebook, como “Animate a cambiar tu vida bailando” o “Mucho más que una clase de salsa”.

En relación con la salsa y la bachata los organizadores ganan dinero de las clases y de los/as estudiantes particulares. No obstante, sus mayores ingresos los obtienen de otros trabajos. Él es músico y ella es abogada. A partir de las entrevistas y las observaciones realizadas considero que hay un interés en el bienestar de sus estudiantes más allá de las clases y por el cual no reciben dinero. Lo que ofrecen a

partir de estas clases, tal como expliqué en el capítulo 3, es la incorporación de los/as clientes/as a un grupo de pares donde el dinero pasa a tener un lugar secundario.

Si bien el ingreso a las clases es pago (\$80, alrededor de 5 dólares, en el año 2016), los organizadores invitan a que los “alumnos”, como los llaman, vayan a cenar con ellos luego de la clase, arman salidas de fin de semana, cenas, cumpleaños colectivos, entre otras actividades. Siempre se tiene en cuenta el poder adquisitivo de las personas, les consultan dónde quieren ir a comer luego de la clase y avisan si el restaurante es caro o barato. Si alguno/a no tiene dinero, los propios organizadores le prestan. El repertorio de restaurantes es de cuatro lugares diferentes cerca de la discoteca donde tienen lugar las clases. Las personas que tienen auto llevan a quienes están a pie. En algunas cenas fuimos cinco y en otras diecisiete. En relación con el pago de la cena, la cuenta se divide en partes iguales. Los organizadores buscan que sus estudiantes se sientan contenidos.

Observé la contención y la preocupación de la organizadora por sus estudiantes, por ejemplo está atenta a que nadie cene solo. En una charla informal me explicó a mí y a unas mujeres que comenzaban a ir a las clases que siempre después van a comer todos juntos porque la mayoría vive solo. “Siempre después de las clases vamos a comer con los alumnos porque la mayoría viven solos. ¿Y qué, vas a ir a tu casa y te vas a cocinar? Comemos juntos. Si somos poquitos comemos en casa, que es más barato. Si es principio de mes vamos a un restaurante más caro, si no a una pizzería y a veces cuando somos pocos vamos al árabe”.

En la clase todos/as son tratados/as como iguales. Los/as organizadores/as siempre están atentos a qué necesitan los/as estudiantes, hay un trabajo emocional, en términos de *emotional labor* (Hochschild, 2012), para transmitir alegría a los/as estudiantes. Los/as docentes se hacen chistes entre sí y con los/as estudiantes y se les pregunta si están bien. En el ambiente de la salsa y la bachata las personas se muestran afectivas con abrazos y siempre con ánimo de

conversar. No obstante, la organizadora marca una diferencia entre quienes son amigos/as y quienes son solo estudiantes. A quienes no son considerados por la organizadora como amigos/as y se dirigen a ella de forma grosera, como por ejemplo llamarla “boluda”, les indica que eso es una falta de respeto y que no vuelvan a hablarle así. Habrá amistad, al igual que en las catas, con quienes acumulen ritos de interacciones en los cuales haya modelos de foco común y consonancia emocional. La energía emocional acumulada en las interacciones entre la organizadora y sus estudiantes deviene un capital social que se traduce en la figura de la amistad. La profesora, quien es la organizadora, es quien está en la cúspide del espacio y quien es el “objeto sagrado”²⁶ (Collins, 2009: 170).

En las clases de los días martes, jueves y domingo, hay personas de todas las edades. Pero la mayoría tiene entre 35 y 45 años. Las clases son de 19 a 22 horas. Los martes y jueves comienzan luego de que las personas salen de trabajar de las oficinas. Los martes y domingos las clases terminan temprano, pero los días jueves duran hasta alrededor de las cuatro de la mañana. En las clases que se imparten los días de semana las personas van vestidas con ropa que usan para ir a trabajar, hay quienes visten traje o camisa y pantalón.

El público al que apuntan es todo aquel que quiera aprender a bailar salsa y bachata. Concurren mayormente personas con títulos terciarios y universitarios: psicólogos/as, sociólogos/as, médicos/as, relacionistas públicos, ingenieros/as, docentes de jardín, primaria y secundaria. Como sucede con las catas de vino, las razones por las cuales el público toma clases son diversas. Hay personas que van

²⁶ El objeto sagrado es aquel que centra la atención del grupo y deviene receptáculo simbólico de sus energías emocionales. “Cuando alguien siente que ha alcanzado esa cota, gana acceso exclusivo a una reserva de energía emocional que solo él está en posición de explotar; se transfigura en alguien ‘carismático’; existen otros para quienes es un ‘objeto sagrado’ que los compele a prestarle atención; y se convierten en sus espectadores” (Collins, 2009: 170).

porque quieren aprender; otras porque se separaron y quieren conocer gente para sociabilizar, y otras porque creen que ese es un lugar donde pueden encontrar personas con quienes tener vínculos eróticos. Es decir, el uso que le dan sus estudiantes al producto que se vende es múltiple (De Certeau, 1996). Pero la salsa y la bachata terminan siendo el *leitmotiv* de estar en ese lugar, como sucede en las catas con el vino. Todos/as quieren aprender a bailar y conocer esos ritmos en tanto los vuelve más prestigiosos y deseables, les da más capital simbólico y erótico, dentro de este espacio social (Bourdieu, 1995; Hakim, 2012).

Las dinámicas de las clases se basan en postulados heteronormativos no solo porque se baila entre varones y mujeres y porque el varón “marca” y la mujer “se deja llevar por el hombre”, tal como nos explican, sino también por las metáforas a las que apelan para enseñar los pasos. Uno de los organizadores, cuando explica el movimiento de meneo de la zona torácica, al cual denominan “hacer pechito”, dice “los varones no tanto si no pareciera que se la *comen*”. Es decir, la sensualidad y el buen desarrollo del paso en los varones debe darse dentro de ciertos límites que no rebasen una *hexis* corporal heterosexual. En cambio, para las mujeres dice “ustedes sí pueden ser más *sexys*”.

Una situación, relatada por los/as organizadores/as durante las entrevistas, en la cual se puede observar el pasaje de lo aceptable a lo inadmisibile dentro de las dinámicas y las representaciones sobre la masculinidad y la feminidad del ambiente de la salsa y la bachata, fue cuando un varón se comportó de manera agresiva con sus compañeras mujeres. Las maltrataba y criticaba cuando no realizaban de manera correcta un paso de baile, se reía de ellas de forma sobrada y las insultaba cuando ellas respondían a estas situaciones de violencia. Las mujeres le expresaron este malestar a sus compañeros varones y a los/as organizadores/as. Ante esta situación, los/as organizadores/as hablaron con él y le dijeron que si no cambiaba su actitud preferían que no volviera a ir a las clases. El resto de los estudiantes varones,

por “una cuestión de fraternidad”, tal como me explican, le hicieron saber que si la situación continuaba recurrirían a la violencia física.

Se observa que los/as organizadores/as cuidan a sus clientas, pero no solo ellos/as. Los compañeros varones se juntaron y a partir de un ritual de poder, en términos de Collins (2009), donde hay dominación y sometimiento, le hicieron saber explícitamente cuáles prácticas de masculinidad hegemónica estaban permitidas en ese espacio y cuáles no. Si bien allí las mujeres en relación con la danza tienen un lugar pasivo, no proponen pasos, salvo la organizadora, no pueden ser tocadas sin su consentimiento. La escena descrita es también un ritual de estatus que implica la condición social de pertenecer o no a un grupo (Collins, 2009). Los varones que lo enfrentan ganan popularidad entre sus pares y para con las mujeres; mientras que el estudiante que fue agresivo aumenta su impopularidad. Aunque no es expulsado, le marcan al nuevo miembro cuáles son las interacciones que no deben realizarse si quiere devenir miembro del ambiente de la salsa y la bachata, y cuáles son las fronteras del sentido del tacto aceptadas. El tacto debe ser interpretado más allá de la esfera corporal, implica la capacidad de controlar los impulsos ante los otros (Sabido Ramos, 2007; Simmel, 2003). “La necesidad del mismo [del sentido del tacto] supone que a pesar de la cercanía física se marque cierto ‘umbral’ y una distancia de agrado de unos con otros. Romper esta barrera implica entonces formas de desagrado (...)” (Sabido Ramos, 2007: 224).

Las mujeres ante el varón que las maltrató no tuvieron una actitud pasiva, hablaron con los/as organizadores/as y discutieron con él en diferentes momentos. Sin embargo, quienes lograron hacerle entender fehacientemente cómo debía comportarse fueron otros varones. El modo de indicárselo fue a través de prácticas violentas, tal como él se había comportado con sus compañeras. Ante su presencia, algunos varones se juntaban y hablaban en voz alta sobre las actitudes violentas de él para con sus compañeras y lo

miraban fijamente. Todos/as, incluido él, sabían de quién estaban hablando y el malestar que causaba su presencia en el grupo. Asimismo, un varón habló con él, cara a cara, fuera de la clase, y le dijo que todos/as estaban al tanto de que trataba mal a sus compañeras y que eso no era bien visto por el resto de los/as compañeros/as. Le sugirió, en tono intimidante, que comenzara a tratarlas bien, si no, habría consecuencias, porque varios querían pegarle. En uno y otro caso se utilizó la violencia, propia de la masculinidad hegemónica.

Por último, tal como he venido señalando, las motivaciones de generar espacios donde la gente se vincule erótica y/o afectivamente no se explican solo por lógicas de mercado, sino que se juegan otros sentires y razones externas. En el caso de los/as organizadores/as de salsa y bachata, como en el caso de la organizadora de los eventos de *speed dating*, el interés emerge por su propia carrera emocional (Wettergren, 2015), más allá de un interés comercial. En el caso del organizador, comenzó a bailar porque su hermana siempre había querido bailar salsa. Cuando ella murió, él entró en una depresión. Recordar el deseo de su hermana lo incentivó a tomar clases. Para él la salsa lo comunica con su hermana y es una manera de salir adelante. En el caso de la organizadora, ella comenzó a bailar cuando se separó de su expareja. Ella estuvo en pareja desde los 14 hasta los 24 años. Cuando se separó tuvo una etapa de encierro porque “no sabía salir sola, siempre había salido con él”. Explica que como forma de comenzar a salir decidió tomar clases de salsa. Al igual que sus estudiantes, que van porque se separaron y necesitan vincularse, encontraron en el ambiente de la salsa un espacio de contención.

2.2. El mercado virtual: aplicaciones y sitios de citas

La accesibilidad al mercado de servicios de encuentros eróticos y/o afectivos se vio beneficiada por Internet (Constable, 2008). Desde allí se crearon una multiplicidad de

aplicaciones y sitios de citas. A partir de las mismas, las personas, según su orientación sexual, pueden buscar encuentros eróticos y/o afectivos con quienes deseen. Las aplicaciones de citas geolocalizadas existieron primeramente para los varones gays. Grindr es una aplicación, lanzada al mercado en el año 2009, que les permite a sus usuarios comunicarse con otros varones gays o bisexuales. Tinder se basó en esta aplicación y fue la primera, en el año 2012, en diseñar una aplicación con geolocalización para citas y encuentros eróticos para personas con cualquier tipo de orientación sexual. Pero Tinder le agregó la condición, a diferencia de Grindr, del mutuo interés para que haya intercambio de mensajes a través del chat. Esto fue lo que le permitió la entrada a este tipo de aplicaciones al mercado heterosexual. Versiones similares a Tinder pero que no contemplaban el mutuo interés alejaban al mercado femenino heterosexual. Esto se debe a que eran contactadas sin su consentimiento por diferentes varones. Esto era experimentado por ellas con desagrado (Azim y Klinenberg, 2015: 340-345).

Tinder, Happn, Badoo y Match no restringen su mercado a personas heterosexuales. Les permiten a sus usuarios/as cambiar el género de las personas que buscan cuantas veces deseen. En el blog de Tinder (www.blog.gotinder.com) hay una sección de historias de amor en la cual se presentan testimonios de parejas norteamericanas de mujeres, de personas heterosexuales y de varones gays que se conocieron a través de esta aplicación. Todas las historias están atravesadas por el discurso del amor romántico. Las escenas a las cuales remiten para explicar sus historias amorosas son, por ejemplo, la primera cita. Presentan la primera cita como un momento de conexión entre los miembros y como el puntapié de sus relaciones. Los lugares donde ubican estas citas son bares o restaurantes.

Las aplicaciones y sitios de citas, si bien son usados para distintos fines, se muestran como un espacio desde el cual es posible encontrar pareja. En la historia de una pareja

heterosexual que aparece en el blog de Tinder, muestran una foto de ellos donde él está arrodillado proponiéndole matrimonio a su novia. En el caso de la pareja de mujeres lesbianas, explican que ellas usaban Tinder porque no tenían tiempo para salir, dado que trabajaban muchas horas, y que Tinder, aunque cada una vivía en lugares diferentes de su país, les permitió conocerse. En su historia terminan diciendo que el amor que sienten es tan fuerte que decidieron mudarse juntas y que gracias a Tinder conocieron a su “amada novia y mejor amiga”. Por su parte, una pareja de varones remite a la idea de lo intempestivo del amor (Badiou, 2012). Explican que les parece increíble que por haberse “marcado para la derecha”, es decir, haber indicado un corazón, estén juntos “cinco o diez (o quizás 50?!) años. Gracias Tinder”. En esa frase aparece el postulado romántico de la proyección a futuro, aunque, en tanto el amor está atravesado por el amor confluyente (Giddens, 2006), que pone en discusión la continuidad cuando no hay reciprocidad de expectativas, colocan entre signos de pregunta si será por siempre.

Happn, dentro de las aplicaciones y sitios de citas analizados, es la que menos apela a una retórica romántica. La publicidad “Encuentra a quien te has cruzado”²⁷, que aparece cuando se ingresa al sitio web, apunta a un pasaje rápido entre conocer a otra persona virtualmente y besarla cara a cara. Postula un erotismo donde los tiempos del cortejo se reducen y que no implica necesariamente la conformación de una pareja. Pero sí muestra el encuentro con el otro como un momento de felicidad para los sujetos. Apela a la idea de “la primera impresión es la que vale”, tal como sucede en los eventos de *speed dating*. En esta publicidad de Happn aparecen escenas donde las personas, en el cara a cara, se atraen, por ejemplo cuando un varón y una mujer se miran en un ascensor. Luego de esas escenas nos muestran

²⁷ Happn (productor) (2017). “Encuentra a quien te has cruzado”. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Ae0hm6XfkBA>.

dos opciones. En la primera cada uno sigue su camino, mientras que en la segunda los personajes aparecen felices besándose, y en el caso del varón y la mujer que tuvieron atracción mutua en el ascensor nos hacen entender que el encuentro devendrá en una escena de tipo sexual.

Si bien Tinder, Badoo y Happn, a través de sus videos y de sus infografías, apuntan a un público diverso —no solo por orientación sexual sino también por color de piel— son todas personas cis. Asimismo, en los videos publicitarios los protagonistas son principalmente personas heterosexuales. Son mujeres que buscan varones o viceversa y siempre uno de los protagonistas tiene color de piel blanco. En la publicidad que promociona la opción de Tinder *online*, denominada Tinder Online Demo²⁸, ella elige a un varón que tiene en su perfil una foto en África y otra practicando *surf*. Reaparece, como expliqué en el capítulo 3, la idea del varón como deportista y el ideario del turismo asociado a lo romántico (Illouz, 2009). Es decir, quien se torna deseable es una persona de clase media o alta que tiene acceso a hacer deportes náuticos y a viajar a destinos considerados exóticos.

Internet y las nuevas tecnologías permitieron que el mercado afectivo se vuelva global (Appadurai, 1996; Constable, 2008; Hochschild, 2012). Esto se visualiza, por ejemplo, en que con la opción de Tinder Plus, que es paga (para los menores de 30 años cuesta 9.99 dólares mensuales y para los mayores 19.99 dólares)²⁹, los/as usuarios/as pueden conocer a otros/as que están en otros países, ya que estas empresas de capitales extranjeros —Happn es francés, el grupo Match es de capitales norteamericanos— son consumidas por usuarios/as en todas partes del mundo.

²⁸ Tinder (productor) (2017). Tinder Online Demo. Recuperado de <http://blog.gotinder.com/introducing-tinder-online/>.

²⁹ Los precios de las opciones *premium* y de los créditos de las aplicaciones y sitios de citas que se refieren en este libro fueron actualizados a junio de 2017.

Asimismo, el carácter global del mercado se observa en que estas aplicaciones y sitios web hablan de su mercado como una “comunidad global”.

Estas aplicaciones y sitios web de citas, a través de la accesibilidad que les otorga Internet, amplían de forma constante sus mercados y opciones. Match y Badoo nacieron como sitios web pero hoy pueden descargarse como aplicaciones para el celular. El último fue Match, desde octubre de 2016. En cambio, Tinder, que nació como una aplicación, desde fines de marzo de 2017 puede ser utilizada desde cualquier dispositivo con acceso a Internet.

También tienen opciones gratuitas —lo cual las vuelve accesibles para cualquier persona que posea un *smartphone* u otro dispositivo con Internet para poder navegar por los sitios— y opciones pagas que otorgan a sus usuarios/as más posibilidades para vincularse erótica y/o afectivamente con otras personas. De este modo se accede a una cuenta *premium* que hace más visible el perfil del usuario y amplía la cantidad de perfiles que pueden ser observados. Con la versión de Tinder Plus se pueden enviar hasta tres *superlike* por día, mientras que la versión gratuita habilita uno solo. Esta opción tiene el propósito de hacer más notorio el interés por alguien.

En el caso de Happn, el usuario tiene veinte créditos gratuitos para enviar un “saludo” o “responder”; en el caso de que deseen más tienen un costo. Diez créditos cuestan 59 pesos argentinos. Cuantos más créditos sean comprados, el precio tiende a disminuir. Además, Happn ofrece diferentes opciones para conseguir créditos gratuitos, como por ejemplo al obtener *likes* (me gusta) por parte de otros/as usuarios/as. De este modo premia a quienes son considerados/as eróticamente deseables dentro de este campo, en contraposición a quienes no son percibidos/as positivamente por el resto de los/as usuarios/as.

Match, en su versión básica, gratuita, solo permite buscar usuarios/as, mirar sus perfiles y diseñar el perfil. Pero no admite enviar mensajes. La suscripción “oro” tiene un

costo mensual de 7.99 dólares mensuales y la *premium* de 15.99 dólares. En el caso de que se paguen varios meses por adelantado Match les realiza a sus clientes/as un descuento. En cambio, Badoo, en su versión gratuita, posee la mayoría de las opciones que les permiten a sus usuarios/as comunicarse. Se pueden enviar mensajes sin previa autorización del otro usuario y de forma gratuita, pero hasta una cierta cantidad. No obstante, si el/la usuario/a desea que su perfil aparezca en primer lugar, con mayor frecuencia, que se vea si está o no *online*, enviar regalos virtuales o mandar emoticones en los chats, debe pagar. El valor de 550 créditos es de 44,99 pesos argentinos. Cuanto más créditos compre el/la usuario/a, el precio baja.

Happn y Tinder poseen plataformas y consumidores similares, por lo que deben apelar a distintas estrategias de diferenciación. Happn, en mayo de 2016, creó la función *Estoy Disponible*, que les permite a los/as usuarios/as compartir que están disponibles para distintas actividades —“comer algo”, “un paseo”, “tomar una copa”, “ir al cine”, “salir”, “ir a correr”— en las próximas cuatro horas. Es otra forma, por interés común, de hacer *crush*. Por su parte, en julio de 2016, Tinder lanzó la función *Tinder Social*, que les posibilita a sus usuarios/as formar grupos con otros/as con el propósito de incentivar chats y salidas grupales. Ambos permiten multiplicar las posibilidades de búsqueda. Si bien esta opción existe dentro de las dinámicas de sociabilidad virtual, los/as entrevistados priorizan la generación de vínculos de a dos. En ningún caso aparece que la función sea conocida y/o haya sido utilizada por ellos/as.

Las aplicaciones son valoradas por sus clientes/as por su accesibilidad, en costo y facilidad de uso (solo es necesario marcar con una cruz o un corazón), y por la cantidad de perfiles que posibilita observar. En la publicidad de *Tinder “Tinder Online Demo”* se explica, en 39 segundos, cómo es el pasaje desde que una usuaria se conecta a la aplicación hasta que entra en contacto con un usuario. La secuencia es la siguiente: ella mira seis perfiles, elige uno, observa sus

fotos y lo marca con un corazón. Él ya había marcado con un corazón el suyo, por lo cual pueden comenzar a hablar. Ella le envía un mensaje y él le responde. Cuando comienza la conversación, la publicidad finaliza. En la publicidad aparece el mecanismo de la visualización, en términos de Illouz (2010). Hay una racionalización de la elección de pareja; a través de la visualización del campo de posibles candidatos la usuaria compara perfiles antes de elegir (Illouz, 2010: 237). Asimismo, en la publicidad el personaje de la mujer tiene un papel activo. La que elige y envía el mensaje es ella. No espera que el varón le escriba.

Las aplicaciones compiten en el mercado en torno a cuál asegura una mayor cantidad de posibles candidatos/as y cuál genera una mayor cantidad de parejas en el cara a cara. La página principal de Badoo muestra un conteo en vivo de la cantidad de personas registradas. Para junio de 2017 indica más de 350.790.100 usuarios/as. En su blog (<https://www.team.badoo.com/press/>) se define de la siguiente manera: “De la isla más remota a la ciudad más ajetreada, siempre tendrás a alguien cerca en Badoo”. Badoo, además de promocionarse como “la mayor red para conocer gente en el mundo”, lo hace apelando a postulados románticos. Dice en su sitio web: “En Badoo sabemos que la felicidad se disfruta mejor en compañía. Por eso creamos la tecnología más avanzada para conocer gente” o “En Badoo creemos que todos tenemos un alma gemela. Con esa convicción hemos creado las mejores herramientas para contactar gente y nos hemos convertido en la mayor red para conocer gente en el mundo”. Este discurso con el cual se promociona, que apela al ideario romántico del alma gemela, coexiste con el uso que le dan los/as entrevistados/as en el Área Metropolitana de Buenos Aires. Tal como analicé en el capítulo 3, es la aplicación que los/as entrevistados/as más vinculan con el sexo ocasional.

Match, por su parte, al igual que Badoo, tiene una sección donde muestra investigaciones realizadas por ellos mismos, a través de encuestas a sus usuarios/as. En esas

investigaciones demuestran que Match aumenta la posibilidad de conseguir pareja respecto a otros espacios virtuales y a los ámbitos cara a cara. Es decir que, al igual que Badoo, apunta a un público que quiera conseguir pareja.

Nuestra misión es sencilla: ayudar a los solteros para que encuentren el tipo de relación que buscan. Y creemos que lo hacemos bastante bien. Cada mes, escuchamos de cientos de parejas de éxito en todo el mundo. Comparten historias de amor, nos mandan invitaciones de boda y anuncian el nacimiento de sus bebés. No es de extrañar que todos conozcan a alguien que encontró el amor en Match (información obtenida del sitio Match.com).

Lo que Match les ofrece y asegura a sus usuarios/as es la concreción de un vínculo erótico-afectivo heteronormativo. Tener una pareja, casarse y tener hijos/as —postulados de la heteronormatividad y del amor romántico— aparecen como el producto final al cual podrán acceder los/as clientes/as de Match. Al igual que Badoo, publica informes a partir de los cuales muestra su producto como el mejor del mercado al momento de garantizar la concreción de un vínculo de pareja. Sin embargo, los informes de Match son presentados de forma más “científica”, explicitan la muestra sobre la cual versan los resultados y presentan gráficos y tablas.

En términos de alcance y magnitud de mercado, tal como expliqué en el capítulo 1, el sitio web Match fue creado en 1995 y es de capitales norteamericanos. Tiene en la Argentina 2,5 millones de usuarios/as y 60 millones en América Latina. Está presente en 24 países del mundo, en 15 idiomas diferentes (Match, 2016). Por su parte, Badoo, que no tiene en su sitio web información sobre su mercado en América Latina, fue lanzado en 2006. Tiene 313 millones de usuarios/as en 190 países, en 46 lenguas; y su sede central está en Inglaterra (Badoo, 2016). Ambos sitios ofrecen la opción de poder conocer a una persona que viva en otro país.

Tinder fue creada en 2012 en Estados Unidos. Se han establecido 10 billones de *matches* entre los/as usuarios/as y se utiliza en 196 países, en 24 idiomas (Tinder, 2016). La Argentina ocupa el segundo lugar en América Latina, luego de Brasil, con mayor cantidad de usuarios/as. Según Andrea Iorio, director de negocios de Tinder para Latinoamérica, en noviembre de 2015 se había estipulado que en el país había más de 15 millones de visualizaciones de perfiles por día. Los días que más se utilizaba la aplicación eran martes y miércoles por la tarde. Para julio de 2015 hubo 2,5 millones de coincidencias entre candidatos/as argentinos/as (entrevista en *La Nación*, 16 de febrero de 2016).

Happn fue creada en Francia en 2014 y cuenta con 8 millones de usuarios/as y se encuentra en 15 países. En una entrevista en el portal de noticias *MinutoUno*, Marie Cosnard, jefa de redacción de medios de Happn, indicó que en la Argentina la aplicación había logrado, para junio de 2015, sumar casi 200.000 usuarios/as, sobre todo en la Ciudad de Buenos Aires. Una particularidad de Happn respecto a los otros sitios y aplicaciones es que tiene más opciones de geolocalización, les indica a los/as usuarios/as con qué otros/as usuarios/as se han cruzado cara a cara, cuántas veces en el día, el lugar y la hora.

Los sitios de citas y aplicaciones, aunque son utilizados por personas de distintas clases sociales, según mis observaciones, tal como indiqué en el capítulo 1, son empleados principalmente por personas de sectores de clase media o media alta y en sus publicidades apuntan a personas correspondientes a estos mismos sectores. Según la asesora en vínculos de Match, para octubre de 2016 utilizaban el sitio web un 67,4% de personas con un nivel educativo desde universitario incompleto hasta doctorado.

En relación con la seguridad y la privacidad, Match, Badoo, Tinder y Happn se promocionan como aplicaciones y sitios para personas mayores de 18 años y desde los últimos años está prohibido que los utilicen menores. Asimismo, en las cuatro plataformas existe la opción de bloquear

al/a otro/a usuario/a como así también de denunciarlo/a al servidor. Tinder, Badoo y Happn indican en sus páginas que el hecho de estar interconectadas a la red social Facebook, además de permitir visualizar amigos/as e intereses en común, permite evitar perfiles falsos. En el caso de Badoo, además, existe un grupo de Facebook creado por algunas usuarias, tal como señalé en el capítulo 3, en el cual se aconsejan sobre cómo vincularse y denuncian a aquellos hombres que son infieles o están casados mientras se presentan como solteros, como así también si alguno ejerció alguna práctica violenta en una cita.

En relación con la seguridad en el uso, en Match y en Badoo las personas pueden entablar un diálogo con otro/a usuario/a sin que haya habido mutuo interés entre ambos/as. En cambio, en Tinder y Happn los/as usuarios/as para poder comenzar a chatear deben marcar recíprocamente sus perfiles con un corazón. Esto evita que reciban mensajes de personas cuyos perfiles no fueron seleccionados previamente. Postulo, entonces, que Badoo es el sitio web y aplicación que habilita el contacto de forma más directa, dado que permite chatear de manera mayormente gratuita, a diferencia de Match, y sin que medie la espera a que la otra persona marque también agrado sobre nuestro perfil.

El discurso sobre la seguridad de estas aplicaciones y sitios web de citas se basa en una lógica del cuidado a los miembros de su comunidad global, tal como ellos la nombran. La pertenencia a estas aplicaciones y sitios de citas, concebidos como comunidades, no debe entenderse de forma total sino flexible. Los sujetos cuando desean se conectan y pasan a ser parte, a la vez que pueden circular por diferentes ámbitos virtuales en simultáneo. En ese vagabundeo transitan sus búsquedas (Deleuze, 2005 en Dipaola, 2013). Asimismo, la idea de comunidad nos remite a que no somos solo números, sino que hay sentidos de pertenencia, posibilidades de generar lazos, intereses por el/la cliente/a. Ofrecer servicios enmarcados en estos valores, en

un contexto de sociedades de riesgo, pasa a ser una de las características más valoradas por los/as consumidores/as (Hochschild, 2012: 13).

En la sección de “Reglas a la comunidad”, como la denominan Tinder y Badoo, o de “Condiciones de uso”, estas empresas se dirigen a todos/as los/as usuarios/a como iguales. En Tinder, Happn, Badoo y Match se dan las pautas de cómo deben ser los marcos de las interacciones e igualan a las personas como consumidoras. Se apela a que todos/as los/as usuarios/as sean honestos/as, amables y respetuosos/as. Se explicita que una persona que sea ofensiva, amenazante, que promueva expresiones de odio —por raza, origen étnico, religión, sexo, discapacidad, edad, nacionalidad, orientación sexual o identidad de género— o sea denunciada por acoso o revelación de la información personal de otras personas, será expulsada.

Se cuida a los/as clientes/as con consejos como no dar datos personales, por ejemplo claves bancarias. Si alguna persona es denunciada por intentar obtener información de este tipo de otros/as usuarios/as será expulsada de estas aplicaciones y sitios. También se incentiva que los/as usuarios/as añadan en sus perfiles solo fotos que les pertenezcan, para así evitar los perfiles falsos. Estos pueden ser denunciados y es otra causal de expulsión por parte de quienes moderan estas aplicaciones y sitios de citas.

Además, prohíben que se publiquen desnudos, contenido sexualmente explícito o juguetes sexuales en sus plataformas. Badoo específicamente prohíbe que los/as usuarios/as suban fotos de sus hijos/as. Por su parte, Tinder permite que las mismas sean publicadas siempre que estén en compañía de adultos.

Estas aplicaciones y sitios web incentivan que quienes no cumplan con dichas reglas sean denunciados/as. Los canales de denuncia que promueven son direcciones de correo, la policía local y oficinas especializadas en caso de violación o de delitos económicos, según sea el caso. Estas

aplicaciones, dentro de sus medidas de privacidad, aseguran que nunca se publicará en el perfil de Facebook de un/a usuario/a que se encuentra utilizando estas aplicaciones.

Los ámbitos virtuales aquí analizados dan pautas de seguridad para cuando las personas tienen citas cara a cara. A esto Match lo denomina “Consejos de seguridad fuera de línea”. Promueven los encuentros cara a cara, pero incentivan que los/as usuarios/as tomen recaudos. Algunos de los consejos que les brindan son: la verificación de la persona con la cual va a ser el encuentro a través de los motores de búsqueda de Internet; tener citas en lugares públicos; durante las primeras citas no ir a la casa de la otra persona ni llevarla a nuestra casa; informar a un familiar o amigo/a que se tendrá una cita y llevar el celular; mantenerse sobrio; mantener los objetos personales cerca en todo momento; ir al encuentro por nuestros propios medios.

Por su parte, Tinder promueve el uso de condón para prevenir el riesgo de contraer o contagiar enfermedades de transmisión sexual. Tiene una sección donde informa sobre lugares para hacerse el test de VIH y sobre vacunas para prevenir enfermedades de transmisión sexual.

Por lo que se observa, estas aplicaciones y sitios web, si bien obtienen ganancias extraordinarias por prestar estos servicios —venden a terceros información sobre gustos e intereses de los/as usuarios/as y por ejemplo Match cotiza en la bolsa de valores—, a nivel del poder adquisitivo del/a usuario/a tienen un costo accesible y ofrecen opciones gratuitas.

En resumen, aunque la relación entre las empresas de aplicaciones y sitios de citas y los/as clientes/as en el ámbito virtual es impersonal, tal como he desarrollado, las pautas de interacción que promueven estos ámbitos virtuales apuntan al cuidado de sus clientes/as. En el caso de Tinder ofrece para el cuidado de las mujeres números donde pueden realizar denuncias en caso de violación. Asimismo, a través de estas aplicaciones y sitios de citas, los/as usuarios/as encuentran un espacio accesible, en sus posibilidades

espaciotemporales, para sociabilizar. Explica Maffesoli: “en las pequeñas historias, en los momentos (...) se crea lazo carnal” (2009: 53).

3. Un análisis de la relación entre emprendedores/as y clientes/as

Como he venido desarrollando, la expansión del mercado se visualiza hasta en los aspectos más íntimos de la vida de las personas. Explica Hochschild: “el mercado está presente en nuestros dormitorios, en nuestra mesa del desayuno, en nuestras historias de amor, enredado en nuestras más profundas alegrías y sufrimientos” (Hochschild, 2012: 222)³⁰. Para la autora el mercado despersiona nuestros vínculos, pero las personas actúan frente a eso. Los individuos generan resistencias para re-personalizarlos.

En esta sección complejizo el análisis más de corte estructural e instrumentalista de Illouz y echo luz, desde mi apuesta interaccionista, sobre las vinculaciones afectivas (Elias, 1999; García Andrade y Sabido Ramos, 2014) que se generan dentro de los mercados en las interacciones entre clientes/as y emprendedores/as, en ámbitos de sociabilidad cara a cara. Las mismas aparecen en términos de contención, amistad, alegría y/o compañerismo.

Tal como expliqué en el apartado “El mercado cara a cara”, en este capítulo, los/as clientes/as son tratados/as como sujetos iguales y únicos. Los/as emprendedores/as se preocupan por el bienestar constante de sus clientes/as, les consultan si están bien o si necesitan algo. Recuerdan sus nombres, les preguntan por su vida personal y establecen vínculos de confianza. Esto es valorado por los/as clientes.

³⁰ The market is now present in our bedrooms, at our breakfast tables, in our love lives, entangled in our deepest joys and sorrows” (2012: 222). Traducción propia al idioma español.

En esta parte del capítulo examino en más detalle escenas donde se observan las vinculaciones afectivas que se establecen entre clientes/as y emprendedores/as en los ámbitos cara a cara analizados. Realizo el análisis a partir de mis observaciones y de las entrevistas realizadas a los/as organizadores/as y a los/as usuarios/as de los espacios.

3.1. Catas de vino: el psicólogo

El organizador me citó para nuestra primera entrevista una hora antes de que comience una de las catas de vino. Nuestra entrevista transcurrió en dos escenarios. Empezó con ambos sentados en la barra de la vinería donde tiene la computadora y la caja registradora y continuó en el sótano donde se realizan las catas. Mientras lo ayudaba a armar las mesas, poner las copas, ordenar las botellas, me dijo, en relación con cómo se vincula con sus clientes/as: “yo, a veces, soy el psicólogo”.

Me explica que la mayoría de sus clientes/as son vecinos/as de la vinería y amigos/as. Los/as amigos/as son sus clientes frecuentes de las catas. Su rol como “psicólogo” de estas personas lo asocia con el escenario de la barra de un bar.

E.: ¿Ellos te cuentan a vos por qué vienen a las catas?

Organizador: Sí. Yo soy el psicólogo a veces también.

E.: ¿Sí? Contame un poco eso.

Organizador: Ah, no. Eso no se puede (*risas*).Y, como en un bar ¿viste? Como el de la barra, tenés ahí las conversaciones de medianoche con alcohol encima. El alcohol es otro agregado. Es como que tenés un poco la libertad de poder saber de todos y la impunidad de que confían en vos. También hay que tener buena onda. También hay gente que viene una vez y nunca más pero que esa noche te cuenta un montón de cosas (entrevista al organizador de catas de vino).

Si bien el organizador durante la cata está parado porque se encarga de que todo transcurra correctamente —sube a abrirles a las personas que llegan y que se van, trae lo que hace falta—, cuando la cata termina baja con botellas de vino para que todos degustemos. Cuando ya está sentado con nosotros/as se muestra atento a que estemos cómodos. En las interacciones que se dan luego de la cata, donde todos/as ya tomaron suficiente, las personas cuentan sus experiencias y cómo se sienten. Él nunca opina sobre lo que le dicen, pero fija toda su atención en lo que la otra persona está diciendo. Se convierte en esos momentos en el confidente de sus clientes/as. Otra escena donde él pasa a ser un confidente es cuando acompaña a sus clientes/as a fumar afuera. Siempre se queda un tiempo largo hablando con ellos/as. Para que la gente esté cómoda mientras fuma, colocó afuera de la vinería un barril de vino que oficia de mesa y una silla.

Aldana (50 años), una clienta frecuente de las catas, también encuentra en el organizador un confidente. Ella comenzó yendo porque era vecina del establecimiento, pero ahora que se mudó a otro barrio continúa asistiendo. Me cuenta en la entrevista que le realicé que cuando ella era vecina en diferentes oportunidades pasaba por la vinería y se quedaba hablando con el organizador. Me explica Aldana que él se sentaba del otro lado de la barra y escuchaba sus problemas de búsquedas de pareja, económicos y familiares.

Cuando le consulté al organizador sobre qué tópicos le hablaban sus clientes/as cuando lo tomaban de “psicólogo”, me dijo, entre risas, “de eso no se habla”. Luego me contó, obviando cualquier referencia que me pueda hacer presuponer a quién se refería, que le hablan, principalmente, de sus problemas amorosos. En todas sus interacciones trata de cuidar a sus clientes/as, pero no solo como posibles consumidores/as sino como personas. José Luis (43 años), quien se considera amigo del organizador desde hace años, en tanto frecuenta las catas desde sus inicios, me explica

que el organizador podría ganar mucho más dinero, pero que siempre prioriza regalar, hacer descuentos muy altos y fiarle a sus clientes/as en demasía.

En este “club de amigos”, como lo definen los actores que interactúan en este espacio, se genera, principalmente un espacio de reciprocidad entre pares y de risas alrededor del interés por el vino. La contención y el sentido de pertenencia que brinda el organizador hacen que el espacio sea vivido como un lugar acogedor por parte de los/as clientes/as. Esto se visualiza en los comentarios que escriben sus clientes/as en el perfil de Facebook de la vinería. Una mujer, que fue por primera vez, escribe: “Me encantó el lugar muy acogedor, fue como estar en el living de tu casa con amigos disfrutando unos buenos vinos. Muy recomendable el lugar, atendido por su dueño”. Otro cliente escribe: “Es como el living de mi casa pero con vinos ricos y una onda que no existe. Salud!! Larga vida”.

Por mi parte, por razones de vigilancia epistemológica, tuve una relación cercana con el dueño de la vinoteca, pero no llegó a ser mi confidente o “psicólogo”, como él se nombra. No obstante, en ese espacio me sentí parte, más allá de mi papel como observadora. Apenas comencé a ir a las catas rápidamente fui invitada a salir con el grupo que se quedaba luego del evento y una vez que me lo encontré por la calle me saludó afectuosamente.

3.2. Speed dating: la coach

Entrevisté a la organizadora en tres oportunidades. Durante las entrevistas me contó sobre distintas historias de vida de sus clientes/as que la marcaron personalmente. Una de ellas es la historia de una mujer de alrededor de 40 años. Esta mujer iba a todos los eventos de speed dating con el propósito de encontrar una pareja. No obstante, su deseo nunca se cumplía. La organizadora, al ver la frustración de su cliente, la citó un día de la semana para hablar con ella.

La organizadora me explica que muchos/as de sus clientes/as se quejan porque no consiguen pareja en los eventos de *speed dating*. Una de las primeras preguntas que ella les hace es “¿cuál es tu actitud?”. Para ella el primer gran obstáculo que tienen las personas que buscan y no encuentran pareja está en el propio sujeto. Me explica que la sonrisa y la buena predisposición son importantes al momento de presentarse frente al auditorio de citas (Goffman, 1971). Esto se lo indica a todos/as los/as clientes/as cuando les da las pautas iniciales antes de comenzar el evento de *speed dating*.

El hecho de que la organizadora coloque en el propio sujeto que busca el no poder conseguir pareja se asocia al contexto de individualización y a las narrativas *psi*, desarrollado en capítulos anteriores. En este marco, donde hay una ruptura de los mecanismos tradicionales de selección de pareja, conocer un vínculo erótico y/o afectivo ha pasado a ser responsabilidad individual (Beck y Beck-Gernsheim, 2001).

La mujer le contó a la organizadora que ella era virgen y que quería tener su primera relación sexual cuando estuviera casada. Explica la organizadora:

Organizadora: Ella es muy difícil. Ella quería enamorarse, conocer a alguien o probablemente quería tener sexo, pero por su fidelidad familiar tenía que ser alguien católico. Encima tenía que casarse y dejar de ser virgen con esa persona. Pero ya a los cuarenta y encima quería ser mamá, muy *jodida* y muy *jodido*. Adicionalmente nunca había hecho nada, no pasó de un beso (entrevista a la organizadora de los eventos de *speed dating*).

Cuando esta mujer le contó su historia a la organizadora, ella empezó a *coachearla*, tal como ella dice. Para eso tuvo que “dedicarle mucho tiempo por fuera de mi trabajo”. La organizadora detectó que el problema por el cual la mujer no conseguía pareja era porque apenas se ponía de novia con un varón le planteaba que quería casarse. Esto no

generaba energía emocional, sino que los alejaba. A esto se le sumaba que por la edad apuraba los tiempos del cortejo que derivan en la formación de un vínculo de pareja estable. La organizadora llevó a cabo una pedagogía erótica con su cliente (Elizalde y Felliti, 2015). Le explicó que existen diferentes prácticas sexuales que pueden tener lugar durante el cortejo y que no implican relaciones sexuales con penetración. Le brindó herramientas de seducción para que pueda lograr su objetivo de casarse y tener hijos/as. Asimismo, la contactó con una sexóloga que da talleres donde enseña, según me explicó, “de modo cordial y ameno, todo el tema sexual. Te enseña a hacer un *striptease*, te enseña a hacer caño, una *chupada* de lujo, una buena masturbación, masajes eróticos, etc. etc.”.

Ella no cobró por ese trabajo, sino que el deseo de ayudar a esa mujer fue lo que la motivó al momento de asesorarla. Me cuenta la felicidad que le dio saber que luego de esas enseñanzas logró conseguir una pareja y no volvió a ir a sus eventos de *speed dating*. No obstante, esta experiencia le sirvió a la organizadora para darse cuenta de la potencialidad del servicio que brindaba. Hoy maneja una agencia, paralela a los eventos de *speed dating*, desde la cual brinda asesoramientos pagos, *coachea*, para mejorar la imagen de sus clientes/as. Esos asesoramientos se basan en la realización de un análisis FODA³¹ de sus clientes/as en relación con la búsqueda de pareja. A partir de esta herramienta, diseñada para las empresas, que adquirió en su formación universitaria, dice, “trato de minimizar tus debilidades y amenazas y potenciar tus fortalezas y oportunidades”. Otras

³¹ Es una herramienta de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada.

de las herramientas de las cuales se vale es el trabajo con *personal shoppers*³² y con una sexóloga dando talleres pagos que ayudan a sus clientes/as a incrementar su capital erótico.

3.3. Salsa y bachata: un cambio de vida

Son múltiples las motivaciones que llevan a las personas a tomar clases de salsa y bachata. Algunos/as comienzan luego de una separación, otros/as están tratando de sobrepasar un momento emocional difícil —como en el caso del organizador— y otros/as están en la búsqueda de vínculos eróticos y/o afectivos. Más allá de estas diferencias, un denominador común en sus motivaciones es que consideran el ambiente de la salsa y la bachata como un ámbito de sociabilidad signado por la alegría, el disfrute y el contacto corporal.

La alegría y el disfrute son afectos que los/as entrevistados/as nombran durante las entrevistas y que también son experimentados y observados por mí.

E: ¿Por qué creés que la gente elige venir a bailar salsa y bachata?

Organizadora: La gente la pasa bien. La gente se divierte. La música es alegre. Si vos la pasás bien y te divertís es como cuando salís un sábado a la noche y recorrés cuatro o cinco boliches. Seguramente va a haber alguno que te guste más que el resto por el lugar, el ambiente, la gente, cómo te trató el de la puerta, no sé. Siempre va a haber algo. Y por algo de esos cuatro o cinco que recorriste, al sábado siguiente vas a ir al que más te gustó. Yo creo que esto pasa con salsa. A salsa llega gente que hizo tango, hizo pintura, va a los gimnasios,

³² Son personas que asesoran a sus clientes/as al momento de elegir y comprar objetos de diverso tipo. El *personal shopper* (comprador personal) puede acompañar a los/as clientes/as a las tiendas estableciendo rutas de compra personalizadas o comprar los objetos por su cuenta si el/la cliente/a no dispone del tiempo suficiente.

hacen otras actividades. Pero esto es lo que mejor le hace. Es eso, eligen porque es donde mejor se sienten (entrevista a la organizadora de clases de salsa y bachata).

Esta sensación de cambio en la autoestima, desarrollado en el apartado “Efectos en el erotismo y la autoestima” del capítulo 3, se puede visualizar a través de la siguiente secuencia de escenas (Marentes, 2017). Comencé a observar las clases de salsa y bachata en el mes de abril. Durante el mes de marzo y abril ingresó la “nueva generación”, la de 2016. Las personas que ingresaban se mostraban tímidas. En el nivel principiante, a diferencia de los otros, había más silencio; todos/as estaban atentos/as a las indicaciones que daba la profesora y los movimientos eran toscos. A medida que iban avanzando en las clases, los pasos comenzaban a ser performados con mayor fluidez. Esto les otorgaba seguridad a los/as estudiantes. Los chistes y comentarios que realizaban los/as profesores/as potenciaban esa confianza. A partir de los mismos apelaban a la sensualidad y al compañerismo entre ellos/as. Para noviembre la escena era diferente a la de abril. Los/as estudiantes del nivel principiante ya habían logrado pasar al intermedio. Bailaban con menos torpeza, llevaban otros peinados, había más disfrute, posturas erguidas, charlas y risas. La risa es un ritual natural que ilumina el factor de consonancia rítmica y colectiva del ritual micro-interaccional (Collins, 2009: 95).

Noté un cambio en la corporalidad y en la forma de vincularse de los/as estudiantes.³³ Sobre el cambio de actitud, a nivel corporal y de confianza, el organizador se refiere de la siguiente manera:

E.: ¿Qué es lo que te gusta de dar clases de salsa y bachata?

Organizador: Me encanta ver cómo una persona que entra así toda tímida, “hola, ¿qué tal? Mi nombre es X” y después de los seis meses la ves cómo cambió (*cambia el tono de voz,*

³³ Sobre los aspectos de la corporalidad me centraré en el próximo capítulo.

tono fuerte): “Hola, sí, mi nombre es X”. ¿Ves? Ese tipo de cosas es genial. Y solo bailando (...) (entrevista al organizador de clases de salsa y bachata).

Otro de los componentes que aumenta la confianza de los/as estudiantes es el compromiso y el cuidado que tienen los/as organizadores/as con ellos/as. Una escena que se reitera es que durante las cenas en restaurantes, los/as organizadores/as se preocupan de preguntarle a cada uno de los nuevos estudiantes por qué comenzaron a venir a las clases de salsa y bachata. Para ello el/la organizador/a se sienta cerca de las personas nuevas y les pregunta, sin exponerlas ante el resto, por su historia personal y qué los impulsó a tomar las clases. Siempre intercambian números telefónicos. A nivel personal, luego de una cena, el colectivo no venía y los/as organizadores/as decidieron llevarme a mi casa en su auto, aunque era tarde y vivía lejos. A la tarde siguiente le envié un mensaje de WhatsApp a la organizadora en el cual le agradecía su gesto. Ella me respondió: “nunca dejamos *en banda* a nadie. Menos a una mujer”. Esta actitud que tuvieron los/as organizadores/as conmigo la tienen con cada uno/a de sus estudiantes.

Los/as organizadores/as me explican que en el trato con sus estudiantes nuevos/as lo más importante es recibirlos/as y despedirlos/as afectuosamente. Si bien es una manera para que vuelvan la próxima clase y aumentar su cantidad de clientes/as, me explica el organizador que cuando vuelven a la segunda clase “empieza nuestro trabajo de que la persona se desenvuelva”. Para él, que “se desenvuelva” no implica solo darle herramientas de danza, sino que, a partir de charlas e invitarlo/a a otros eventos, apunta a que esa persona se sienta contenida y tenga un mayor bienestar. Esto excede el negocio de las clases. Según el organizador, la mayoría de sus clientes/as comienzan las clases porque están atravesando una situación emocionalmente compleja: “una mala relación con su pareja, con su

trabajo. Y también peor, se separó, se quedó sin trabajo o perdió un ser querido. En líneas generales suele ser mucho de eso. Y también de personas tímidas, introvertidas”.

El organizador me cuenta que él entabló una relación de amistad con uno de sus estudiantes que era muy introvertido. Cuando pasaron los meses le dijo “qué bueno haberlos conocido, yo estaba pensando en matarme. Yo no quería seguir teniendo la vida que tenía hasta que los conocí a ustedes. Ustedes me cambiaron la vida”. Me explica que estas son las motivaciones que lo llevan a dar sus clases. Lo afectivo no solo aparece desde los/as estudiantes hacia los/as profesores, sino que también se da a la inversa. Ellos/as repiten a lo largo de las entrevistas que les realicé cómo las clases son un cambio positivo para las personas. La organizadora me cuenta que una pareja se conoció en sus clases, se casaron y tuvieron hijos. “Nos invitaron al casamiento. Eso es genial, me encanta. Nos valoran a nosotros como diciendo ‘nosotros nos casamos y fue gracias a ustedes’”.

Por último, a partir de las entrevistas a los/as organizadores/as se desprende una secuencia de escenas en relación con el cambio corporal y de autoestima que experimentó un estudiante. Llegó a las clases un varón obeso que ellos/as describen como “mala *onda*, un resentido”. A medida que empezó a bailar, ellos/as notaron cambios en su personalidad y corporalidad. Bajó de peso y comenzó a estar más contento. Conoció por fuera de las clases de salsa y bachata a una mujer con la cual se casó. Ellos/as explican los cambios positivos en las trayectorias de sus estudiantes a partir de la adecuación a guiones románticos y heteronormativos. Para los/as organizadores/as, el horizonte de sentido del bienestar y la realización subjetiva de sus estudiantes se da en la constitución de una pareja, el casamiento y la maternidad y paternidad. A la vez que se posicionan como los actantes que facilitan el acceso a ese tipo de realización. Reaparece la idea, en un contexto de modernidad

tardía, de la autorrealización a partir de la conformación de vínculos eróticos y/o afectivos (Beck y Beck-Gernsheim, 2001; Illouz, 2009).

4. Recapitulación y conclusiones

El mercado está presente en los diferentes ámbitos de la vida de las personas, incluido el íntimo. Existe un mercado heterogéneo de espacios cara a cara y virtuales que facilitan la búsqueda de vínculos eróticos y/o afectivos.

En este capítulo describí el mercado erótico y/o afectivo al cual concurren los/as entrevistados/as. Para tal fin analicé, a partir de cuatro ámbitos virtuales y tres cara a cara, cuál es el contenido de la publicidad que circula, qué tipo de usuarios/as concurren, la accesibilidad a estos espacios, los cuidados que ofrecen los/as emprendedores/as de espacios de sociabilidad cara a cara y las empresas de aplicaciones y sitios de citas a sus clientes/as. Un rasgo sobresaliente del análisis es que en este mercado hay un interés por el cuidado de los/as usuarios/as tanto en el ámbito virtual, donde la relación entre empresas y clientes/as es impersonal, como en el cara a cara.

En el mercado erótico y/o afectivo rigen lógicas de cálculo económico. Pero también se promueven intercambios sin agresiones y donde prime el bienestar. Asimismo, coexiste la despersonalización de los vínculos, debido a la lógica del mercado, con la generación de vinculaciones afectivas positivas entre emprendedores/as y clientes/as de espacios de sociabilidad cara a cara.

A partir de mi análisis de las interacciones que se desarrollan entre organizadores/as y clientes/as observo dinámicas de simetría entre las partes, interés mutuo y camaradería. A la vez que en las clases de salsa y bachata, en las catas de vino y en Tinder, a través de Tinder Social, que promueve citas grupales (aunque esto no ha tenido impacto

en los/as usuarios/as aquí analizados), los/as emprendedores/as de espacios cara a cara y las empresas de aplicaciones y sitios de citas incentivan la sociabilidad entre pares.

En los próximos dos capítulos continúo con el análisis de distintos tipos de interacciones eróticas y/o afectivas que tienen lugar durante las búsquedas en los espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales del mercado erótico y/o afectivo aquí estudiado.

La energía emocional en las interacciones cara a cara

En este capítulo describo y analizo las distintas situaciones de interacción (Collins, 2009) que tienen lugar en las catas de vino, los eventos de *speed dating* y las clases de salsa y bachata.

Para su abordaje empírico me baso en las observaciones realizadas en las catas de vino, los eventos de *speed dating* y las clases de salsa y bachata; y en fragmentos de entrevistas en profundidad a usuarios/as.

El capítulo se estructura en dos secciones. En la primera, presento mi perspectiva teórica de análisis. En la segunda, examino diferentes situaciones de interacción que observé en cada uno de los espacios a partir de tener en cuenta las pautas de cortejo y emociones que circulan, las corporalidades y el capital erótico, los escenarios de interacción (Paiva, 2006); y qué sucede con la energía emocional de los sujetos ante dichas situaciones.

1. Coordenadas teóricas interaccionistas

Me baso en una perspectiva de análisis interaccionista (Goffman, 1970, 1971, 1979; Collins, 2009), la cual me permite complejizar la dimensión emocional en su interrelación con la corporal.

Desde una perspectiva interaccionista, de análisis de la situación, la co-presencia física deviene en encuentro cuando se transforma en interacción enfocada, con un foco de interacción común y de intensidad entre al menos dos personas (Collins, 2009). Para Goffman (1971, 1979), los encuentros son tipos de interacciones signadas por normas que sincronizan el proceso de obtener la atención del orador y de que este obtenga la de uno.

Las interacciones están cargadas de emociones. La energía emocional durante los rituales de interacción aumentará o disminuirá según haya sinergia o no de emociones, valores, memorias, acciones, estructuras y moralidades entre las partes (Collins, 2009). La misma genera sentimientos de membresía y, a nivel individual, confianza, contento e iniciativa para la acción, entre otros.

En los rituales de interacción las personas buscan aumentar su energía emocional. Pero esta se distribuye de forma desigual, según sus posiciones relativas de poder y estatus, por lo cual las relaciones humanas se ven regidas por dos tipos de rituales, de poder y estatus, tal como expliqué en el capítulo 3.

Algunos ejemplos de rituales de interacción que aparecen en la búsqueda de encuentros eróticos y/o afectivos y en las interacciones son una charla, una carcajada compartida, un beso y otras formas de seducción o cortejo. En estos rituales los individuos se sumergen corporalmente y se da una sincronización. En aquellos casos donde el decoro ritual se rompe, los sujetos sienten lo que Collins (2009) denomina una incomodidad moral.

Para la perspectiva interaccionista en la cual me baso, el ritual de interacción es un proceso corporal y posee una lectura del cuerpo basada en los aportes de la teoría fenomenológica de Merleau-Ponty (1970). Para el autor, los cuerpos son productores de sentidos y no son pasivos. Las personas no solo tienen un cuerpo, sino que son en el mundo con el cuerpo. El mundo es entendido a través del cuerpo no solo como experiencia física, sino también como

experiencia sensible atravesada y generadora de emociones (García Andrade y Sabido Ramos, 2014). Explica Collins que cuando los cuerpos humanos se reúnen en un mismo lugar ocurre una sintonización de la cual emergen diferentes emociones, como el recelo o el interés.

La propuesta de Merleau-Ponty (1970) se vincula¹ a la noción de *embodiment* propuesta más adelante por Csordas, la cual implica “una condición existencial en la cual el cuerpo es la fuente subjetiva o el terreno intersubjetivo de la experiencia” (Csordas, 1999: 143).² El *embodiment* es un entrecruzamiento entre la cultura y el sujeto, anidado en la condición corporal existencial. Supone una forma de conocimiento desde la experiencia no solo desde una dimensión textual, sino también sensorial (Aguilar Díaz, 2014: 323).

Los rituales son iniciados por la convergencia de cuerpos humanos en un mismo lugar. Las emociones que generan los rituales se expresan y visualizan a través de la glosa corporal (Goffman, 1979). Goffman explica que los individuos se expresan tanto por lo que dicen como por lo que emanan corporalmente. La energía emocional se observa en las posturas y movimientos corporales, en la mirada, la voz y la expresión facial (Collins, 2009). Estos aspectos se ven por ejemplo en un diálogo. Cuando las personas dialogan y tienen un foco de atención común, tienden a sincronizar sus movimientos corporales con el ritmo que hablan. Esto significa que la energía emocional aumenta. Se miran unos a otros y lo hacen siguiendo un patrón rítmico: miran el rostro del otro, se responden con micro-expresiones. Hay fluidez en el habla y priman expresiones faciales de confianza y entusiasmo.

¹ Para un análisis detallado de las influencias teóricas retomadas por Csordas para la noción de *embodiment*, cotejar Csordas (2010).

² Teresa del Valle explica que el concepto de *embodiment* de Csordas (1999) implica una acción “imbuida de humanidad, ya que combina dimensiones varias de la existencia tales como sentimientos, emociones, placeres, rechazo, sexualidad” (Del Valle, 1999: 11).

A partir de esta glosa corporal, en una determinada situación, en este caso las interacciones en espacios de citas y de encuentros, los individuos desarrollan corporalmente un “*display* de intenciones” (Goffman, 1979: 30) que son interpretables y predecibles por el resto de las personas. En el trabajo de seducción, el cuerpo crea situaciones de intimidad o proximidad corporal (Simmel, 2014), que exceden las relaciones sexuales, como por ejemplo el baile.

En el *display* de intenciones, la presencia corporal de otras personas nos genera una impresión sensible (Simmel, 2014). La noción de impresión sensible o de proximidad sensible implica que en las interacciones cara a cara les atribuimos a los/as otros/as diversos sentidos de percepción, a partir de los cuales establecemos formas de relación (Simmel, 2014; Sabido Ramos, 2007). Desde este concepto es posible llevar a cabo un análisis sobre, por ejemplo, las emociones del asco y el desprecio que podemos experimentar en los momentos en los que nos encontramos con otros/as, aunque las mismas sean fugaces.

La percepción sobre el otro está atravesada por “modos somáticos de atención”. Estos son “modos culturalmente elaborados de prestar atención a, y con, el propio cuerpo, en entornos que incluyen la presencia corporizada de otros” (Csordas, 2010: 87). Los modos somáticos de atención incluyen, además de la atención *a* y *con* el propio cuerpo, la atención a los cuerpos de las otras personas. Percibimos y evaluamos, desde nuestra propia experiencia, los movimientos, la posición corporal, los gestos, los olores de los otros. Las formas de percibir, sobre qué es agradable y desagradable, no son naturales, sino que están definidas social y culturalmente. Dependen del *habitus* de los sujetos (Bourdieu, 1987).

La noción de modos somáticos de atención nos da pistas para analizar las interacciones de búsqueda de encuentros eróticos y/o afectivos. Ciertas formas y movimientos corporales, olores, miradas son considerados atractivos o desagradables por los/as usuarios/as de catas de vino,

eventos de *speed dating* y clases de salsa y bachata. Tal como analiza Csordas, existe una “elaboración cultural de una sensibilidad erótica que acompaña la atención hacia lo atractivo” (2010: 87). Situaciones en las cuales se presta mayor atención a los movimientos corporales de las otras personas son cuando se baila, se hace el amor o se juegan deportes de equipo (Csordas, 2010: 87-88).

Es decir, mi lectura del cuerpo es relacional. El cuerpo no es reductible a un aspecto anatómico, no es inerte, porque el sujeto y su cuerpo se van constituyendo en relación con quienes interactúan en determinado espacio-tiempo (Collins, 2009; Giddens, 1997; Le Breton, 1995; Turner, 1984). Para Nancy (2007) los cuerpos están abiertos y tensionados desde diferentes frentes, son diferencias cargadas de fuerzas situadas y tensadas unas contra las otras, lo cual implica que los cuerpos son todo lo contrario de lo cerrado y lo acabado, son abiertos, expuestos y tensionados. Son cuerpos vivientes dotados de energía que afectan y son afectados, generadores de emociones y atravesados por ellas, que resisten y actúan.

Desde esta idea de que los cuerpos son abiertos y expuestos, que afectan y son afectados, retomo la apuesta que realizan Grosz (1994) y Butler (2002). Para las autoras los cuerpos no están pre-dados sino que están social e históricamente situados. Consideran los discursos como creadores de la idea de un cuerpo “natural” que justifica ciertas creencias y regímenes corporales. Las autoras abordan el cuerpo como un cuerpo vivo, en términos de Spinoza, es decir, planteándolo como potencia y en sus capacidades de ser afectado, de afectar y de actuar (Grosz, 1994). Por ello, los límites, la potencia y los poderes de las corporalidades no se hallan fijados, sino que se desarrollan de forma difusa en función de la interacción con otros cuerpos en entramados de relaciones físicas, sociales y culturales (Pozo Martínez, 2012).

El aporte de Grosz (1994) resulta de interpretar el cuerpo como un objeto discursivo situado histórica y culturalmente, y como el objetivo crucial en las batallas sexuales, políticas y económicas, al igual que lo conciben las feministas de la tercera ola (Bellucci y Rapisardi, 2001); pero también como un *umbral* en el cual se ponen en tensión binarismos tales como privado o público, propio o del otro, natural o cultural, físico o social, instintivo o aprendido, psicológico o social, genética o ambientalmente determinado.

2. Interacciones situadas

2.1. Catas de vino: la tercera copa y la *sommelier*

La vinoteca se encuentra en una esquina de la Ciudad de Buenos Aires. Cuando una se acerca a dicha esquina un viernes por la noche, alrededor de las 20 horas, se encuentra con un cartel que dice con letras de colores: “Hoy hay cata de vinos”.

En ese pequeño espacio hay botellas por doquier, todas de bodegas *boutique*, y una mesa con dos sillones donde se sientan las primeras personas que van llegando. La vinoteca tiene dos pisos, el que da a la calle y un sótano donde tienen lugar las catas. El sótano está ambientado y preparado para las mismas. Una ingresa por una puerta de vidrio que da a un ambiente iluminado con veladores con luces tenues, pero cálidas, y decorado con barriles, antigüedades y objetos referidos al vino. Cuando se entra, ya las copas están sobre la mesa y hay paneras con galletas. El dueño del lugar y su asistente, que es un amigo suyo que lo ayuda en el armado de las catas, se encargan de que todo esté en orden y les indican a las personas que van llegando que se ubiquen donde más les guste.

El sótano tiene forma de romboide. Hay cuatro mesas para dos personas pero donde se llegan a sentar cuatro, dos sillones grandes que tienen al costado mesas ratonas, y sillas

sueltas. Al final del sótano hay un pequeño estante con las botellas que serán catadas y se encuentra de pie el/la *sommelier* que aguarda sonriente mientras los/as clientes/as se acomodan. Las botellas ya están abiertas y tienen colocado el pico correspondiente para ser servidas.

Las personas van bajando, las que concurren solas se sientan en los sillones o en algunas de las sillas sueltas. Las parejas eligen las mesas de dos y los grupos de amigos/as se amontonan en las otras mesas de dos.

El sótano es pequeño pero confortable. Posee un aire acondicionado frío/calor que el organizador va programando según las necesidades de sus clientes/as. Antes de comenzar la cata siempre pregunta: “¿Está bien el aire así? ¿Quieren que lo baje, lo suba? Díganme por favor”. El escenario de interacción puede ser definido, según mi experiencia, como un lugar cálido y confortable.

Para poder tener una visión panorámica de las interacciones que se desarrollan en ese escenario solía sentarme en la última mesa, cerca de la puerta, la más alejada de donde estaba el/la *sommelier*. Podría decirse, haciendo una analogía con el aula de una escuela, que me sentaba en el “último banco”. La mesa era cuadrada y tenía tres sillas. Elegí esa mesa como lugar de observación desde mi primera cata.

En mi primera degustación, el asistente del organizador de las catas, a quien lo había entrevistado una hora antes, se sentó conmigo. Sus amigos/as, clientes/as frecuentes de las catas, se sumaron a nuestra mesa. Como eran varios/as unieron la mesa de al lado. Para cuando la cata había comenzado estábamos sentados alrededor de ambas mesas diez personas. Éramos ocho varones y dos mujeres.

Durante esa cata, el asistente ofició de informante clave en todo momento. Cuando nos sirvieron la primera copa de vino, él me miró y me dijo “vas ver que en la tercera copa de vino todo se distiende”. Esta máxima fue registrada por mí en cada una de mis observaciones y reafirmada a partir de las entrevistas en profundidad que realicé a clientes/as de este espacio.

En la tercera copa de vino emergen situaciones de sociabilidad signadas por una mayor desinhibición. La gente comienza a hablar entre sí, se diluye la figura de autoridad del/a *sommelier*. El silencio que primaba al comienzo es reemplazado por el bullicio y las risas, ante lo cual el/la *sommelier* y el organizador piden, amablemente, silencio. Circulan bromas entre los/as usuarios/as, hasta hace poco desconocidos/as entre sí.

En una de las catas, luego de la tercera copa de vino, registré una escena donde se observa un mayor nivel de desinhibición por parte de un grupo de mujeres. En uno de los costados del sótano, había una mesa con un grupo de cuatro amigas. Ellas comenzaron a mirar a dos varones que se encontraban sentados en la mesa trasera. Mientras los miraban, comentaban y se reían. Ellos eran conscientes de esto y el juego de miradas cruzadas comenzó a tener lugar. En un momento de la noche, ante una pregunta del *sommelier* sobre el sabor de un vino, una de las mujeres se dio vuelta y les dijo, con tono de voz suave y una sonrisa, a los varones de la mesa trasera: “A ver, chicos, ¿qué tienen para decir?”. Todos/as nos reímos de la situación. Dado que ninguno de los varones respondió de forma rápida, otro varón sentado en otra parte del escenario les gritó: “No arruguen, muchachos”, haciendo referencia a que la mujer estaba intentando entrar en contacto con uno de ellos y que, en tanto eran evaluados como varones heterosexuales, debían responder al deseo femenino. Dentro de los postulados de masculinidad hegemónica se espera que los varones estén siempre disponibles para lo erótico y sexual. Si un varón se pone nervioso ante el deseo erótico femenino o lo rechaza, su *performance* de seducción masculina heterosexual será puesta en discusión.

Estas situaciones son rituales naturales de interacción en tanto generan un foco de atención compartido y consonancia emocional sin la necesidad de protocolos formalmente estereotipados o rituales formales regidos por procedimientos ceremoniales (Collins, 2009: 75). En las

situaciones aquí descritas la energía emocional aumenta de forma espontánea. La tercera copa de vino simboliza el pasaje de un estado de “sobriedad” a uno de “desinhibición”. En el primero, los cuerpos tienden a la quietud, cada uno está sentado en su silla, en silencio o hablando bajo; en el segundo, las personas hablan fuerte, se mueven, cambian de lugar. En este estadio se genera más confianza y contento entre los participantes de la cata, como así también sentimientos de membresía. Esto se visualiza en que se ríen de los mismos chistes y hay una correspondencia entre los temas de interés que comienzan a circular, entre ellos los comentarios referidos a temas sexuales. Es decir, la energía emocional aumenta.

En el estadio de desinhibición la glosa corporal se distiende. Algunas de las mujeres que estaban sentadas en silencio y manteniendo posturas rígidas, luego de la tercera copa se sueltan el cabello y empiezan a tocárselo. Comienzan a hablar con otros varones. Aparece de forma más evidente una lógica de seducción signada por el cruce de miradas entre varones y mujeres sentados/as en distintas partes del escenario. Las miradas son un guion recurrente de seducción y de cortejo, de *display* de intenciones que apelan a la idea simmeliana de la coquetería. Implican, desde el silencio de la palabra, un *quizás* más tarde hablemos o un *quizás* me gustes. Ese *quizás*, en tanto somos cuerpos vivos, que afectamos y somos afectados, genera efectos y deseos entre las personas que observan y que son observadas (Butler, 2002; Grosz, 1994; Frigerio, 2006).

Estos actos de seducción femenina —mirar a quienes les parecen atractivos, tocarse el pelo o hablarles delante de todos con un tono suave y simpático— son, en términos de Bianciotti (2013), “*performances* de seducción medidas (sutiles)”. Según la autora, así las mujeres se muestran *sexys*, simpáticas y sensuales, pero “(...) sin los excesos adjudicados a la figura del *gato* (exhibicionismo excesivo del cuerpo y la seducción exacerbada) o la *puta* (excesiva cantidad de compañeros eróticos)” (Bianciotti, 2013: 608).

Las mujeres que concurren a estos espacios van vestidas con jeans, camisas o blusas. Llevan zapatos con o sin taco y no usan ropa escotada o polleras cortas. Su forma de vestir se aleja de cualquier tipo de exhibición corporal. Si bien están maquilladas, su forma de maquillarse es sutil y utilizan colores sobrios: usan base, se delinean los ojos y utilizan labiales de colores claros. Combinan seducción con elegancia y distinción. Como explica Bianciotti, las formas de seducción medidas (o sutiles) se basan en una estilización elegante y la exhibición moderada del cuerpo. Así las mujeres buscan lograr una belleza que se pretende natural, en contraposición al “gato”. Muestran un aspecto personal *sexy* y fino a la vez (Bianciotti, 2013: 613).

Luego de catar los vinos, alrededor de cinco copas por noche, el dueño trae empanadas o picadas de fiambres para todos/as. Las empanadas son dos por persona y las picadas son una por mesa. Como algunos/as no están en ninguna mesa, se sientan o acercan a quienes están sentados. Esto favorece el diálogo y el intercambio. Este es el momento en el que quienes cruzaron miradas a lo largo del evento se aproximan corporalmente. Los varones, con la excusa de que van a buscar algo para comer, se acercan a la mujer que les pareció atractiva. Esto le sucedió a Aldana (50 años), clienta frecuente de la cata. Luego de mirarse con un varón más joven durante toda la noche, tuvieron su primer acercamiento verbal en el momento de la picada. Más tarde fueron con varios/as de los/as participantes de la cata a cenar a un restaurante donde continuaron hablando. Él la cortejó todo el tiempo con halagos y terminaron la velada teniendo relaciones sexuales en la casa de él. Ella resume todas esas gestualidades de seducción como “no paró de *tirarme los galgos* toda la noche”.

La forma de cortejo y seducción, en el caso de Aldana como en los otros que observé, aunque no implique la generación o la búsqueda de un vínculo de pareja, se da en términos monógamos. A partir del juego de miradas dos individuos perciben si hay energía emocional entre ellos.

En los casos en los que la haya, no cortejarán explícitamente a otras personas en ese espacio a lo largo de la noche. Subrayo “en ese espacio” porque las personas durante el evento utilizan sus celulares y chatean con otros/as con los/as cuales, quizás, desde lo virtual, estén sociabilizando erótica y/o afectivamente o pautando encuentros de este tipo.

Los celulares son actantes presentes en los eventos de las catas de vino. Los/as usuarios/as prenden sus celulares en diferentes momentos de la noche, escriben o revisan los perfiles de sus redes sociales. Cuando ya se encuentran más desinhibidos/as y relajados/as, se sacan *selfies* con sus amigos/as o fotografían a la banda de música que toca al final del evento. Asimismo, los celulares son utilizados cuando hay sinergia emocional entre las personas. Los sujetos intercambian sus números telefónicos como forma de establecer un contacto, ya sea con vistas a una posible amistad o en una escena de seducción.

La energía emocional entre dos personas se incrementa si ambos se perciben como agradables. Esto se genera a partir de sus modos de atención (Csordas, 2010), que implican la forma de evaluar y percibir al otro (por sus olores, gestos, cuerpo). Un rasgo estético que vuelve a alguien deseable en las catas de vino es su olor. El olor del escenario de la cata está marcado por el aroma al vino y las fragancias de perfumes importados que utilizan sus usuarios/as. El perfumarse es una forma de distinción y una estrategia para generarles a las otras personas una percepción sensorial agradable sobre sí mismos. Oler bien es una de las formas que poseemos para no producirle a los otros asco o desprecio (Sabido Ramos, 2007; Simmel, 2003) y aumentar nuestro capital erótico (Hakim, 2012).

Los olores aceptables o no dependen del círculo social en el cual estamos insertos. Es decir, el sentido del olfato está construido socialmente. Los olores para Synnott son un arma de defensa para menospreciar a los demás

(Synnott, 2003: 443). Sirven para legitimar desigualdades de clase y raciales y para imponerle a una población determinada una identidad moral negativa.

Dentro de los rituales de interacción de las catas de vino están, tal como se explicitó en el capítulo anterior, los recitales acústicos de grupos musicales. Las canciones que interpretan son, principalmente, en inglés, de estilo *soul*, *jazz* y *rock*, y sus letras poseen contenido amoroso. Estas canciones versan sobre historias de pareja, peleas amorosas, la búsqueda del amor y el dolor que genera amar. Cuando tocan las bandas, el organizador apaga las luces y solo quedan prendidos unos veladores con luces tenues, de color anaranjado. Cuando el grupo musical se presenta las personas hacen silencio. Para este momento todos/as ya hemos tomado cinco copas de vino y más. Las miradas de algunos/as espectadores/as, idas y con brillo en los ojos, parecen estar conectadas con recuerdos u otras sensaciones que les genera la música, el alcohol y la ambientación del espacio. Aquellas personas que van en pareja se dan la mano y se besan. El ideal regulatorio romántico, por las letras de las canciones y los movimientos corporales de los/as clientes/as, impregna el escenario.

En contraposición a este discurso más romántico, en una de las catas un dúo tocó la canción de Jimi Hendrix denominada “Foxy Lady” (Chica Zorra). Cuando la cantante la presentó dijo: “Dedicado a todas las *chicas zorras*”. Esto incrementó la energía emocional entre las mujeres. Hubo chiflidos de aprobación y risas entre ellas, una erotización menos sutil y más explícita. La cantante apeló a un corrimiento dentro del sistema estético-erótico-moral, en términos de Bianciotti (2013), de aquello considerado como una feminidad medida. La aprobación por parte de las otras mujeres de este deslizamiento, aunque sea a nivel discursivo, tensiona las tecnologías de género (De Lauretis, 1996) y del yo (Foucault, 1990) a partir de las cuales se crea un ideal regulatorio de sujeción y subjetivación de lo femenino en términos de autocontrol. Se visualizan otros deseos.

No obstante estas situaciones de aumento de energía emocional en las catas de vino, hay también otras situaciones en las cuales disminuye. Una de las interacciones más destacadas de cada evento es aquella que se genera entre el/la *sommelier* y su público. Los/as *sommeliers* son generalmente varones y en algunos casos mujeres jóvenes. En una de las catas, la *sommelier* fue una mujer de alrededor de cincuenta años, con el pelo canoso, sin maquillaje y poco simpática. Esta cata no tenía ningún componente novedoso a nivel de cantidad de personas u organizativo, en relación con las otras, pero cuando esta mujer nos explicaba sobre la bodega y los vinos las personas le prestaban poca atención.

Cuando ella se paró frente a todos/as para comenzar a hablar, no le prestaron atención instantáneamente. Algunos/as seguían utilizando sus celulares y otros/as hablaban con las personas con las cuales habían ido a la cata. Tuvo que aumentar su tono de voz para presentarse. En ese momento todos/as comenzaron a escucharla. Como en todas las catas, la *sommelier* preguntaba qué nos parecían los vinos o cuáles sabores identificábamos. A diferencia de otras catas, ella no aceptaba con facilidad las críticas o sugerencias que le realizaba el público. Respondía, por ejemplo, “eso no es así” con demasiada seriedad. Estas diferencias y la poca empatía comenzaron a generar un ambiente de inconformidad respecto a la *sommelier* y las personas dejaron de escucharla. En distintas oportunidades el organizador tuvo que pedir, con amabilidad, que hiciéramos silencio. Ella intentó con rituales como chistes restablecer su fachada personal (Goffman, 1979) y aumentar su estatus —volver a ser parte del grupo— y su poder —volver ser el foco de atención e impartir sus conocimientos—. Estos chistes, como “qué *charletas* que son”, eran rituales fallidos y generaban indiferencia (Collins, 2009: 75).

El capital erótico de la *sommelier*, analizado desde su vestimenta, su atractivo sexual, su cuidado de la imagen, su edad y sus aptitudes sociales —como la gracia o el humor—, era bajo a la vista de su público. La forma a partir de la

cual era evaluada y percibida —modos somáticos de atención en términos de Csordas (2010)— por sus gestos y su estética era negativa. En el contexto cultural en el cual estamos inmersos, la juventud y el atractivo corporal femenino pasan a ser capitales que jerarquizan a las mujeres (Bordo, 2003; Davis, 1997; Muñiz, 2014). Esta característica es más sobresaliente sobre los cuerpos femeninos que sobre la masculinidad heterosexual.

En otras catas hubo *sommeliers* mujeres, pero en esos casos las bodegas contratan a mujeres jóvenes que se muestran simpáticas y que van vestidas con ropas ajustadas al cuerpo. Al momento de vender sus vinos las bodegas saben que la presencia de una mujer, dentro de los cánones de la belleza hegemónica, volverá más apetecible el producto. En cambio esta mujer, por su aspecto estético y la falta de carisma, generaba desprecio entre las personas. El desprecio es una emoción jerarquizante que aparece cuando alguien es considerado inferior (Sabido Ramos, 2007). Este desprecio se trasladó al sabor de los vinos. A medida que avanzaba la cata y la energía emocional para con la *sommelier* disminuía, los/as clientes/as comenzaron a decirle de forma más directa y seria que los vinos les parecían malos. Cuando terminó la cata, los/as clientes/as se quejaron con el organizador no solo por la *sommelier* sino también por la calidad de los vinos.

El modo en que era percibido el aspecto corporal, estético y su actitud poco simpática socavó la energía emocional de la *sommelier* y movimientos comenzaron siendo nerviosos y terminaron abúlicos. A medida que aumentaba el descontento entre los miembros de la cata hacia ella, la solidaridad a través del contacto visual disminuía. Cuando hay sinergia en la interacción las personas se miran unas a otras y lo hacen siguiendo un patrón rítmico: miran el rostro del otro y se responden con micro-expresiones. “En instantes de solidaridad intensa (de triunfo grupal o de consonancia erótica), las miradas recíprocas son más largas y semejantes, mientras que en situaciones de baja armonía se baja o

desvía la mirada durante porciones de tiempo prolongadas” (Collins, 2009: 186). Cuando el desprecio y el desinterés por parte de los/as clientes/as fueron evidentes y muy pocas personas le prestaban atención, la expresión facial de la *sommelier* demostraba nerviosismo y luego molestia. Se mordía los labios o miraba al organizador constantemente, como forma de pedirle ayuda.

En el momento en que la exposición de la *sommelier* terminó, el organizador bajó con la picada. En ese lapso de tiempo ya todos/as habían empezado a hablar con otras personas. Apenas se sirvieron las picadas, observé cómo la *sommelier* se iba sin saludar a su público y sin que nadie la saludara. El hecho de que no haya habido saludo, que es un tipo de ritual interpersonal positivo (Goffman, 1979: 88), es una muestra de la pérdida de estatus que experimentó esta mujer en la cata. El vínculo entre el/la *sommelier* y los/as clientes/as fue diferente a otras catas, en las cuales siempre hubo sinergia entre las partes. Ellos/as siempre se quedan a comer la picada, se sientan con nosotros/as y charlan. Pasan de ser quienes tienen un saber experto a ser un miembro más del grupo.

Otra escena donde se visualiza el descontento que sintieron los/as clientes/as respecto a la *sommelier* fue cuando un grupo de cuatro varones que estaba sentado en una mesa se levantó y se fue. Esta es una situación que nunca había sucedido en las otras catas a las que asistí. Los/as clientes/as más frecuentes, luego de que terminó la cata y cuando el organizador se sentó a hablar con nosotros/as, se quejaron de la *sommelier*. Le dijeron al organizador “qué *vieja sin onda*” o “qué *vieja más mala onda*”. La descalificación se basó en la edad y la falta de simpatía de la mujer. Por su parte, el organizador, para explicar por qué los cuatro varones se habían retirado de la cata, indicó que fue porque “era una *vieja mala onda* y ellos quieren ver unos buenos *culos*”. Esto generó risas y aprobación tanto por parte de los varones como de las mujeres. Con esa expresión, apeló a la edad de la *sommelier* y a su aspecto corporal. El organizador, cuyas

representaciones de belleza y sensualidad se sustentan en atributos de la masculinidad hegemónica, considera que lo que hace interesante a una *sommelier* mujer, a diferencia de un *sommelier* varón, es que además de que sepa de vinos debe ser atractiva, a partir de poseer un cuerpo curvilíneo y ser joven y simpática.

2.2. *Speed dating*: el juego y los minutos eternos

Mientras las mujeres esperan para que comience el evento de *speed dating*, hablan entre ellas. Se escuchan preguntas como “¿vos cuántos años tenés?” o “¿hace cuánto que no estás en pareja?”. Las mismas son las iniciadoras de las conversaciones, el punto en común desde el cual mujeres que no se conocen entre sí comparten experiencias.

En cada noche de *speed dating* se realizan dos eventos en paralelo, según grupos de edad. A medida que se van inscribiendo, la organizadora les dice a las mujeres que se acomoden en un sector del bar y a los varones en otro. Las mujeres comienzan a hablar entre sí según su *look age* (Featherstone y Hepworth, 1991), se reúnen con quienes consideran de una edad similar. A partir de mis observaciones noté que las mujeres mayores miraban a las más jóvenes “de arriba abajo”. En nuestra sociedad, donde es más proclive que haya vínculos entre varones mayores y mujeres más jóvenes (Torrado, 2007), para las mujeres más grandes la presencia de mujeres más jóvenes en el mismo espacio social es percibido como lo que he dado en llamar “competencia desleal”³. En tanto la belleza y el capital

³ Experimenté, en primera persona, una situación similar cuando comencé a explorar el campo. Dentro de las opciones de lugares que me interesaban observar había una discoteca que era publicitada para personas mayores de 35 años. Mientras hacía la fila para intentar ingresar y/o poder establecer redes con alguna de las personas de la organización, sentí las miradas de molestia a causa de mi presencia por parte de las mujeres. En ese escenario yo aparecía como una otra, joven, que en tanto posee una determinada edad se posiciona de una manera privilegiada dentro del espacio social del boliche. Aunque estaba vestida de manera más formal de lo habitual y me había

erótico se anclan en gran medida en la juventud (Hakim, 2012), quienes sean más jóvenes se posicionarán de manera privilegiada dentro del evento de *speed dating*.

Las mujeres suelen concurrir al evento con una amiga. Es poco frecuente que ingresen solas. Las que van solas rápidamente generan estrategias para incrementar su sentido de pertenencia. Luego de inscribirse, le consultan a la organizadora dónde deben esperar o cuánto tiempo falta para que empiece el evento. La organizadora las lleva al sector donde se encuentran las demás mujeres y les dice a todas: “mientras esperan charlen, háganse amigas”. De este modo apela a la integración y aumenta la energía emocional de sus clientas. Les da confianza y les baja la ansiedad que les genera, a las nuevas clientas, experimentar un formato de citas novedoso y distinto como es el de las multicitas.

Por su parte, los varones, aunque en algunos casos vienen con amigos, tienden a ir solos a los eventos de *speed dating*. Cuando llegan hablan de a dos o en grupos reducidos de hasta cuatro y también se aglutinan según la edad que parecen tener. En ningún momento la organizadora se acerca para generar dinámicas grupales entre los varones. Aquellos varones que están solos se sientan en algunas de las mesas y mientras esperan usan el celular. Su ansiedad ante la espera de que comience el evento es expresada mínimamente a la organizadora. En algún caso se acercan a ella y le consultan a qué hora comenzará.

Mientras los varones y las mujeres esperan para que comience el evento, cruzan miradas y se observan. Ponen en juego sus modos somáticos de atención. Examinan si alguna persona les parece atractiva. Para ello tienen en cuenta la edad de las personas que observan. Tal como mencioné en el capítulo 4, en uno de los eventos una de las participantes,

maquillado, no logré pasar desapercibida. Cuando llegué a la puerta los de seguridad me pidieron el documento y como yo tenía 29 años no me permitieron ingresar.

una mujer de 38 años, se quejó con la organizadora porque consideraba que los varones eran grandes en relación con su edad.

Al igual que en las catas de vino, las personas, como forma de generar agrado, van perfumadas. En relación con la vestimenta, en el sitio web de los eventos de *speed dating* se indica que si bien no hay una manera predeterminada para vestirse, aconsejan a sus clientes/as que se vistan de “modo elegante *sport*” y que estén cómodos/as. Les recuerdan que la primera impresión es la que cuenta y que es importante ser auténticos. En tanto estos eventos son un negocio dentro del mercado de citas, ofrecen, tal como escriben en su sitio web, seminarios de “*fashion workshop*” para quienes aún “no encontraron su estilo”.

Las personas van vestidas de manera similar. Las mujeres usan pantalones largos o polleras con medias, camisa y suéter. Su ropa es de color negro y la combinan con blanco. La mayoría de las mujeres están teñidas de rubio o tienen mechones de cabello aclarados. Se maquillan con colores claros y de forma sobria. Tal como sucede en las catas de vino, performan una estética elegante y una exhibición moderada del cuerpo (Bianciotti, 2013). Por su parte, los varones están afeitados, usan chombas o camisas y pantalón. Tanto varones como mujeres visten con ropa de colores sobrios.

Luego de las acreditaciones llega el momento en que la organizadora llama a los/as participantes a que se reúnan en el centro del bar donde están ubicadas las mesas. Las personas se sientan o se quedan paradas a los costados. La organizadora se coloca un micrófono inalámbrico con forma de vincha y pide silencio. Se para delante de todos/as y a través de su presencia sonriente pero imponente —es alta, usa tacos y tiene una postura erguida— pasa a ser el centro de atención del grupo. Ella es quien dará las pautas de cómo se desarrollará el evento de *speed dating*. Es el objeto (sujeto) sagrado que posee el saber y la capacidad organizativa para que los/as usuarios/as puedan llegar a entablar encuentros

eróticos y/o afectivos. El objeto sagrado es aquel que centra la atención del grupo y deviene receptáculo simbólico de sus energías emocionales (Collins, 2009: 170).

Cuando la organizadora da las pautas de interacción lo primero que dice y que marca, una y otra vez a lo largo de su explicación, es que “esto es un juego, dejémonos llevar”. Las pautas de interacción que estipula delimitan las pautas de cortejo y seducción esperadas dentro de este espacio social. La primera se basa en no preguntar la edad del otro. El hecho de no preguntar la edad se vincula, según explica la organizadora, con que cuando sabemos la edad de nuestra cita comienzan a operar los prejuicios. El criterio de selección basado en la edad cronológica de una persona (*look age*) actúa fuertemente al momento de las búsquedas de pareja en las personas heterosexuales. Para contrarrestar este criterio, dice que “preguntar la edad solo aumenta los prejuicios y no hacen a la persona. Cuando les pregunten cuántos años tienen, digan ¿cuántos años te son suficientes?. De este modo la organizadora apela a un ideario romántico ficcional basado en el amor ágápe. El ágape posee los atributos de la pasión romántica, es irracional y es conferido sin razones. El amor como ágape postula que amamos al otro aunque vaya en contra de nuestros intereses sociales o emocionales (Boltanski, 2000). Para la organizadora, el hecho de que un varón pregunte la edad es una “falta de caballerosidad”, dentro de los cánones de masculinidad que ella espera por parte de sus clientes. La caballerosidad, entendida como la adulación y la adoración de la mujer como claves de conquista, es parte del discurso del amor cortés (Tin, 2012) que se perpetúa dentro de las pautas de cortejo románticas actuales. El amor cortés emergió dentro de las sociedades cortesanas del siglo xii en Europa y permitió el pasaje de las sociedades homosociales a la cultura heterosexual, la cual postula a la heterosexualidad como una “naturaleza ‘natural’” (Tin, 2012: 7). En tanto las mujeres son el “objeto” de deseo deben ser cortejadas de forma tal que no se le hagan preguntas que las desprestigien, entre

ellas la edad. Aunque la organizadora diga que no se debe preguntar, la edad es un capital que actúa posicionando a los sujetos. Será más interesante dentro de este espacio social quien sea más joven. Este criterio opera tanto para mujeres como para varones, pero sobre todo para las mujeres, dado que los varones de cualquier edad tienden a elegir y a ser elegidos por mujeres más jóvenes.

Otro de los postulados dentro de la seducción corporal es el contacto visual. La organizadora sugiere que cuando las personas estén en las citas miren a quien tienen delante y le sonrían. Como expliqué en páginas anteriores, el contacto visual implica la existencia de energía emocional entre los sujetos que interactúan. El contacto visual, a través de las miradas, es una forma de seducción en las búsquedas. Se basa en hacer sentir al otro nuestro centro de atención. El hecho de hacer sentir al otro nuestro centro de atención, aunque sea por el tiempo que dura la interacción, es dentro del contexto de citas un guion romántico.

“No generen falsas expectativas”. Esta es otra de las máximas que brinda la organizadora cuando está por comenzar el “juego”. Las personas deben marcar para cada una de sus citas el nivel de agrado a partir de los siguientes emoticones: “Me encantó” 🥰, “Me gustó” 😊, “No somos compatibles” 😬.⁴ Según la explicación que da la organizadora, “Me encantó” implica tener interés en la otra persona vinculado a lo erótico y afectivo; “Me gustó” conlleva un interés en generar una amistad, que quizás pueda devenir en el futuro en otro tipo de vínculo; y “No somos compatibles”, ningún tipo de afinidad.

La regla del juego, que hace que una cita sea ubicada en uno u otro casillero, depende de lo que la organizadora denomina “la piel”. Explica la organizadora: “si no me gustó es porque no sentí la piel. Pero si me cae bien puede ser un

⁴ Las imágenes de los emoticones que marcan el nivel de agrado fueron fotografiadas de las propias tarjetas que el espacio de *speed dating* entrega a sus usuarios/as.

amigo, ahí le ponemos ‘me gustó’”. Para decir qué implica tener piel se toca su brazo y hace referencia con sus manos a cuando la piel se eriza, lo que ella denomina “se nos pone la piel de gallina”.

Desde la perspectiva de que nuestros cuerpos son cuerpos vivos, entiendo que el cuerpo es una superficie que siente y que “sostiene las representaciones, envuelve los afectos, deja que se inscriban las sensaciones como letras de tinta visibles e invisibles que abandonan sus marcas en la piel” (Frigerio, 2006: 34). Es desde y sobre la piel, para Nancy (2007), que se efectivizan los sentires. Desde la piel nos abrimos hacia el afuera, al mismo tiempo que es el envoltorio que contiene nuestro adentro —nuestros afectos, representaciones—. La piel es el umbral (Grosz, 1994) o frontera (Nancy, 2007) donde se inscribe la tensión entre el adentro y el afuera, desde la cual tocamos y somos tocados.

La organizadora da claves para realizar una *performance* de seducción (Hakim, 2010) supuestamente exitosa, como la sonrisa y “ponerle sentido del humor a la situación”. Ser simpáticos/as es parte del capital erótico para Hakim (2010). Actuar de esta manera implica un *emotional work* (Hochschild, 2012) a partir del cual no se entrevea el enojo, el desagrado, la distracción o falta de interés en lo que el otro nos está diciendo.

Mientras la organizadora brinda las pautas de interacción deseables, los/as usuarios/as, en especial las mujeres, la miran y escuchan atentamente. Ella es el objeto sagrado de la escena, dado que es considerada por sus clientes/as como “la experta en el amor”, y quien les facilitará la posibilidad, mediada por el dinero que pagan para ingresar a los eventos, de entablar vínculos eróticos y/o afectivos. A partir de las entrevistas a usuarios/as de espacios de *speed dating* y conversaciones informales se desprende, a nivel discursivo, que ellos/as acceden a este espacio principalmente para entablar vínculos de pareja. Me comentan que las citas que les dicen que no buscan conocer a alguien en pos de formar un vínculo estable no generan energía emocional.

Luego que la organizadora da las pautas de interacción, las mujeres se ubican en las mesas. Ellas, bajo los patrones de caballerosidad que rigen en ese espacio, son el sujeto de divinidad. Se mantendrán sentadas a lo largo de la noche y serán los varones quienes roten de mesa en mesa.

Cuando los/as participantes se inscriben en los eventos de *speed dating*, la organización le da a cada uno/a dos tarjetas y una lapicera. En la tarjeta más grande, las personas escriben el nombre de fantasía de su cita, su número de identificación⁵ y el nivel de agrado o desagrado que les generó. Asimismo, en la tarjeta más grande hay espacio para que escriban brevemente alguna referencia o descripción para acordarse de sus citas. Esta es de uso personal y no será entregada a la organizadora cuando termine el evento. En la otra tarjeta, la más pequeña, las personas escriben el nombre de fantasía de sus citas, su número de identificación y señalan el nivel de agrado. También colocan su número de identificación personal. Esta sí será entregada a la organizadora.

Entre cita y cita, de ocho minutos cada una, la organizadora toca la campana para indicar la finalización de una y el pasaje a la otra. Al cabo de cinco citas habrá un corte de alrededor de quince minutos para que las personas puedan consumir en la barra del lugar o pasar al baño. Luego se tienen cinco citas o más. Cuando finaliza el evento cada uno/a entrega la tarjeta más pequeña a la organizadora y puede quedarse en el bar.

La organizadora toca el primer campanazo. Los varones caminan a la primera mesa que les corresponde. Van con el cuerpo erguido y comienzan a practicar la sonrisa ganadora, de la cual les habló la organizadora. Las mujeres esperan atentas. Nadie utiliza el celular durante las dos horas y media que dura el evento. Todos/as están concentrados/as en sus citas. A cada mesa que los varones llegan

⁵ Los datos del nombre de fantasía y el número de identificación están impresos en un pequeño cartel que las personas se abrochan en su ropa.

saludan a sus citas con un beso en la mejilla. El beso como forma de saludo es un ritual interpersonal positivo (Goffman, 1979) desde el cual se asientan las bases para tener una cita.

Durante las citas se dan distintas escenas de interacción donde es posible identificar un aumento de la energía emocional de las personas. Por ejemplo, cuando un varón le invita a una mujer un trago. Los mozos del lugar están atentos a servir rápidamente, dado que hay muy poco tiempo entre cita y cita. La tensión de estar delante de personas desconocidas y tener tan poco tiempo para hablar genera risas de nerviosismo acompañadas de expresiones como “no sé bien qué decir” o comentarios como “¿qué raro es este sistema!, ¿no?”. Pero también aparecen preguntas concisas que operan como rituales forzados (Collins, 2009: 78) para generar focos de interés común y que definen con rapidez si hay congruencia de intereses entre las partes. Estos rituales se basan en preguntas como “¿cuánto hace que no estás en pareja?”; “¿es la primera vez que venís acá?”; “¿de qué trabajás?”; “¿cuántos años tenés?”, o “¿cómo te llamás?”. Asimismo, aunque cada uno/a lleva un nombre de fantasía como forma de mantener el anonimato, siempre se preguntan el nombre y/o el porqué de determinado sobrenombre. Estos son disparadores frecuentes que se escuchan y que son realizados tanto por varones como por mujeres. Estas preguntas marcan la afinidad electiva (Bourdieu, 1998) o la consonancia de criterios de selección entre los/as usuarios/as. Más allá de un discurso romántico basado en la premisa agápica, lo que aparecen son *habitus* y expectativas racionales que volverán al otro deseable o no. Es decir, guiones de amor realista se ponen, también, en juego dentro de las búsquedas (Illouz, 2009: 217).

Al evento concurren personas que, según me explica la organizadora, son usuarios/as frecuentes. Estos/as durante sus citas desarrollan un discurso pre-fabricado y

organizado, a través del cual cuentan su trayectoria afectiva: a qué edad tuvieron su primera pareja, su condición civil actual, si tienen hijos/as, por qué están allí y qué buscan.

Una escena de caballerosidad que observé es cuando los varones les preguntan a sus citas si tienen frío. El momento del año en el cual desarrollé las observaciones fue en otoño. Algunas mujeres estaban con camperas o suéteres abrigados. Cuando, ante la pregunta de los varones sobre si tenían frío, algunas decían que sí, ellos, como forma de caballerosidad y de demostrar interés, les proponían cambiar de lugar para que estuvieran más lejos de la puerta o la ventana y así se sintieran más a gusto.

El corte intermedio de quince minutos que tiene lugar durante el evento permite que las personas se conozcan, hablen con más tiempo y con quienes quieran. Este es un momento en el cual algunos/as profundizan sobre lo que hablaron durante la cita y/o intercambian teléfonos. Lo mismo sucede cuando termina el evento, algunas personas se quedan en el bar y allí se vinculan de a dos o hablan en grupos mixtos, de mujeres y varones.

Durante las citas, las mujeres y los varones sonríen, realizan movimientos corporales medidos —no exagerados—, dado que el espacio entre las mesas es reducido. El tono de voz suele ser elevado debido a que hay demasiado bullicio. Son muchas citas que se suceden en simultáneo. Formas corporales de seducción que realizan las mujeres y los varones son las miradas atentas a lo que la otra persona dice y así evitar monólogos. No obstante, hay escenas donde eso no se cumple y se observan situaciones de displacer donde prima el silencio y la falta de solidaridad a través de la mirada —por ejemplo, las personas miran hacia el costado—.

Escenas donde la energía emocional dentro de la cita decrece son aquellas donde las personas se preguntan la edad. Si bien, tal como expliqué, la organizadora no sugiere este tipo de pregunta en el contexto de las multicitas, escucho que la misma es realizada tanto por varones como por

mujeres en algún momento de la cita. Cuando esa pregunta es enunciada cada una de las partes sabe que operará un filtro que potenciará el “no somos compatibles”.

Durante las citas suceden escenas de seducción que devienen en descontento. Entre cita y cita el orden previo que la organización le da a las sillas suele modificarse. En una de las citas que observé, un varón y una mujer hablaban, se reían y se miraban fijamente. Ante esta sinergia, el varón aprovechó que las sillas no estaban ordenadas y movió sutilmente la suya para estar más cerca de ella. Con ese movimiento, entendido como un *display* de intenciones, él quiso hacerle notar a ella su interés en acercarse y profundizar en la interacción. La mujer interpretó que la seducción de él desbordaba los límites de la coquetería basada en el *quizás* e implicaba un acercamiento excesivo. Esto llevó a que ella se levantara de su lugar y corriera su silla a un costado de la mesa alejado del contacto corporal con el varón. Él ante esta situación emanó una gestualidad referente a la disculpa, se corrió también más lejos de ella. La disculpa es una práctica correctiva que este varón esgrimió para mejorar su actuación (Goffman 1971). A partir del empleo de esta práctica correctiva intentó equilibrar ritualmente su cara en pos de que no se destruyera totalmente su *performance* de seducción. No obstante, luego de esa escena la cara de la mujer se puso seria y no le sonrió en ningún otro momento de la cita.

Como expliqué, entre cita y cita las personas tienen pocos segundos para anotar en su tarjeta una breve reflexión o descripción sobre qué les pareció su última cita. En uno de los eventos observé que un varón se quejó con una de sus citas porque cuando comenzó su turno ella continuaba escribiendo sobre su cita anterior. Si bien ella lo había saludado, el hecho de que le hubiera pedido más tiempo para continuar escribiendo le generó molestia. Él le dijo con tono de chiste: “¿Tanto vas a escribir?”. A partir de un trabajo emocional, en términos de *emotional work*, pudo

expresarle el descontento pero de una forma graciosa. Esto generó empatía con su cita, quien también se rio, y dio pie al desarrollo de su conversación.

Por último, hay citas donde la energía emocional decrece al punto de que esos ocho minutos devienen “eternos”, tal como explica Cintia (39 años), usuaria de estos eventos. Esto sucede cuando las personas, a partir de sus modos somáticos de atención, no consideran agradable a su cita y cuando los temas de conversación que tienen lugar durante la charla no generan un interés común. Cuando las preguntas iniciales, entendidas como rituales forzados, no generan sinergia entre las partes sino una “fatiga de interacción” (Collins, 2009: 78), devienen en lo que el autor denomina “rituales fallidos”. Esto se visualiza en que las personas dejan de hablar entre sí, no se miran y la expresión facial marca la ansiedad porque esa cita se termine. Cuando suena nuevamente la campana, las personas se saludan con un beso en la mejilla o solo diciendo adiós. Dan por finalizado ese encuentro y vuelven a posicionarse corporalmente de manera simpática para la próxima cita.

Otras citas donde los minutos se hacen eternos son aquellas en las cuales no hay puntos de acuerdo entre las partes sobre un tema de conversación. Si bien se evitan temas que puedan socavar la energía emocional de forma rápida, como por ejemplo la política, visualicé escenas donde se plantean discusiones en torno a temáticas a simple vista banales. Por ejemplo, una discusión entre un varón y una mujer sobre el aumento de la construcción de edificios en la Ciudad de Buenos Aires. Luego de decirse uno al otro sus profesiones, ella, como forma de entablar un diálogo, le consultó a su cita, un arquitecto, su opinión sobre el hecho de que en la Ciudad de Buenos Aires se estén derribando casas antiguas para construir edificios nuevos. El tono de respuesta del arquitecto, defensor de esta nueva forma de construcción, estuvo marcado por la agresividad. Subestimó la opinión de ella y defendió su punto de vista con un tono de voz por demás alto. Esto no fue bien recibido por

ella, quien le respondió sin agresiones que su opinión estaba fundamentada y que no entendía por qué él le respondía de ese modo. Luego de ese intercambio, el diálogo se volvió entrecortado. Las expresiones faciales de ambos, pero sobre todo de ella, emanaban seriedad y desinterés. El hecho de tener varias citas a la vez genera un ámbito prolífero para que las personas estén atentas de manera más tajante a los movimientos corporales y actitudes de los/as otros/as. Esto facilita la posibilidad de descartar de forma rápida a un/a candidato/a cuya forma de vincularse no resulte acorde o, como en este caso, sea agresiva.

Una tercera y última situación donde los minutos se hacen eternos es cuando una de la partes de la conversación hegemona la palabra. En estos casos el diálogo se vuelve antagónico a la conversación sociable, que incluye que se pueda cambiar fácil y rápidamente de tema (Simmel, 2003: 95). La persona que hegemona la palabra no está atenta a si está generando un foco de atención común y a las emociones que atraviesan la subjetividad del/a otro/a durante la charla. Estas dinámicas se alejan de los guiones de una cita romántica donde cada una de las partes es ponderada en su singularidad y donde hay una circularidad de la palabra. Cuando esto sucede, la parte que solo escucha y que no puede emitir su opinión comienza a mirar a los costados o realiza expresiones faciales que demuestran hastío o desinterés.

2.3. Clases de salsa y bachata: la pedagogía erótica y los chismes

“*Nenas y varones, esto [la salsa y la bachata] es un antes y un después en sus vidas*”. Durante las clases de salsa y bachata la organizadora no solo explica los pasos de baile sino que también brinda consejos en relación con el cortejo, el erotismo y la autoestima. La pasión que siente por estos ritmos nos lo hace saber. Según nos dice, ser parte del ambiente

de la salsa y la bachata y sentir el ritmo de la música nos cambiará positivamente nuestra forma de sentirnos y percibirnos. Nos dará alegría y contención.

Las clases comienzan luego del horario laboral. Según la temporada del año tienen lugar a las 19 o 20 horas. Lo primero que observo cuando entro en la pista de baile son mujeres poniéndose zapatos de danza, brillantes y con taco alto, y los varones, unas zapatillas de danza. Algunas personas van luego de trabajar, concurren vestidas con ropa de oficina: pantalón y camisa, pollera y camisa, y en el caso de una mujer lleva puesto un ambo. No obstante, la mayoría de las personas visten ropa cómoda. Los varones usan camisa y jean o remeras ajustadas y pantalones apretados; y la mayoría de las mujeres se visten con remeras apretadas al cuerpo o por encima del ombligo y jeans o calzas. No se visualizan mujeres con demasiado maquillaje.

Al igual que en los eventos de *speed dating* y las catas de vino, las personas se perfuman. Al interés por oler bien se le suma que gran parte de los/as estudiantes comen chicle durante las clases. El hecho de que la gente coma chicle se debe a que la cercanía corporal de la danza vuelve inevitable sentir el aliento de la otra persona. Emanar un buen aliento es evaluado positivamente por los/as *partenaires* y genera mayor comodidad y sinergia entre ellos/as. Asimismo, los días de calor la organizadora les sugiere, dado que durante las clases las personas transpiran, que lleven una remera para cambiarse. Esto es cumplido por algunos de los participantes masculinos. Cambiarse la remera, comer chicle e ir perfumados son estrategias para ser evaluados positivamente por el resto del público y modos de evitar la infracción a causa de desechos corporales como son los malos olores (Goffman, 1979: 63-64).

Cuando la gente ingresa a la discoteca donde se toman las clases, se saludan afectuosamente. Los saludos están atravesados por expresiones corporales de cariño como sonrisas y abrazos. A partir de las mismas los sujetos afectan

y son afectados positivamente: aumenta la energía emocional de las personas y su sentimiento de membresía como parte del ambiente.

Observé situaciones en las cuales las mujeres corren para saludar a sus compañeros varones, quienes las cargan en sus brazos mientras ellas les rodean la cintura con sus piernas. Cuando comencé el trabajo de campo en este espacio no comprendía los códigos corporales y afectivos del ambiente de la salsa y la bachata. Ante estas situaciones pensaba, desde una mirada cargada de prejuicios, que había entre los/as estudiantes vinculaciones afectivas más allá de la amistad o el compañerismo. A través del paso del tiempo y a medida que fui aprendiendo los códigos de interacción, noté que la cercanía corporal es una práctica común entre ellos/as que no implica un *display* de intenciones asociado a tener relaciones sexuales cogenitales (Carozzi, 2014). Siguiendo la lectura de Carozzi (2014), los lugares de baile, en su caso las milongas, son espacios para “la expresión sexual ‘segura’ y ‘no orientada a fines’ (...)” (Carozzi, 2014: 108). Es decir, durante las clases los movimientos y las gestualidades de los/as estudiantes están signados por la seducción y el erotismo, pero esto no conlleva, necesariamente, que tengan relaciones sexuales entre sí. Lo que prima en este espacio es una re-erotización y aumento de la autoestima de las propias personas. Esto se deriva de la pedagogía erótica que sus docentes imparten, de que en las clases se practican movimientos que acrecientan su *sex appeal* y de que encuentran en el ambiente de la salsa y la bachata un espacio de pertenencia y contención.

Luego de saludar, las mujeres y los varones se ubican al costado de la pista donde hay unos sillones. Allí se ponen sus zapatos de baile mientras dialogan con otros/as estudiantes y con los/as docentes. Hacen chistes y se ríen. Cuando es la hora de empezar la clase, uno/a de los/as organizadores/as toma el micrófono y les dice que se acerquen al centro de la pista. Todos/as se paran en fila mirándolos a ellos/as que se encuentran adelante. Ellos/as saludan.

Cuando la gente solo dice “hola” con tono de voz bajo, gritan “¡no se escucha!”. Ante esto, la gente vuelve a saludar con voz más fuerte. Luego preguntan si hay personas nuevas. En el caso de que las haya les preguntan sus nombres y les dan la bienvenida.

A *posteriori*, ponen música y comienzan a dar las pautas del precalentamiento. En esa instancia se practican los pasos básicos —en la primera clase, de 19 a 20:30, se practican los de salsa y en la segunda, de 20:30 a 22, los de bachata—.⁶ A medida que esto sucede los/as docentes/as van haciendo comentarios que tienen un impacto corporal y afectivo en las personas. Por ejemplo, a partir de frases como “[Al paso] lo hacemos *sexy*” o “Las *nenas* nos tocamos el pelo” expresan una pedagogía del goce (Elizalde y Felliti, 2015) que genera energía emocional en los/as estudiantes. Cuando los/as docentes dan estas indicaciones, los varones y las mujeres comienzan a soltar sus cuerpos y a mover más sus caderas. La rigidez corporal se diluye como así también el miedo al ridículo. La seguridad personal que adquieren puede ser percibida en que hay un mayor disfrute mientras bailan. Este cambio lo observo principalmente en los/as estudiantes de nivel intermedio y avanzado. Para quienes son nuevos/as o están en nivel principiante la atención está puesta en tratar de hacer los pasos de manera correcta. Sus cuerpos están más rígidos y la mirada está depositada en tratar de copiar el paso de algún/a compañero/a de nivel intermedio que tengan cerca.

Tal como adelanté en el capítulo 3, una frase que los/as profesores/as repiten durante las clases de salsa y bachata es que “los varones marcan y las mujeres embellecen el baile”. Los pasos de bachata se “embellecen” a partir de gestualidades de seducción femenina, como por ejemplo que las mujeres se toquen el pelo. Las mujeres de nivel avanzado realizan

⁶ Esta diagramación a lo largo del trabajo de campo sufrió modificaciones. Las mismas son avisadas a través de la página de Facebook de los/as organizadores/as.

este gesto solas, con o sin la indicación de los/as profesores/as, durante las clases y en las noches de baile social.⁷ Las de intermedio lo ponen en práctica cuando los/as docentes se lo marcan o solas durante el baile social. En cambio, las mujeres de nivel principiante nunca lo practican, ni durante las clases, dado que los/as docentes no se lo indican, ni solas durante la noche de baile social. Las *performances* de seducción en el baile son más sutiles cuanto menos se conoce la danza. Para ser aceptadas dentro del ambiente, las personas que están en nivel principiante tienden a ser más calladas y serias. Actúan y se mueven de forma tal que sus rituales de interacción no sean disruptivos ni intervengan negativamente dentro del espacio social. Son quienes menos exhiben su cuerpo, por ejemplo las mujeres no usan remeras por encima del ombligo. Hipotetizo que realizan *performances* de seducción sutiles o medidas para alejarse de cualquier etiqueta de “gato (exhibicionismo excesivo del cuerpo y la seducción exacerbada) o la puta (excesiva cantidad de compañeros eróticos)” (Bianciotti, 2013: 608).

Las clases de salsa y bachata, a partir de las características propias de las danzas y por la pedagogía erótica que imparten sus docentes, operan como una tecnología de género (De Lauretis, 1996) signada por guiones sociales (Gagnon y Simon, 2005) heteronormativos. Retomo una escena que desarrollé en el capítulo 3. Uno de los docentes les explica a los varones que para los pasos de bachata pueden menear su zona torácica, pero no demasiado porque si no su sensualidad desbordaría los límites aceptables de la heterosexualidad. Dice: “los varones no [meneen] tanto si no pareciera que se la *comen*”. Es decir, el docente delimita las gestualidades esperables para los varones y para las mujeres heterosexuales.

⁷ Los jueves son las noches de baile social. Luego de la clase de los jueves va un *disc-jockey* de salsa y bachata invitado y la noche se extiende hasta cerca de las cuatro de la mañana.

Para explicar los pasos de salsa y bachata una de las docentes utiliza como estrategia pedagógica asociarlos a ciertas prácticas o comportamientos de la vida cotidiana de sus estudiantes. Para tal fin emplea la frase “es como la vida misma”. Uno de los mayores problemas que aparecen, en el nivel principiante, es que las mujeres “no se entregan” para que el varón “las maneje” mientras bailan. La docente, para lograr que las mujeres relajen sus brazos y no sean quienes proponen los movimientos, papel que les toca a los varones, dice: “El hombre la lleva, las trae. Es como en la vida misma”. Si bien esto genera risas en los/as estudiantes, apela como estrategia de enseñanza a un ideario donde las mujeres aparecen desprovistas de agencia y necesitadas de un varón que les marque sus pautas de interacción.

E.: Esto que me decías del *macho* alfa, ¿a qué te referías?

Azul: Los profesores te dicen que el *macho* alfa es el hombre, entonces tiene que dirigir y decir. Lo dicen siempre, todo el tiempo. Esa es la forma de marcar bien. Si el hombre quiere que vayas para allá, tenés que ir para allá, ¿entendés? Hay mucho de resistencia y de poder. A mí al principio me costaba un montón. Después relajás y te das cuenta que es una estupidez. Igual hay muchos hombres que por ahí te agarran más fuerte, como “acá te voy a dominar”.

E.: ¿Eso lo sentís cuando bailás?

Azul: No, te lo dicen. Por ejemplo te dicen “pará”, “pará, ¿para dónde vas?”. Capaz que yo interpreté que era un paso y era otra cosa. Igual también hay disfrute, no es todo tan así. Yo lo re disfruto al baile, la paso genial (Azul, 40 años).

A partir del fragmento de entrevista a Azul, que es parte del ambiente de la salsa y la bachata desde hace varios años, podemos visualizar cómo coexisten guiones sociales que colocan a la mujer en un lugar de pasividad con agencias femeninas, signadas por el deseo y el erotismo, al momento de bailar.

Luego del precalentamiento, la clase se divide en tres niveles: principiante, intermedio y avanzado. Cada uno/a de los/as estudiantes se coloca en su nivel correspondiente. A medida que los/as de principiante e intermedio van mejorando, los/as docentes los/as pasan al siguiente nivel. Una escena donde esto sucede es cuando por ejemplo en nivel intermedio faltan varones o mujeres y en principiante sobran. Si alguno/a de nivel principiante ya conoce bien los pasos básicos, la docente de ese nivel lo/la promueve a intermedio. Cuando ese rito de pasaje tiene lugar, en la clase los/as docentes piden un aplauso para esa persona. Esto es vivenciado con alegría por él mismo o ella misma y celebrado por sus compañeros/as. Aumenta su energía emocional dentro del grupo y su pertenencia como miembro. No obstante, la soltura que había conseguido en el nivel principiante disminuirá. En ese nuevo contexto es quien menos sabe los pasos. A medida que vaya incorporando los nuevos pasos, la soltura reaparecerá. Es decir que cuanto más experimentados/as se vuelven los/as estudiantes respecto a la danza, disfrutan más y hay más contacto y sinergia con el/la *partenaire*. En cambio, cuanto menos saben, la atención se deposita en lograr realizar el paso de baile, hay mayor rigidez y menor conexión con el/la *partenaire*.

Tal como he venido desarrollando en este apartado, cada docente, además de enseñar los pasos, da consejos sobre seducción, erotismo y autoestima que aumentan la energía emocional de sus estudiantes. Los/as profesores desarrollan, con sus frases y dinámicas, una pedagogía del goce que apunta a que las mujeres y los varones levanten su autoestima y se eroticen. En una clase de nivel intermedio la organizadora les dice a sus estudiantes: “Hay que ser *sexys*”; “Saco *pechito, cola*”. Ella no solo lo dice sino que les muestra cómo es ser *sexy* de ese modo. Pone en escena, a partir de su propia expresión emanada, la sensualidad. Realiza los mismos movimientos que les propone a sus estudiantes, pone voz *sexy* y mira a varones y mujeres de forma seductora. El escenario se eroticiza, todos/as miran atentos/

as a su profesora. Luego de mostrarles esos movimientos, les sugiere que los practiquen solos/as en sus casas y que se observen a sí mismos/as. Con esta propuesta apunta a la re-erotización de sus estudiantes, de sus cuerpos y sus movimientos. A continuación, mira a los varones y les dice: “Hombres, practiquen. Saben lo lindo que es eso después... Las mujeres se lo van a agradecer”. Esta frase, destinada al público masculino, opera como una tecnología de género. Les sugiere que ese movimiento pélvico los ayudará a mejorar su *performance* sexual al momento de la penetración. Dentro de los guiones sociales heteronormativos que circulan en ese espacio, apunta a relaciones sexuales de cis varones heterosexuales con cis mujeres heterosexuales. Asimismo, aparentar poseer aptitudes sexuales, por el buen movimiento de caderas, es parte del capital erótico que vuelve a los sujetos deseables.

Esta pedagogía erótica impartida por los/as docentes es puesta en práctica por los/as estudiantes/as de los niveles más avanzados. Quienes más saben bailar, tal como expliqué párrafos antes, están más concentrados en el disfrute del baile junto con sus *partenaires*, con ellos/as practican las gestualidades aprendidas. Las mismas se basan en la coquetería (Simmel, 2003): bailan sonriendo, se tocan el pelo, se miran, acercan sus cuerpos y se hablan al oído mientras bailan. Hay un aumento de energía emocional entre ellos/as que a la vez que los erotiza, los/as presenta a la vista de sus compañeros/as como mejores bailarines/as. Estas gestualidades eróticas y de disfrute embellecen la danza. Para el observador no iniciado, el baile se torna, retomando a Carozzi en su análisis del tango y la milonga, “un ‘romance de tres minutos’, como suelen afirmar los milongueros —o doce, que es lo que dura una tanda—, que termina cuando las parejas abandonan la pista” (2012: 116). En el caso de la salsa y la bachata, ese romance está marcado fuertemente por la erotización y el contacto corporal. Por ejemplo, cuando bailan los varones tocan la panza de las mujeres,

sus piernas están constantemente en contacto y hay muchos pasos donde la espalda de la mujer queda apoyada sobre el pecho del varón.

Los movimientos que requieren mayor destreza o demasiado contacto corporal se practican en los niveles más avanzados. En estos se visualiza de forma más explícita el dominio de los varones al momento de marcarles los pasos a las mujeres. Por ejemplo, el profesor de nivel avanzado, para explicar un paso de bachata⁸ en el cual la mujer queda recostada sobre los brazos del varón, dice “si la roto no tiene opción, no puede hacer otra cosa que lo que le marco”. Junto con la otra profesora, que oficia de *partenaire*, muestra que la única forma que ella tiene de volver a tener el torso erguido es si el varón la empuja para sí. En los niveles avanzados se hace hincapié en la técnica que requieren estos tipos de movimientos. Mientras explican los pasos, los/as profesores/as les remarcan a los varones qué partes del cuerpo femenino no deben ser tocadas: “Le toco el omóplato, que está cerca del hombro. No se hagan los vivos y no toquen las caderas” o “Pierna derecha del hombre con pierna izquierda de la mujer. ¡Ojo! Pierna con pierna, dije”. La salsa y la bachata expresan erotismo, pero dentro de ciertos marcos en los cuales los genitales masculinos no pueden apoyar a las mujeres. Tal como expliqué en el capítulo 4 esto es sancionado por los/as docentes y estudiantes. La pedagogía erótica que se les imparte a los varones se da dentro de los límites del cuidado de las mujeres. Indica el profesor: “Siempre que la roto cuido que la mujer no se lastime. Siempre”.

La bachata y la salsa, en tanto se bailan con los cuerpos muy juntos, generan rituales de intimidad (Collins, 2009: 333). Uno de los entrevistados me comenta que con las mujeres que le parecían atractivas la cercanía corporal del baile le generaba una energía emocional vinculada al deseo sexual que en algunas oportunidades él confundía con un

⁸ La bachata requiere un mayor contacto corporal que la salsa.

estado de enamoramiento. Esta asociación que él realizaba entre cercanía corporal, deseo sexual y enamoramiento se sustenta en los postulados del amor pasión que se perpetúan en las premisas románticas actuales (Alberoni, 1983; Illouz, 2009). Asimismo, en tanto somos cuerpos vivos (Grosz, 1994), los cuerpos en comunicación generan efectos eróticos en los sujetos.

E.: ¿Qué te pasa corporalmente cuando bailás salsa y bachata?

Ricardo: El cuerpo es el cuerpo y le pasan cosas. No podés disociar y hacer que a tu cabeza no le pase nada. Pero creo que si aprendés a reconocer que eso que te pasa es natural porque estás bailando con una mujer y no das por sentado que eso vaya a implicar otra cosa, lo podés hacer tranquilamente. Creo que tenés que entender, entre comillas, el contexto en el que estás y lo que estás haciendo. Creo que es un aprendizaje también, aprender que el baile es el baile y como está tu cuerpo disponible ahí es inevitable que a tu cuerpo le pasen cosas, lo que pasa es que está en vos qué hacés con eso. Entender que es un impulso natural que no pasa porque estás enamorado de la *mina* sino que pasa porque son dos cuerpos. Lo dejás que pase y entonces ahí yo creo que la libido baja un poco porque si lo resistís es peor (Ricardo, 37 años).

Quienes concurren a las clases de salsa y bachata son personas solteras que encuentran allí un ámbito de sociabilidad. Cuando comienzan a frecuentar este espacio, algunos/as van con intenciones de vincularse erótica y/o afectivamente con otros/as. Como dice Juan, de 44 años: “El hombre al principio va a levantar *minas*”. Pero lo que termina apareciendo es que gracias a esta pedagogía erótica —a partir de la cual aumentan su energía emocional, se reerotizan e incrementan su autoestima— generan vínculos sexuales, principalmente, con personas por fuera del ámbito de la salsa y la bachata. Los/as docentes son actantes que potencian este aumento de energía emocional a partir de

chistes y consejos que apuntan a que sus estudiantes sean coquetos/as y aumenten su capital erótico. Les dan “*tips*”, como dice la organizadora, para ser deseables y seductores.

Como analicé en el capítulo 3, la importancia que les dan sus estudiantes al hecho de ser parte del ambiente lleva a que cuiden su imagen dentro del mismo. Si bien tienen relaciones sexuales con sus pares esta práctica es mantenida en silencio. Se vinculan eróticamente con personas que conocen por aplicaciones, en el ambiente laboral, en viajes y otros ámbitos.⁹ Intentan evitar los chismes vinculados con su vida sexual dentro del ambiente.

Cada año se conforma lo que los/as organizadores/as denominan una nueva “generación” de estudiantes. Durante los primeros meses quienes son del nivel principiante se relacionan con personas de su mismo nivel. A medida que avanzan en su aprendizaje comienzan a vincularse con personas de otros niveles. Los varones de primer nivel, cuando ya tienen más confianza en sí mismos, invitan a bailar a mujeres de niveles más avanzados, y los varones de niveles avanzados sacan a bailar a mujeres del primer nivel. Los varones del nivel inicial, al momento de invitar a bailar a mujeres de niveles superiores, se presentan simpáticos y respetuosos como modo de suplir el hecho de que solo conocen los pasos básicos. En el caso de los varones de niveles más avanzados, sacan a bailar a las mujeres de nivel principiante sin proponerles pasos complicados. Los varones y las mujeres de nivel principiante les indican a

⁹ Tal como explico a lo largo de la investigación las personas que frecuentan las clases de salsa y bachata son solteras. Cuando se ponen en pareja dejan de concurrir a este ámbito por los celos de sus parejas. Pero mientras están solteras y van a las clases dicen tener vínculos eróticos con personas de otros ámbitos.

sus parejas de baile, a modo de cuidar su imagen, que están aprendiendo a bailar. De este modo comienzan a relacionarse entre distintas generaciones.¹⁰

Otras prácticas que facilitan la integración entre estudiantes de diferentes generaciones son las cenas luego de las clases, las *previas* antes de ir a bailar y los festejos colectivos de cumpleaños. A medida que estos eventos tienen lugar, los/as estudiantes se relacionan eróticamente. Los varones y las mujeres, a diferencia de lo que sucede en las catas de vino donde el cortejo se da en términos monógamos, seducen a distintas personas en un mismo tiempo y espacio. Dado que tanto las clases de salsa y bachata como las noches de baile social tienen lugar en un espacio más grande y que la cercanía corporal y la simpatía son factores que intervienen fuertemente en todas las interacciones, la seducción a varias personas del mismo ambiente resulta más ambigua o queda más solapada a la vista de los demás.

En los grupos que se generan en las clases de salsa y bachata rápidamente sus integrantes se consideran entre sí amigos/as. Quienes establecen vínculos más cercanos comentan quiénes les parecen atractivos o si se vincularon eróticamente con alguien del ambiente. Una situación prototípica de conflicto en las distintas generaciones, según me comentan los/as organizadores y los/as estudiantes, y que explica las divisiones grupales que observo dentro del ambiente de la salsa y la bachata, sucede cuando una mujer se vincula eróticamente —ya sea porque coquetea, se besa o tiene relaciones sexuales— con el varón con quien se relaciona una amiga del grupo. Se generan escenas de celos y discusión que bajan la energía emocional de estas mujeres y la grupal (Collins, 2009). En el caso de que haya situaciones

¹⁰ Los/as organizadores/as hablan de las “generaciones”. Según explican, las personas, dependiendo del año de incorporación a las clases, pasan a ser parte de una determinada generación. Dentro de cada generación se arman grupos por afinidad.

de este tipo entre dos varones respecto a una mujer no aparecen escenas de discusión que sean identificables por el resto del grupo.

Cuando estas escenas suceden, la solidaridad grupal es puesta en discusión (Collins, 2009) y los grupos se dividen. La mujer que se relaciona con el vínculo erótico y/o afectivo de su amiga es juzgada por una parte del grupo por no haber incorporado al “otro generalizado” (Mead, 2009) que rige las normas y valores grupales. El otro generalizado remite a las expectativas generalizadas que son provistas por los grupos sociales para la ubicación de los individuos en cuanto a los roles y papeles sociales que pueden ejercer en la sociedad (Cervantes Porrúa, 2011: 404). Ella no incorporó al otro generalizado porque priorizó su deseo individual y actuó en detrimento de la norma monógama que rige las interacciones aceptadas por el grupo. Si bien ella no engañó, el hecho de haber sido la tercera en la relación pone en discusión el principio romántico de la monogamia que atraviesa las representaciones y los valores del grupo. Ante esta situación de conflicto, algunas personas del grupo la respaldan. Le restan culpabilidad a la mujer no porque cuestionen el postulado de la monogamia en su generalidad, sino porque ella fue la tercera en un contexto donde las otras dos personas no eran una pareja formal.

Un punto que se desprende de lo anterior es que toda la culpa es depositada en la mujer y no en el varón. La femineidad de la mujer que actuó según su deseo es ubicada, por una parte del grupo, en la frontera de lo respetable dentro de la matriz de inteligibilidad heteronormativa (Bianciotti, 2013: 602). En cambio, la agencia del varón en la situación pasa a un segundo plano tanto por parte de quienes apoyan a la mujer como por quienes están en su contra. A partir de esta invisibilización se naturaliza un ideario de masculinidad hegemónica signado por un deseo sexual irrefrenable. A diferencia de lo que sucede con las mujeres, él puede seguir circulando, como miembro, en los dos subgrupos que se generaron a raíz del conflicto. Mientras que, según me

explican los/as entrevistados/as, el resto debe evaluar, al momento de las *previas* que se realizan en las casas antes de ir a bailar, a cuál de las dos mujeres invitar para que no se genere malestar. Es decir, estas situaciones de celos entre dos mujeres a causa de un varón drenan la energía emocional del grupo (Collins, 2009).

Otra situación de interacción en la cual la energía emocional de sus participantes decrece es cuando a las mujeres les toca bailar con un varón que tiene dificultades motrices y que asiste a las clases. Él tiene sus brazos cortos y problemas de rigidez en una de sus manos, lo cual hace que tenga sus dedos pegados a la palma. Esto le imposibilitaba realizar ciertos movimientos en un ambiente donde la destreza corporal y el ser buenos/as bailarines/as pasa a ser parte del capital erótico de las personas que concurren. En las dinámicas de las clases cuando había que rotar de pareja aparecía en las mujeres la incomodidad y el desprecio de tener que bailar con él. Esto se manifestaba en el hecho de que no lo miraban a los ojos, aunque él las saludaba con una sonrisa, y no se esforzaban porque los pasos saliesen bien. Sobre este caso, la organizadora me dijo:

Organizadora: No entiendo cómo elige venir a tomar una clase de baile. No lo entiendo, no lo entiendo, porque para hacer sociales tenés un montón de actividades. Pero por ejemplo, es rígido de cuerpo, no tiene movimiento de caderas, tiene la movilidad reducida. Y lo más notable es que va solo. Es un caso que a mí me llama poderosamente la atención, que lo puedo entender desde el lugar de que al *pibe* le guste la música, le guste la salsa y que el *pibe* intenta hacer algo. Y que eso poquito que hace lo llena, ponele. Pero me supera. Porque ya te digo, si es a nivel social o para hacer algo hay un montón de otras actividades que podría hacer ¿Por qué baile? (entrevista a la organizadora de las clases de salsa y bachata).

Cuando se practica un paso, los varones o las mujeres rotan de compañero/a de baile. Rotarán ellos o ellas según la cantidad que sean. Por ejemplo, si hay más varones

rotarán ellos y las mujeres se quedarán fijas en su lugar. De este modo, todos los varones podrán bailar con mujeres, pero habrá algunos turnos en los cuales deberán esperar. Dado que este espacio se guía por guiones heteronormativos, es muy poco frecuente que bailen entre mujeres o entre varones. Solo en dos oportunidades sucedió que en el nivel principiante eran casi todas mujeres y algunas se ofrecieron a “hacer de varón” para no tener que esperar tantos turnos para poder bailar con los únicos dos varones que había.

Cada vez que el/la profesor/a dice “Roten”, los/as *partenaires* chocan sus manos a modo de marcar que el tiempo que les tocó bailar juntos fue una experiencia agradable. Este es, en términos de Collins (2009), un ritual forzado impuesto por los/as docentes, pero que genera entre los miembros energía emocional positiva. En una oportunidad una mujer rotó y no “le chocó los cinco” a quien había sido su compañero. Él le señaló con un chiste que le había faltado realizar este ritual de finalización. Ella rápidamente se volvió, le pidió disculpas y chocaron sus palmas. Asimismo, la primera vez que se encuentran con el/la nuevo/a compañero/a se saludan con un beso en la mejilla y una sonrisa. Distintas eran las escenas cuando a las mujeres les tocaba bailar con el estudiante con dificultades motrices. Salvo que él levantase sus palmas, las mujeres rotaban rápidamente y en escasas ocasiones colocaban ellas sus manos para que él se las chocara. Considero el gesto de chocar las palmas como un ritual que implica que hubo disfrute entre las partes y un aprendizaje conjunto. La carencia del mismo es una muestra de incomodidad y desagrado.

3. Recapitulación y conclusiones

En este capítulo describí y analicé interacciones que se desarrollan en los espacios de sociabilidad cara a cara que observé durante mi trabajo de campo: catas de vino, eventos

de *speed dating* y clases de salsa y bachata. Para tal fin tuve en cuenta aspectos como las pautas de cortejo y seducción, los modos somáticos de atención, la energía emocional y los afectos, las corporalidades y el capital erótico, y los escenarios de interacción.

En la primera sección de este capítulo delineé mis coordenadas teóricas interaccionistas. Estas echan luz y valorizan el registro corporal y emocional de los sujetos al momento de la interacción. La forma a partir de la cual abordé los cuerpos parte de la premisa de que estos están abiertos, tensionados y en relación con otros. Afectan y son afectados. De allí que mi lectura de lo corporal se encuentre atravesada por la dimensión afectiva. Indagué en escenas donde la energía emocional aumenta y disminuye. Desde un abordaje de este tipo pude analizar cuáles situaciones generan sentimientos de membresía en los sujetos y, a nivel individual, confianza y contento.

Para el espacio de las catas de vino analicé el aumento de la energía emocional desde el juego de miradas con contenido erótico que aparece entre los/as clientes/as a partir de la tercera copa de vino, entendida como el pasaje del estado de “sobriedad” al de “desinhibición”, y examiné las modificaciones corporales que se dan en ellos/as debido al consumo de vino. Indagué en la pérdida de energía emocional de los/as participantes de una cata impartida por una *sommelier* con bajo capital erótico, dentro de los patrones de belleza hegemónicos.

Para el análisis de los eventos de *speed dating* examiné las pautas de interacción que la organizadora le da a sus clientes/as para que tengan citas “exitosas”. Puse en tensión cómo, si bien ella promueve guiones románticos para el desarrollo de las mismas, en las interacciones los sujetos optan por otros criterios de selección de tinte más racional como la edad y la profesión. Asimismo, analicé rituales de interacción que aumentan la energía emocional de sus clientes/as, como por ejemplo escenas donde aparece el postulado romántico de la caballerosidad; y otros que la

hacen disminuir, a saber, tonos de voz agresivos o acercamientos corporales indeseados por parte de los varones hacia las mujeres.

Por último, para las clases de salsa y bachata abordé escenas donde se visualiza la pedagogía erótica que imparten sus docentes a sus estudiantes. Postulé que tres componentes aumentan la autoestima y la re-erotización de los mismos: la pedagogía erótica, la puesta en práctica de movimientos que acentúan su *sex appeal* y el hecho de pasar a ser miembros de un ambiente. Por otra parte, abordé escenas que minan la autoestima de las personas como así también la grupal, como por ejemplo conflictos derivados de celos entre dos mujeres por un varón.

6

La primera cita

En la primera parte del libro examiné las motivaciones, deseos y expectativas que tienen lugar durante las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos. En esta segunda parte, he concentrado mi análisis en las interacciones que suceden en los espacios de sociabilidad erótica y/o afectiva. En este último capítulo me interesa indagar en escenas de primera cita, en tanto considero que las mismas implican el pasaje de las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos a la meta de lograr las interacciones cara a cara basadas en guiones románticos.

Considero que las citas, ya sean en el marco o no de búsqueda de una relación de pareja, se encuentran atravesadas por guiones sociales románticos. Estos guiones, en el nivel intersubjetivo (Gagnon y Simon, 2005), orientan las interacciones y expectativas por parte de los miembros, según su género. Asimismo, el modelo romántico que guía las citas está vinculado, en el contexto de modernidad tardía, al hedonismo consumista del ocio y la racionalidad. Sin embargo, tal como presento en este capítulo, aparecen agencias y sentires que ponen en cuestionamiento dichos guiones.

Otro punto que me llevó al análisis de la primera cita es la amplia *expertise* de escenas de primera cita que poseen los/as entrevistados/as. Esto se enmarca en el carácter heterogéneo y zigzagueante de sus trayectorias y búsquedas eróticas y/o afectivas.

Teniendo en cuenta los postulados anteriores, este último capítulo se propone describir y analizar escenas de primera cita. Para dicho fin, indago en los guiones sociales heteronormativos y románticos que orientan las interacciones, los consumos y las expectativas que aparecen, según el género de los actores.

Para un análisis pormenorizado de las escenas de citas abordo, por un lado, casos donde el primer acercamiento se haya dado en espacios virtuales de sociabilidad erótica y/o afectiva; y otros donde se haya originado en ámbitos no virtuales, como por ejemplo en la universidad. Las escenas (Paiva, 2006) han sido reconstruidas a partir de descripciones que realizaron los/as entrevistados/as sobre situaciones de primera cita.

El capítulo se estructura en dos secciones. En la primera desarrollo mis lineamientos teóricos sobre las citas románticas y contextualizo las reglas de cortejo prevalentes en relaciones heterosexuales en la actualidad (Área Metropolitana de Buenos Aires, 2015-2017). En la segunda describo, analizo y comparo situaciones de primera cita teniendo en cuenta cuál fue el tipo de acercamiento previo entre las partes, si fue en ámbitos virtuales o cara a cara.

1. Lineamientos teóricos contextuales

En esta sección del capítulo planteo mi perspectiva teórica y describo cuáles son las reglas de cortejo más comunes, entre las personas heterosexuales, en el Área Metropolitana de Buenos Aires en la actualidad. Para echar luz sobre la variabilidad histórica de las mismas establezco puntos de comparación con las décadas del cincuenta y sesenta.¹

¹ Cosse (2010) ha estudiado la variabilidad de las convenciones que pautan el noviazgo, el modelo doméstico y de pareja en mujeres y varones de clase media de la Ciudad de Buenos Aires, desde 1950 a 1976 (año del golpe de Estado de la última dictadura cívico-militar argentina).

Isabella Cosse (2010) explica que hacia la mitad del siglo =”font-variant: small-caps;”>xx las reglas de cortejo en la Ciudad de Buenos Aires estaban estructuradas en torno al matrimonio. El mismo era visualizado como sinónimo de autorrealización y el pasaje a la adultez. Esto no implicaba una necesaria vinculación entre cortejo y casamiento, sino que había estadios intermedios. “El cortejo estaba organizado en una serie escalonada de etapas que, en forma de círculos concéntricos, iban estrechándose hacia la concreción de un matrimonio para toda la vida” (Cosse, 2010: 26). La autora ubica dentro de las etapas iniciales el *flirteo*, a partir del cual se daba la expresión inicial del deseo. Si el mismo se profundizaba se pasaba a una fase entre la amistad y el romance, conocido como el *festejo*. Esta etapa no podía ser eterna sino que debía terminarse o dar inicio a un noviazgo, momento que Cosse sitúa en la declaración amorosa, y que era el preámbulo a la formalización. En caso contrario, la honorabilidad de la mujer podía verse afectada.

Existían reglas diferenciadas, según el género de los actores, para el flirteo y el festejo basadas en el juego, la seducción y la incertidumbre. En este coqueteo (Simmel, 2003) el papel de las mujeres era el de insinuar, esperar y decidir. Mientras que los varones eran quienes tomaban la iniciativa. Si el festejo avanzaba y se iba generando un lazo más profundo entre las partes, el varón debía pedirles a los padres de ella permiso para visitarla.

El noviazgo era entendido como una etapa provisoria, orientada al casamiento. Explica Cosse (2010) que existía un régimen de visitas (con días y horarios fijos) bajo supervisión familiar. Este modelo apuntaba a la centralidad del lazo matrimonial y ordenaba la virginidad femenina antes del matrimonio.²

² Estas convenciones implicaban una segmentación social. Las visitas requerían un espacio físico que no todas las mujeres poseían. Por ejemplo, una empleada doméstica difícilmente podía ser visitada por su pretendiente. Las mujeres de sectores populares establecían contacto con sus citas en plazas y en bailes (Cosse, 2010: 29-30).

En la década del cincuenta se comienzan a cristalizar modificaciones que se fueron dando durante la primera parte del siglo =”font-variant: small-caps;”>xx. Se observa un descentramiento de la sociabilidad en los hogares y se perfila la emergencia de una nueva institución: la cita o salida. Esta consistía en actividades como caminar, ir al cine o tomar algo en una confitería. Para el caso urbano estadounidense, la práctica de las citas se ubica a principios del siglo =”font-variant: small-caps;”>xx (Coontz, 2006; Illouz, 2009; Zelizer, 1989). Explica Coontz que “la cita tenía lugar en la esfera pública, lejos del hogar, e implicaba un gasto de dinero porque cuando la pareja pasaba de beber la limonada preparada por la madre de la chica en el patio de la casa a comprar Coca-Cola en un restaurante, alguien tenía que pagar” (Coontz, 2006: 263).

Para el caso de la Ciudad de Buenos Aires, en la segunda mitad del siglo xx, con la institución de la cita se aprecia al mercado operando dentro de los rituales románticos de cortejo. Es decir, se hace visible de forma más extensiva la mercantilización del romance, a través de servicios y tecnologías del ocio. En las citas aparecen nuevos objetos rituales (Illouz, 2009), como el auto, o actividades mediadas por el consumo, como ir al cine o a una confitería (Cosse, 2010).

En la actualidad esta mercantilización del romance se encuentra exacerbada. En relación con la virtualidad, las citas aparecen mediadas por tecnologías como Internet. Desde aplicaciones y sitios web —a los/as usuarios/as acceden a través de consumos indirectos, como abonar un servicio de Internet, y/o directos, cuando pagan para acceder a las opciones *premium* de las plataformas—, las personas pueden conocer a otros/as con quienes luego tendrán citas cara a cara. A través de aplicaciones y sitios web, los/as entrevistados/as se encuentran virtualmente con otros/as con quienes conversan, se erotizan y cortejan. En las primeras citas en el ámbito cara a cara, tal como analizo en este capítulo, las actividades son las mismas que aquellas que tenían lugar en la década del sesenta (ir a caminar o

tomar un café). Pero también están signadas por consumos lujosos como ir a restaurantes y bares en lugares exclusivos cerca del Río de la Plata, como Perú Beach a la altura de Acassuso³ y restaurantes y bares de Puerto Madero.

En el Mapa 7 indico los espacios elegidos para las citas. Estos se encuentran en barrios de clase media y alta. Los dos ámbitos elegidos por los/as entrevistados/as son bares y restaurantes. En San Telmo, la cervecería Antares; un bar por Plaza San Martín⁴ denominado Dada Bar. Por la zona de Almagro, el restaurante La Casa del Queso, y Huma, que es un restaurante y bar. Palermo Hollywood y Palermo Soho son dos zonas predilectas al momento de tener una cita. Los/as entrevistados/as hacen referencia a bares alrededor de la Plaza Serrano⁵ y a Festival, Buda Bar y Meridiano 58. Una de las entrevistadas hace referencia a que Meridiano 58 es el bar que ella siempre propone como lugar de cita. Para comer, la pizzería Romario o TacoBox, de comida mexicana. En Belgrano, diferentes lugares para comer comida china, en el Barrio Chino. Enfrente de la Plaza Arenales⁶ está Pablo's, un restaurante y bar. Asimismo, tal como se dijo con anterioridad, varones que residen en la Ciudad de Buenos Aires y con mayor poder adquisitivo eligen ir con sus citas a los bares de la playa de Olivos⁷, a tomar algo a Perú Beach o a comer a Kansas en el exclusivo barrio de Acassuso.

³ Acassuso es una localidad situada en el Gran Buenos Aires, en el partido de San Isidro, provincia de Buenos Aires, Argentina.

⁴ La Plaza General San Martín se ubica en la Ciudad de Buenos Aires, rodeada por la Avenida Santa Fe, las calles Esmeralda, Arenales, Maipú, la Avenida del Libertador, la calle Florida y la calle San Martín.

⁵ Plaza Serrano es la denominación que recibe comúnmente la Plazoleta Julio Cortázar, ubicada en el barrio de Palermo, Ciudad de Buenos Aires.

⁶ La Plaza Arenales, también conocida popularmente como Plaza Devoto, es una plaza situada en el barrio de Villa Devoto, Ciudad de Buenos Aires.

⁷ Olivos es un barrio situado en el partido de Vicente López, provincia de Buenos Aires, la cual se encuentra en el primer cordón del Gran Buenos Aires.

citas, se niegan a que las mujeres gasten dinero y son ellos quienes pagan. Una de las frases que suelen emplear ante la insistencia femenina es “la próxima pagás vos”. Con esto indican que están abiertos a que las mujeres paguen y les marcan un interés en futuros encuentros. Otras mujeres, cuando pautan encuentros con varones que conocieron por aplicaciones de citas, para no generarles expectativas eróticas y/o afectivas, les proponen en vez de ir a cenar ir a tomar un café. Según me explican, son conscientes del gasto que conlleva una cena y dado que quizás no les interesa demasiado el encuentro les proponen un plan más breve.

La institucionalización de las citas, ya extendida para la década del sesenta, fue acompañada por la flexibilización del noviazgo y la puesta en discusión de la autoridad paterna ante las elecciones de los hijos y las hijas, especialmente de estas últimas (Cosse, 2010: 37). Este mayor grado de autonomía en la puesta en práctica de los deseos y en las decisiones personales se observa en diferentes aspectos: en la aparición de un trato más directo y espontáneo entre varones y mujeres desde el cual se llegaba a rechazar incluso el noviazgo; en las mayores expresiones corporales de cariño aceptadas socialmente, como darse la mano, besarse y acariciarse en público; y en una creciente disociación entre cita y compromiso.⁸ Estas son prácticas sumamente habituales en la actualidad. Las personas que entrevisté y observé tienen una multiplicidad de citas que, si bien se basan en patrones románticos como la escucha, el hacer sentir al otro especial o la caballerosidad, no conllevan ningún tipo de compromiso. Asimismo, aunque persiste la idea

⁸ No obstante, en esos años eran limitadas las impugnaciones a la institución matrimonial. La pauta heterosexual mantenía su centralidad, así como la sexualidad unida a la afectividad y las desigualdades de género en relación con la moral sexual. Cosse (2010) reconoce los cambios, las transformaciones y novedades del período, pero señala sus contradicciones y continuidades con otras décadas. De allí que considere a los años sesenta en materia de sexualidad, pareja y familia en términos de revolución discreta.

de que los varones son quienes toman la iniciativa, visualicé escenas donde las mujeres son quienes proponen el primer encuentro.

En relación con la corporalidad, en las citas, ya sea la primera o no, hay expresiones de deseo como besos en la boca y relaciones sexuales que no implican necesariamente la generación de un vínculo estable monógamo o una proyección futura de pareja. No obstante, observé que las mujeres eran más reticentes, durante las entrevistas, a explicitar el hecho de que tienen relaciones sexuales en el primer encuentro. En cambio, los varones lo comentaban con mayor soltura. Concluyo que respecto a la década del sesenta hay una mayor apertura al sexo sin amor —aunque como explica Cosse (2010) esto ya tenía lugar en algunos círculos culturales de la clase media porteña para la década del setenta—, pero que persiste una menor predisposición por parte de las mujeres a hablar de sexo, en relación con los varones, en pos de no ser evaluadas como mujeres “fáciles”.

Otro punto a partir del cual puedo establecer una variabilidad respecto al momento histórico analizado por Cosse es que hoy las personas pueden divorciarse legalmente⁹ y el modelo de familia nuclear y para toda la vida es mayormente cuestionado. Los sujetos suelen tener trayectorias afectivas heterogéneas que se van adecuando a sus intereses y deseos personales. Esto conlleva que se inserten y reinserten en la búsqueda de vínculos eróticos y/o afectivos en diferentes momentos de sus vidas. Postulo, entonces, que una mayor cantidad de personas tienen, respecto a esos años, una *expertise* respecto a las citas.

Ante este nuevo marco, Illouz considera que el modelo de amor como emoción intensa y espontánea ha perdido potencia. Explica la autora:

⁹ A esto se le suma que desde el año 2010, tal como indico en el capítulo 2, se aprobó la Ley de Matrimonio Igualitario que extiende los derechos del matrimonio civil para parejas conformadas por personas del mismo sexo (ley nacional N.º 26618).

La pérdida de potencia que ha sufrido el modelo de amor como emoción intensa y espontánea se debe en parte a que hoy en día ese modelo está inmerso en uno más amplio, de liberación sexual, y también a que el conocimiento gradual y progresivo de la otra persona se ha transformado en la vía supuestamente confiable para construir un lazo romántico. Dado que la sexualidad ya no necesita sublimarse en el modelo espiritual del amor y que la experimentación con una variedad de parejas se concibe como un requisito para la “autorrealización”, la naturaleza absoluta de la experiencia del amor a primera vista ha ido desapareciendo para dar lugar al hedonismo consumista del ocio y la búsqueda racional de una pareja apta. Por lo tanto, hoy en día la etapa inicial del romance, codificada en la práctica de las citas o salidas románticas, está compuesta por la búsqueda de placer y por el acopio de información sobre los candidatos potenciales (...). Puede adoptar la forma de los “amoríos” breves, que se agotan en sí mismos, o corresponder a la búsqueda de la pareja adecuada mediante una sucesión de candidatos (Illouz, 2009: 376).

Sin negar esta mayor racionalización, búsqueda de autorrealización y hedonismo que se traduce en encuentros románticos con matices principalmente sexuales o en “amoríos”, postulo, a diferencia de Illouz, que hay una coexistencia entre estos preceptos y el modelo del amor como emoción intensa y espontánea. A partir del análisis realizado a lo largo del libro observo que, si bien las personas buscan “conocer gente” y el ideario romántico de la pasión, como por ejemplo el amor a primera vista, no es el que prima en las citas —el interés está depositado en la charla y en los intereses en común—, no obstante hay otros guiones románticos, como la caballerosidad, que persisten. Para quienes buscan pareja la emoción intensa del amor opera como un horizonte de sentido que guía sus expectativas y deseos más allá del contexto de la cita.

El modelo del compañerismo de la década del sesenta, analizado en profundidad en el capítulo 2 de este libro —el cual se basa en la comprensión, la autenticidad, la entrega, la valorización de la realización sexual, una mayor equidad

entre los miembros y la realización de cada uno en el otro (Cosse, 2008, 2010)—, es el tipo de pareja preconizada en aquellos/as entrevistados/as que buscan una pareja en términos monógamos.

Es decir, más allá del énfasis puesto por Illouz (2009) en la racionalidad de las búsquedas y en el consumo de bienes y servicios que atraviesan los rituales románticos, analizo en este capítulo la existencia de otros guiones románticos que operan en el contexto de la cita, como así también aspiraciones románticas de más largo alcance basadas en el modelo del compañerismo.

2. Análisis de la primera cita

Illouz (2009) analiza las citas románticas como rituales dentro del ámbito secular de la vida cotidiana que conllevan un corrimiento de las condiciones y moral ordinarias. Para la autora, en el caso del romance, la experiencia alcanza un sentido ritual cuando se fijan cuatro límites simbólicos: los temporales, los emocionales, los espaciales y los instrumentales o artefactuales. Estos límites forjan el espacio simbólico dentro del cual se vive el romance a modo de rito. Si bien, a los fines de esta investigación, no considero que necesariamente el contenido de la cita sea de cariz amoroso, los ritos que tienen lugar en el encuentro están atravesados, según el análisis de mis entrevistas, por formas (Simmel, 2014) románticas, como por ejemplo la caballerosidad. Los rituales, a nivel de forma, hacen al desempeño de la cita y potencian las posibilidades para que exista un segundo encuentro. Aumentan o hacen decrecer la energía emocional de la interacción. Puede que la falta de romanticismo o demasiada cortesía generen el mismo efecto: rechazo.

Para el abordaje de las escenas de primera cita me baso en la noción de ritual de interacción de Collins (2009)¹⁰ y retomo la propuesta de Illouz en torno a los límites simbólicos (temporales, emocionales, espaciales e instrumentales) que tienen lugar dentro de la misma. Asimismo, incluyo otras dimensiones que se desprenden de mi análisis empírico y que permiten explicar con mayor exhaustividad la escena de la primera cita: las actividades que realizan durante el encuentro, los consumos que aparecen y las prácticas de cortejo que tienen lugar.

En el siguiente cuadro sintetizo en una lista los emergentes de mi análisis de las distintas escenas de primera cita relatadas por los/as entrevistados/as. Estos aspectos serán abordados a lo largo del capítulo.

¹⁰ Me baso en la noción de ritual de Collins que ha iluminado los distintos capítulos del libro y permite una amplitud mayor que la propuesta por Illouz. Para la autora, los ritos no son cualquier conducta social altamente codificada. Considera que los ritos corresponden solo a conductas al mismo tiempo formales y repetitivas (Illouz, 2009: 161).

Cuadro 2. Variables para un análisis descriptivo de las escenas de citas

Análisis de citas					
Temporalidad	Espacialidad	Objetos rituales	Emociones durante la cita	Cortejo	Actividades y consumos (directos, indirectos, sin consumo)
Noche (especialmente viernes y sábado)	Restaurante	Auto	Nerviosismo pero mostrarse calmo/a	Románticos: caballerosidad (el varón paga, corre la silla, pasa a buscar)	Ir a comer a un restaurante en una zona exclusiva, por ejemplo Acassuso, San Isidro
Café o trago luego del horario laboral, alrededor de las 19 horas	Bar	Rosas	Deseo sexual	Deseo que se traduce en besos en los labios	Ir a un bar o restaurante por Puerto Madero: tragos internacionales
Almuerzo durante la semana	Lugar con <i>glamour</i> y/o sofisticación	Perfume	Aburrimiento	“Hacerse desear”	Caminar por el río
Tarde de domingo	Espacio al aire libre (río)	Vino, cócteles y champán	Desagrado por la corporalidad de la otra persona	Abrazos	Cenar en un restaurante y/o ir a un bar
Desayuno sábado	Hotel	Ropa de marca y distinta a la que se utiliza para ir a trabajar	Molestia	Poner la cabeza sobre el hombro	Cenar y/o ir a un bar y luego ir a la casa de alguna de las dos personas. Puede haber o no sexo. Puede quedarse o no a dormir
	Recital	Comidas con buen sabor y buena presentación	Respeto aunque no haya interés	Miradas	Ir a un recital

Temporalidad	Espacialidad	Objetos rituales	Emociones durante la cita	Cortejo	Actividades y consumos (directos, indirectos, sin consumo)
	La casa de uno de los miembros de la cita		Diversión	Sonrisas	Tomar vino, cócteles y champán
	Pizzería		Decepción	Sexo en la primera cita	Tomar un café
	Cine		Interés	No hablar de temas demasiado superficiales, por ejemplo comida	Ir al cine
			Fascinación	No hablar de temas incómodos o privados	Pasarla/o a buscar en auto
			Desinterés	El varón la lleva a la mujer a la casa	Comida en casa (cuando ya se conocen, por ejemplo del trabajo): pedir comida o cocinarle a la cita
			Esperanza	Diálogo y escucha activa	Pasear en auto
			Enojo	No utilizar el celular durante la cita	
			Alegría	Muy pocas veces la mujer pasa a buscar al varón en auto	
			Desconcierto		
			Espanto		
			"Magia"		

Fuente: elaboración propia.

2.1. El ámbito virtual como puente para la primera cita cara a cara

Somos sujetos que vivimos, dada la interrelación entre los ámbitos *online* y *offline*, enmarcados en un *onlife* (Briónes Medina, 2017; Floridi, 2015). La virtualidad provee, tal como expliqué en el capítulo 3, comodidad, seguridad,

accesibilidad y una mayor cantidad de posibles candidatos/as. Es un ámbito de sociabilidad erótica y afectiva en sí mismo, pero también un puente para la generación de encuentros cara a cara.

A continuación me enfoco en dos escenas en las cuales la energía emocional disminuyó a partir del encuentro cara a cara, y dos a partir del cual aumentó.

a. Escenas de disminución de la energía emocional en la cita cara a cara

En Tinder, Edith (42 años) conoció personas con quienes habla sobre temas superficiales, como así también sobre intereses como la literatura. El momento cuando ella más usa la aplicación es a la noche, antes de irse a dormir, o en algún momento ocioso durante su jornada laboral. Con quienes genera empatía, rápidamente les pasa su número de WhatsApp. De ese modo puede escucharles la voz y tener conversaciones más fluidas que a través del chat de Tinder cuyo uso, según me explican los/as entrevistados/as, es más engorroso.

Edith tuvo distintas citas cara a cara con personas que conoció a través de la aplicación de Tinder. Me cuenta la escena de una primera cita con un abogado de su edad. Dado que ambos tenían intereses literarios en común y que eran profesionales, ella aceptó la invitación de él a cenar un viernes por la noche. La noche para Illouz (2009) es más romántica que el día porque facilita el aislamiento simbólico y concreto de los sujetos con respecto a sus actividades diarias.

Ella se vistió para la ocasión con ropa distinta a la que usa para ir a trabajar —se puso una pollera corta—, se maquilló y se perfumó. Estos elementos marcan límites instrumentales o artefactuales en términos de Illouz (2009). Explica la autora que una de las maneras más comunes de marcar un encuentro romántico consiste en incluir objetos

distintos a los usados por las actividades diarias, es decir, objetos rituales que se consideran más preciados o bellos que los cotidianos (Illouz, 2009: 164).

Él pasó a buscarla en su auto. Dentro de los patrones de caballerosidad románticos en los vínculos heterosexuales es habitual que los varones sean quienes recogen a las mujeres y las inviten a salir. Invitar a una cita a cenar a un restaurante, como en el caso de Edith, está basado en un consumo directo, cuyo carácter romántico depende de la compra de un bien, durable o no (Illouz, 2009: 171). Asimismo, los varones, a partir de estas actitudes, desde las cuales demuestran su capital económico, llevan a cabo su práctica de seducción en términos de masculinidad hegemónica. Es decir, seducen a partir de mostrarse como proveedores.

Ella en las primeras citas no paga y considera que debe hacerlo el varón. En caso de que no paguen, me dice “no lo volvería a ver nunca más. En la primera cita el que paga es el hombre”. No obstante, ella, que es una mujer que trabaja y mantiene su casa y a su hija, marca un límite a la caballerosidad. Sabe que invitar a alguien a cenar a un restaurante, como al que fueron, implica un costo. Dado que no quiere generar falsas expectativas le dijo a su cita que no tenía hambre y pidió para ella, a pesar de la insistencia de él, solo una copa de vino.

Fueron a cenar a un restaurante por el barrio de Palermo. El lugar era tranquilo y sonaba de fondo una música suave. Si bien ella se sentía a gusto, durante la salida la interacción enfocada (Collins, 2009) —con focos de atención en común e intensidad— no tuvo lugar. Hablaron de intereses en común como viajes y literatura, pero me expresa que él no la “fascinó”. Las situaciones para que sean románticas deben ser “mágicas” (Illouz, 2009: 169). La fascinación es una emoción que se vincula a lo mágico en tanto se ubica por encima del transcurrir cotidiano vinculado a lo pragmático y a lo rutinario.

La falta de energía emocional de tipo romántica llevó a que ninguno de los dos vuelva a entrar en comunicación nuevamente. Tal como explica Edith, “murió ahí”.

Por su parte, Fernando (50 años) también hace mención a una escena de primera cita cara a cara donde la energía emocional disminuyó. Él es usuario de Match y Badoo, en donde sociabiliza con diferentes mujeres. Según me explica, le otorgan “la comodidad de conocer gente sin moverte de tu casa y la seguridad que te da estar en tu casa”. Una noche, mientras usaba los sitios conoció a una mujer que le pareció, a partir de las fotos, muy atractiva. Comenzaron a hablar. Fernando indica que no era insistente en los mensajes. Sabe que demostrar demasiado interés puede generar rechazo o molestia. Para evitar esta posibilidad le dio su número de teléfono para que ella lo llame cuando le pareciera.

Hablaban por WhatsApp y por teléfono. El diálogo era cotidiano y al cabo de diez días, él decidió invitarla a cenar un sábado por la noche. La pasó a buscar en su auto. Aquí aparece nuevamente la noche como el tiempo romántico y el cortejo basado en el consumo.

Cuando se encontraron, según me explica, aparecieron emociones vinculadas a lo sexual. Le pareció muy hermosa y pensó que si había sinergia entre ambos podrían quizás pasar la noche juntos. No obstante, a medida que la conversación tenía lugar Fernando sentía desinterés, aburrimiento y preocupación. Ella era adicta al juego y durante la cena ella le repetía una y otra vez que quería ir al bingo. Con la finalidad de generar comunicación con su cita, la escuchaba atentamente e intentaba comprenderla. Estas actitudes tienen un basamento romántico de hacer sentir al otro especial y de demostrarle que es nuestro centro de atención. Ella a diferencia de él no desarrolló dicha actitud.

La situación le generó a él ganas de retirarse. Me dijo: “no me fui solo por una cuestión de respeto”. Finalmente, él sacó su celular —una actitud reprobada por mis entrevistados/as dentro de los guiones románticos de una cita— y le dijo que tenía un problema familiar. Ella desconcertada

le preguntó si le sucedía algo. Él lo negó, pagó la cena y, según me explica, para no quedar mal con ella la llevó de nuevo hasta su casa en auto. Le dijo que volvería a entrar en contacto, pero nunca lo hizo.

b. Escenas de aumento de la energía emocional en la cita cara a cara

Celeste (46 años) trabaja todos los días en una oficina. A la noche, cuando regresa a su casa, le gusta escuchar música y cocinarse algo rico para comer. Luego de cenar mira algún programa político en la televisión mientras observa, desde su computadora portátil, perfiles en Match. Me dice que ella se aburre *sola*, tal como se define, y que de este modo se divierte y se siente acompañada.

Siempre espera que le escriban. Es muy selectiva, prefiere perfiles de varones que indiquen que tienen universitario completo o posgrado. Un día, mientras estaba de viaje por trabajo, se quedó “*boludeando* hasta las tres de la mañana en Match”, tal como ella refiere, con un varón profesional de su edad. Le pareció interesante y corporalmente atractivo.

Comenzaron una relación virtual de hablar, reírse y compartir experiencias, a través de conversaciones por WhatsApp. Había semanas que hablaban más y otras menos. Ninguno de los dos tenía tiempo para verse cara a cara y se sentían cómodos comunicándose de modo virtual. Al cabo de tres semanas él la invitó a tomar un café. Tomar un café en el marco de una cita es una actividad romántica gastronómica signada por el consumo directo (Illouz, 2009). No obstante, según las representaciones de los/as entrevistados/as, es menos romántica que la cena. Para establecer sus diferencias indican que tomar un café es un consumo más accesible, que se puede ir vestido de forma más casual, que es una actividad más corta e íntima que cenar y que no se lleva a cabo, necesariamente, durante la noche.

Basándome en Illouz considero que para los/as entrevistados/as es menos romántica en tanto implica un menor corrimiento de lo cotidiano y ordinario.

Cuando él la invitó a salir, ella al principio dudó. Él percibió su indecisión y como forma de cortejo, en vez de adularla o presionarla, le dijo que no se preocupara y que lo llamara cuando quisiera. Esta pauta de interacción fue percibida por ella positivamente en tanto le daba lugar a su individualidad.

Celeste hacía varios meses que no tenía una cita y estaba nerviosa. Habló con sus amigas, quienes son actantes que la estimulan y alientan en sus búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos. Ellas le dijeron que no perdiera el tiempo y que lo llamara. Un martes, sola en su casa, cuando regresó de trabajar, tomó la iniciativa y lo llamó. Era la primera vez que hablaban telefónicamente, antes solo se habían enviado mensajes de texto o de voz. Según me dice, si bien estaba un poco nerviosa, “gracias a la labor de mis amigas me había tomado la situación como un ‘mientras tanto’”. Es decir, quitarle expectativas románticas y compromiso al encuentro le permitió relajarse.

Ella le propuso verse el viernes luego del horario laboral, pero él no podía. Celeste se sintió desplazada y le dijo de mala manera que hablaban en otro momento. Si bien en su discurso, primeramente, indicó que el encuentro era para ella “un mientras tanto” y que prefería solo ir a tomar un café para no generar falsas expectativas, el hecho de no sentirse el centro de atención de él, dentro de sus guiones románticos, le generó malestar.

El viernes al mediodía, en medio de una jornada de trabajo intensa, recibió un mensaje de voz de él que decía que había suspendido sus planes para poder verla. Esto, según dice ella, la puso “re contenta” y la corrió de lo agobiante de la rutina. El hecho de saber que iba a tener una cita en las próximas horas hizo que la moral ordinaria de

la vida cotidiana pasara a tener un lugar inferior en sus preocupaciones. Es decir, la ubicó cercana a un estadio de liminalidad romántica.

Rápidamente le respondió que podían verse luego del horario laboral, a las 19 horas en un bar. Ella llegó diez minutos tarde a la cita y él aún no había llegado. Mientras lo esperaba, pensaba “este es un *tarado*”. A Celeste le parecía muy poco cortés que un varón hiciera esperar a una mujer sin avisarle. Asimismo, percibía como una falta de cortesía llegar tarde a una primera cita donde no se conocen y cada uno debe dar la mejor impresión de sí. Para Celeste, que él llegara tarde era una pauta de que la cita no iba a ser buena.

Un mecanismo que ella empleó para pasar el tiempo y aminorar su espera fue usar el celular (Pecheny y Palumbo, 2017). Respondía mensajes de WhatsApp y leía las infinitas conversaciones de distintos grupos virtuales de los cuales ella era miembro. De repente se acercó un varón y le dijo: “Vengo a buscar a alguien que no conozco”. Ella cuando lo vio, se paralizó. Pensó en “irse corriendo”, tal como Celeste indica, dado que no se parecía en nada al de la foto. Un problema al que se refieren los/as entrevistados/as es que es frecuente que las personas coloquen en sus perfiles de las aplicaciones y sitios de citas fotos que no son propias para parecer más atractivas, que pongan fotos de cuando son más jóvenes¹¹ o disimulen alguna discapacidad física¹². Esto es percibido como un engaño y genera enojo. Algunos/as de mis entrevistados/as ante esta situación le hacen saber al otro su enojo y se retiran; y en otros casos, especialmente las mujeres, se quedan un rato en la cita y luego les dicen a los varones que les surgió un imprevisto y que deben marcharse.

¹¹ olo Natalia dice haber mentido respecto a su edad en sus perfiles. En una de sus citas el varón se lo recriminó y se fue.

¹² En los casos de Fernando y Azul dicen que se encontraron con citas que tenían problemas motrices, pero que no lo supieron hasta que se conocieron cara a cara.

Mientras ella pensaba en irse del lugar, la otra persona se encontró con quien efectivamente debía reunirse. Le pidió disculpas por el malentendido. Celeste respiró. Miró su celular nuevamente y vio que tenía un mensaje de su cita: “Perdón. Estoy llegando”. El pedido de disculpas, desde el cual él restableció su fachada (Goffman, 1979), y saber que él estaba viniendo aminoraron su ansiedad ante la espera (Marentes, Palumbo y Boy, 2017).

Cuando él entró, ella lo miró y le “encantó”. Con esta expresión, Celeste apela a la sensación de intensidad que experimentó al contemplarlo (Bataille, 2010; Illouz, 2009). Para Illouz, la experiencia religiosa y el sentimiento romántico comparten la sensación de intensidad y de sobrecogimiento. Si bien aquí no hay necesariamente un contenido romántico de largo alcance, aparecen emociones románticas como la fascinación y la majestuosidad (Illouz, 2009). El encantamiento fue mutuo, según explica la entrevistada, no solo hubo agrado a nivel corporal sino también intelectual. La charla fue fluida y se quedaron hasta que el bar cerró sus puertas, a las 23 horas.

Luego él acompañó a Celeste, como forma de caballerosidad, a buscar su auto. En este encuentro, a diferencia de los otros, él no la pasó a buscar sino que ella fue por sus propios medios. En las escenas donde acuerdan ir a tomar un café después de trabajar, cada una de las partes accede por su cuenta. Se despidieron con un beso en la mejilla. En esta primera salida no hubo un acercamiento corporal como besos en los labios o abrazos, pero primaron las miradas y las sonrisas. Según me explica Celeste, cuando con una cita hay conexión es mejor no apurar los tiempos y esperar a próximos encuentros para acercarse corporalmente. Para ella, un umbral de espera (Pecheny y Palumbo, 2017) alejado de la lógica de la inmediatez respecto a acercamientos corporales potencia las posibilidades de generar un vínculo que trascienda lo erótico. Volvió a su casa contenta y expectante de volver a entrar en contacto con él prontamente.

El domingo a la mañana sonó su teléfono. Tenía un mensaje de WhatsApp de él: “Me gustó mucho conocerte, te invito a tomar un café”. La segunda salida también fue un ritual de interacción donde hubo energía emocional entre ambos y focos de atención en común (Collins, 2009). Esta vez se besaron y pusieron en juego el deseo sexual. Las citas se repitieron por varios meses hasta que la relación se terminó. Mientras ella estuvo con él no se vinculó cara a cara con ningún otro varón, pero sí sociabilizó con otros en Match: “en el medio yo seguí igual mirando perfiles, no lo abandoné”. Es decir, si bien en ese vínculo ella fue monógama en el ámbito cara a cara, no lo fue en el virtual. Asimismo, entre ellos no establecieron verbalmente que debían ser fieles. Pero él a diferencia de ella sí dio de baja su perfil mientras estuvieron juntos.

En la historia entre Celeste y él había un romanticismo que no se caracterizó por la entrega total, sino más bien por la racionalidad (Illouz, 2009). A partir de mirar otros perfiles ella se adelantaba a la posibilidad real de que el vínculo no funcionase, dice: “Yo como no sabía bien para dónde iba, por las dudas miraba y chateaba”.

A lo largo de la investigación analizo cómo los/as usuarios/as a partir de la utilización de las aplicaciones y sitios de citas establecen vínculos que pueden durar distintos lapsos de tiempo. En aquellos casos que solo duran un encuentro sexual, los mismos tienen lugar de noche luego de actividades como ir a cenar o a tomar algo.

En el caso de Leonardo (35 años), usuario de Tinder y de Happn, me cuenta una escena con una cita con la cual al comienzo hubo energía emocional pero luego no quiso volver a verla. Ambos tenían profesiones y gustos musicales afines. Dichos aspectos, al igual que parecerle atractivas las fotos, son importantes para él al momento de marcar con un corazón el perfil de una usuaria.

Me explica Leonardo que desde que hicieron *crush* con su cita hasta que se vieron cara a cara pasó una semana. Se conocieron virtualmente un viernes que él no salió y se

quedó en su casa. Para el siguiente viernes estaban yendo juntos a cenar. Una de las razones por las cuales usa las aplicaciones es porque la mayoría de sus amigos están en pareja y a partir de las mismas conoce mujeres con quienes salir los fines de semana. Es decir, Tinder y Happn le sirven para sociabilizar en un marco donde no tiene un grupo de pares con quienes salir y pasar su tiempo libre.

Durante la salida hablaron de bandas de música que les gustaban a ambos. Como la charla fluía y la energía emocional aumentaba, él decidió invitarla a un bar. En ambos casos, Leonardo pagó los gastos como forma de cortejarla. La conversación les resultaba amena y se reían de lo que el otro contaba. Estas actitudes pueden ser leídas como signos de interés mutuo. Cuando ya era tarde, él la acompañó a su casa. En la puerta se besaron y ella lo invitó a subir. Esa noche tuvieron relaciones sexuales. Según lo que él me explica, el deseo sexual y la energía emocional por gustos afines mermaron cuando tuvieron relaciones sexuales.

El sexo para Collins (2009) es el momento en el cual hay mayor grado de copresencia física. En ese ritual de interacción se visualiza con más claridad la premisa de que los cuerpos son cuerpos vivos, que afectan y son afectados (Grosz, 1994). Explica Collins: “el coito tiene un poderoso foco de atención común: la conciencia del contacto entre dos cuerpos y de las acciones con que se afectan mutuamente” (Collins, 2009: 310). Siguiendo al autor, en la relación sexual la emoción común es la excitación sexual que crece y se acumula en el proceso de interacción.

En las relaciones sexuales, entendidas como rituales de interacción, hay una pauta rítmica corporal: intensificación, consonancia y sincronización. La mayor motivación y reciprocidad entre las partes lleva, para Collins (2009), a que haya más placer. En el caso de Leonardo, si bien tuvo relaciones sexuales, falló justamente la motivación, lo cual hizo decrecer la energía emocional del encuentro sexual. Él explica esto diciendo que “no hubo piel, no la pasé *copado*”. Desde la perspectiva de la corporalidad que esbocé en el

capítulo 5 entiendo a la piel como el espacio desde el cual los cuerpos se sienten y son sentidos. Es la frontera desde la cual los sujetos efectivizan sus sentires y deseos (Frigerio, 2006; Nancy, 2007).

Esa noche él durmió con ella. La forma en la cual durmieron responde a guiones románticos. Leonardo mientras dormía, la abrazó. A la mañana siguiente desayunaron juntos y pautaron volver a verse. No obstante, él se sentía extraño. Había dormido abrazado con ella pero al otro día el recuerdo que prevalecía era la falta de “piel” y de energía emocional que había sentido cuando tuvieron relaciones sexuales.

Él no tuvo la iniciativa de volver a escribirle. Ella envió algunos mensajes de WhatsApp que él respondió de forma cortante a modo de hacerle entender que ya no quería volver a verla. Ella le escribió en algunas oportunidades más, pero ante la ausencia de sus respuestas o sus frases esquivas no volvió a insistir. Se observa en la descripción que hace el entrevistado una feminidad que pondera las formas románticas de la cita (el hecho de haber dormido juntos, lo ameno del encuentro) como una motivación para continuar en contacto, contra una masculinidad que basa su elección en la falta de un deseo sexual acorde a sus expectativas.

2.2. Del ámbito cara a cara a la primera cita cara a cara

En el siguiente apartado analizo escenas de primera cita entre personas que se conocieron en espacios cara a cara y establezco puntos de comparación con aquellas de quienes se conocieron en ámbitos virtuales. Para dicho fin, indago en tres escenas. En la primera la energía emocional fluctuó, en la segunda no se incrementó y en la tercera aumentó.

César, aunque ha usado Badoo, Happn y Tinder, me explica que prefiere conocer gente en espacios cara a cara. Suele ir a bailar solo o a bares. Para él cualquier espacio es propicio para la búsqueda de vínculos eróticos y/o afectivos.

Al momento de la entrevista, César tenía 46 años, nunca había convivido con una mujer y se encontraba cursando una segunda carrera universitaria. A lo largo de su trayectoria afectiva tuvo diferentes novias. Con la mayoría salió entre dos y tres años y les llevaba entre quince y veinte de diferencia. Según me explica, él se siente joven. Su *feel age* no se corresponde con su *look age*. Él se siente de treinta y sale a la par de sus amigos más jóvenes. Me dice: “La edad me parece que es una contingencia inmanejable”. Desde la perspectiva teórica de Featherstone y Hepworth (1991) comprendo que las personas se sienten con menos edad de lo que parecen sus cuerpos, existe una “importante distinción entre el cuerpo físico y el *self*” (Featherstone y Hepworth, 1991: 381). La edad representada por el cuerpo físico es una máscara que hace que las personas se vean envejecidas para la sociedad aunque se sientan jóvenes y vitales.

Para César el hecho de sentirse joven, no tener hijos/as y nunca haber convivido hace que se sienta más comprendido por mujeres más jóvenes que él, de veinticinco o treinta años, que por sus amigas de la misma edad. Para él las más jóvenes tienen preocupaciones como las suyas, el estudio y el trabajo, mientras que las de su edad en su mayoría son madres, solteras o casadas. Esto, según él, las limita en las posibilidades de realizar actividades sociales, tanto diurnas como nocturnas.

Durante la entrevista, César describió una escena de primera cita con una compañera suya de la universidad veinte años menor que él. Hacía dos años que eran compañeros y siempre se sentaban juntos o hablaban durante las clases. Un día, para consultarle por unos apuntes, le pidió su número de teléfono. El cortejo se proyectó a lo largo de esos dos años. A través de WhatsApp la invitaba a salir pero el encuentro, por diferentes razones, nunca se concretaba.

Él hace varios años que no está en pareja y expresa: “me encantaría conocer a alguien y ponerme de novio en algún momento”. Pero me dice que cada vez le resulta más difícil entablar vínculos por mucho tiempo y que él disfruta de

estar soltero. No estar en pareja, dentro de los postulados heteronormativos, conlleva un estigma social para quienes deciden no emparejarse (DePaulo, 2006, 2009). Hay una preocupación por parte de su núcleo más cercano en torno al hecho de que “esté solo”, el cual constantemente le presenta conocidas y amigas solteras. Si bien la posibilidad de tener pareja en algún momento de su vida opera como un horizonte de sentido, no es algo que le preocupe a él personalmente. Por el contrario, el entrevistado experimenta la soltería de manera placentera.

En relación con la cita con su compañera de la facultad, luego de dos años, un día la invitó a salir y ella aceptó. Él la invitó a cenar a su casa. La actividad romántica de la primera cita fue gastronómica, al igual que en los casos de personas que se conocen por aplicaciones de Internet. Pero en esta escena no salieron a comer afuera sino que él preparó la comida. Esta es un tipo de cita romántica basada en el consumo indirecto, en términos de Illouz (2009).

César se preocupó por ambientar el escenario para crear una atmósfera acogedora y relajada, a partir de la cual demostrarle que él estaba interesado en ella. Ordenó su casa, puso música (canciones de *rock* que le gustaban a ambos), prendió luces tenues y sahumerios para que la casa oliera bien. Las cenas románticas en el espacio doméstico son, para Illouz, experiencias rituales análogas a la versión consumista de un restaurante. Se utilizan elementos rituales que se asocian con los restaurantes elegantes, como son la luz tenue, la música de fondo, la comida bien preparada y presentada, y la ropa más elegante que de costumbre (Illouz, 2009: 182).

A partir de las entrevistas realizadas, observo que hay entre las personas que se conocen en espacios de sociabilidad cara a cara más posibilidades de que la primera cita sea en la casa de alguno de los miembros, ya sea que se reúnan para cenar o para tomar algo. En cambio, en las personas que se conocen por aplicaciones de Internet no aparece en

ningún caso una escena de primera cita en la casa de una de las partes. Considero que el hecho de conocerse cara a cara los/as hace sentir más seguros/as.

Cuando ella llegó a la puerta del edificio, le mandó un mensaje de WhatsApp avisándole que estaba abajo. César apagó el fuego de la hornalla y fue a abrirle. Mientras bajaba las escaleras sentía ansiedad y nerviosismo, pero se mostraba relajado. Cuando abrió la puerta se saludaron con un abrazo. Ella había comprado un vino para acompañar la cena. El vino es un objeto ritual que aporta al encuentro desinhibición y facilita la generación de intensidad y comunicación entre las partes. Mientras él terminaba de cocinar, le dijo que se pusiera cómoda y se sentara donde quisiera. Ella, sin saberlo, eligió la silla donde él siempre se sienta. A diferencia de las demás sillas, esa es una silla de oficina, más acolchonada y grande que las otras. Según me dice, la energía emocional de la cita “no fue lo que tendría que haber sido” porque él no podía dejar de pensar en el hecho de que ella estaba sentada en “su lugar”.

E.: ¿Me podés contar en más detalle qué sentías [en relación con el hecho de que ella se hubiera sentado en su silla]?

César: Yo me di cuenta en ese momento que era mi silla porque me dolía verla. Me agarraba una cosa acá [en el pecho] y fue un garrón. Me decía a mí mismo cómo puedo ser tan idiota de estar pensando esto. Empecé a ver por qué y vi que hay algo de terrible *mañosidad*. Hace seis años que vivo solo y te volvés mañoso. No hay nada que intervenga, ¿me entendés? Pero era una *piba* que yo seguí un año y medio. Y se sentó en el lugar equivocado y no digo que se pudrió por eso pero la noche no fue lo que podría haber sido. Y me hago cargo totalmente (César, 46 años).

Si bien realizó una puesta en escena romántica como modo de agasajar a la mujer que tanto tiempo él había querido cortejar, en la práctica concreta pesaron sobre él otros pensamientos que no se basan en la forma agápica del amor romántico de entrega total (Boltanski, 2000; Illouz,

2009). Primaron en la cita formas románticas de cortejo como eros, basadas en la racionalidad y el interés personal. Este hecho, de enfocarse en la silla en vez de entrar en comunicación y buscar la intensidad con su cita, llevó a que su energía emocional y la del encuentro disminuyeran.

En los momentos en que él no pensaba en sus mañas, entablaba conversaciones más intensas y estaba más atento a lo que ella le decía y sentía. En esos lapsos había risas, abrazos y besos. No obstante, las desconexiones que hubo durante la cita, en las cuales su atención se alejaba de ella, hicieron que no alcanzasen un estado emocional compartido de alta intensidad (Collins, 2009). Según él, esto se reflejó en que no hubo una predisposición por parte de ninguno de los dos a tener relaciones sexuales y en que ella, luego de la comida y la charla, se fue a su casa.

En síntesis, la energía emocional durante la cita fluctuó: aumentó cuando hubo atención mutua y mermó cuando él dejaba de concentrarse en ella. Pasaron un grato momento, pero tal como él dice “no fue lo que podría haber sido”. Él se había predispuesto para una cena romántica con vistas a “conquistar a esa mujer que me volvía loco” no solo eróticamente, pero sus intereses personales y dudas fueron una constante a lo largo de la escena. Al momento que le realicé la entrevista a César continuaba hablando por WhastApp con ella y estaba latente la posibilidad de volver a verse.

En el caso de Natalia (45 años), tuvo una relación con un varón casado por trece años. Desde que terminó ese vínculo apuesta a tener una relación de pareja con otro hombre. Su experiencia configura en ella un horizonte de expectativa (Koselleck, 1993) basado en el modelo del compañerismo que postula la comprensión, la entrega, la valorización de lo sexual y la realización de cada uno en el otro (Cosse, 2008, 2010).

Usa aplicaciones y sitios de citas para conocer un compañero, pero también para vincularse eróticamente. Estas herramientas virtuales le facilitan la posibilidad de entrar en contacto con varones. Ella trabaja y estudia, por lo que

tiene poco tiempo para salir a espacios de sociabilidad cara a cara. Asimismo, me comenta que su círculo de amigos/as es reducido. Si bien suele salir sola, le es más sencillo y económico usar las aplicaciones y sitios de citas desde la comodidad de su casa o cuando vuelve a la noche en colectivo desde la universidad.

No obstante su predilección por las herramientas virtuales, Natalia suele tener citas con personas que conoce en espacios cara a cara. En una oportunidad un profesor de la universidad, de una edad similar a la de ella, luego de terminar la cursada la invitó a cenar. A ella él le había parecido atractivo, dice que “es un *tipo* lindo y había *onda* en la clase”. Cuando terminó el cuatrimestre empezaron a enviarse correos electrónicos, primero con la excusa de hablar de la materia y luego él la invitó a salir.

Él la citó en un bar, un sábado por la noche. A ella, el hecho de que le haya sugerido un día del fin de semana le pareció una buena señal. Natalia, tal como expliqué en capítulos anteriores, luego de haber tenido una relación con un varón casado sabe que los fines de semana las personas emparejadas no suelen planear una cita, dado que tienen compromisos familiares. Me explica que tiene miedo de volver a enamorarse de alguien en esa condición.

La cita la entusiasmaba. Se preparó de manera tal de parecer *sexy*, pero dentro de una *performance* de seducción medida (Bianciotti, 2013). Se puso una buena camisa, perfume y un jean ajustado. Fue al lugar de la cita en un taxi. En esta escena el varón no le propuso pasarla a buscar. El lugar de la cita, según me explica, era un bar un poco sucio y barato.

E.: ¿Cómo fue la cita con tu profesor?

Natalia: Un desastre. Un desastre. Un *tipo* lindo, había concertado *onda* en la clase y después nos tiramos un par de *mails*. Pero el *tipo* y la salida fueron... El *tipo* me dice “salimos a un bar”. Yo con ganas de *glamour*. A mí me gusta la cosa glamorosa, yo confieso, al menos en las primeras citas.

Capaz después termino comiendo sándwiches en una plaza porque también soy una persona común, voy y tomo mate (...). (Natalia, 46 años).

La fórmula romántica estándar de la clase media, según la codificación de la cultura de los medios masivos de comunicación, para Illouz, requiere del consumo de bienes de lujo asociados con el estilo de vida de los ricos (las salidas al teatro y a los restaurantes), pero también el de bienes baratos de producción masiva (tales como los paseos). Sin embargo, son los espacios sofisticados y glamorosos, basados en el consumo hedonista, los que siguen siendo el estándar cultural deseado por personas de sectores medios (Illouz, 2009: 107, 142).

El *glamour* se asocia al lujo y al gasto improductivo (Bataille, 1987) o al derroche. El gasto improductivo al igual que el erotismo aleja a los sujetos de los principios estandarizados de la acumulación y la utilidad. Es parte del romanticismo en tanto pone a los individuos por encima de lo cotidiano y ordinario y los acerca a la intensidad (Bataille, 1987, 2003). El acceso a lugares sofisticados no implica un alejamiento de las restricciones de la vida cotidiana, “sino más bien una suspensión teatralizada de dichas restricciones” (Illouz, 2009: 194).

Natalia dice no tener inconveniente en realizar actividades románticas que no se basen principalmente en el consumo siempre y cuando ya exista un vínculo de mayor confianza con la otra persona, pero en los primeros encuentros es importante para ella que este exista. En una primera cita, dice que le gusta “ir a un lindo bar, a un lindo restaurante con música y tomar vino”. Estos consumos, que tienen un costo significativo para el varón, son para ella herramientas de caballerosidad y de seducción masculinas. Asimismo, plantea diferencias entre las actividades románticas que espera realizar con un varón de treinta respecto a un varón de cincuenta. El escenario de la cita propuesto por el profesor no le pareció adecuado, dado que él tenía

casi cincuenta años y la invitó a un bar con poco *glamour* —económico y sucio—. Para Natalia es importante, aunque trabaje y tenga sus propios ingresos, que los varones de esa edad performen una masculinidad a partir de la cual se muestren como potenciales proveedores y la agasajen a través del consumo, al menos en los primeros encuentros. El hecho de que el profesor no se haya adecuado a los postulados románticos y de consumo que se esperan para un varón de su edad hizo que la energía emocional del encuentro decreciera. Desde su punto de vista, hubiera sido distinto si hubieran ido a cenar o a tomar vino a un lugar elegante.

A pesar de su incomodidad por el espacio donde él la había invitado, decidió enfocarse en su cita. Ella siempre se mostraba atenta y sonriente cuando él hablaba, pero tomaba nota mental de aquellas actitudes que no le parecían románticas. Durante la cita empezaron a conversar de qué proyectaba cada uno en una pareja. Él le planteó la importancia de la comodidad. Le dijo: “A mí en la pareja me gusta la comodidad y si estoy en la cama y me quiero tirar un *pedo* quiero poder hacerlo tranquilo”. Ella creyó haberle entendido mal y le pidió que se lo repitiese. Ante la misma explicación Natalia se sintió espantada. Si bien me lo cuenta entre risas, expresa que ese encuentro fue un desastre. A lo largo de la noche, él le realizó distintos comentarios escatológicos. Estos se alejan de sus principios románticos basados en los idearios de caballeridad. Ella esperaba, para un primer encuentro, halagos y temas de conversación donde cuestiones tan íntimas no fueran comentadas. Me explica: “No había tanta confianza. Conocés a una persona y que alguien te venga a decir esas cosas me parece sumamente violento”. La cita no estuvo signada por patrones románticos basados en el consumo y en el cortejo femenino. Esto generó emociones de enojo y desprecio en su cita.

A partir del trabajo de campo realizado concluyo que en las citas, para que haya satisfacción entre las partes, debe haber fluidez en los temas de conversación, pero los mismos no deben basarse ni en la superficialidad total —hablar solo

de comida o de marcas de ropa—, ni tampoco en temas privados o muy íntimos —conflictos con exparejas, problemas de salud o, en este caso, comentarios escatológicos—. Ambos extremos socavan la energía emocional del encuentro. Se valora la sinceridad, pero dentro de ciertos parámetros que no se corran de los valores de lo mágico y la sofisticación que deben atravesar un encuentro romántico.

Miguel (38 años) se define a sí mismo como “un romántico total”. Él no usa las aplicaciones y sitios de citas porque según me dice cree que solo en el ámbito cara a cara, a partir de las gestualidades y el registro corporal, se puede saber si hay *piel*, ya sea para entablar una relación erótica de una noche o para tener un vínculo afectivo de larga duración.

Con el propósito de conocer mujeres concurre a dos ámbitos de sociabilidad distintos. Para tener sexo de forma rápida va a la discoteca Pinar de Rocha. Me explica que según su experiencia allí es sencillo conocer mujeres que él denomina “fáciles” con quienes tener sexo sin que casi medie el cortejo ni el dinero. Cuando conoce a una mujer con quien hay deseo sexual suelen ir a un albergue transitorio o las invita a su casa. Cuando el acto sexual termina, para no tener que dormir con ellas, les dice cortésmente que al otro día tiene que trabajar y les pide un taxi o las lleva a su casa en auto. Por otro lado, para vincularse con mujeres con las cuales tener citas románticas suele ir a cumpleaños o a eventos de amigos/as.

Cuando le pregunto cómo son sus citas, él se adentra en una serie de ritos que lo hacen ver y sentir seductor. Vuelve de trabajar, se baña, se peina, se pone gel en el pelo y elige una camisa o chomba recién planchada. Se perfuma y se fija de tener chicles en la guantera del auto. Estas prácticas son estrategias que le facilitan que las mujeres de clase media a las cuales él quiere seducir lo evalúen positivamente. Estar bien vestido y perfumado le genera confianza en sí mismo y comodidad al momento de la seducción. Es decir que saberse presentable, bajo estos cánones, le aumenta su energía emocional.

Pasa a buscar a su cita alrededor de las nueve de la noche en su auto importado. En caso de que el auto no esté lo suficientemente limpio primero lo lleva al lavadero de autos. Tiene dentro del mismo un perfume para aromatizarlo. Él prefiere que las salidas sean jueves o viernes por la noche y si no un domingo por la tarde en un balneario de moda en San Isidro. La noche o una tarde de fin de semana son momentos donde las personas no trabajan y tienen tiempo disponible para disfrutar la velada. Los tiempos de las citas románticas anteceden o prosiguen al momento del trabajo y los quehaceres domésticos, quedan ubicados al margen del tiempo productivo y reproductivo de la sociedad (Illouz, 2009: 162).

Generalmente pasa a buscar a su cita por la casa. Cuando llega, le envía un mensaje de WhatsApp avisándole que está en la puerta. Cuando ambos están dentro del auto, él le pregunta qué quiere comer. Él tiene una lista prepausada de lugares románticos donde ir a cenar. Según lo que le responda, le propone restaurantes por Palermo Hollywood, Palermo Soho, San Isidro o Villa Devoto, especificados en el Mapa 7 de este capítulo.

Cuando llegan al restaurante, él se baja primero y le abre la puerta del auto. Para él es importante que durante la noche ella se sienta cómoda. Si nota que se siente invadida por su cortesía, trata de marcar una mayor distancia y no parecer molesto. Es decir, está pendiente de que si se muestra demasiado cortés o romántico pueda generar incomodidad. En caso de que ella esté a gusto le arrima la silla, “cosa que se sienta bien cortejada”, dice. En todo momento hace sentir a sus citas femeninas que ellas son su adulación, a la vez que las corteja a partir de quitarles agencia en sus movimientos. En su concepción de masculinidad, él como varón aparece facilitando e interviniendo en todos los movimientos de la mujer. Según su visión sobre la masculinidad, dado que ya no hay varones caballeros, “es tan fácil para el hombre medio educado seducir a las mujeres porque la mujer se jacta de liberal. Pero le

arrimás la silla, les decís tres piropos y se acabó el tema... No abundan *tipos* como yo. En la tierra del ciego, el tuerto es rey". Es decir, él considera que formas de cortejo por fuera del amor confluyente (Giddens, 2006) son las que realmente tienen efectos de seducción en las mujeres y no el discurso de mayor simetría entre las partes.

Los restaurantes que elige tienen un ambiente relajado, iluminación tenue, buen servicio, música funcional y poseen principalmente mesas para dos personas. Pude tener acceso a esta información porque cuando pauté la entrevista con Miguel y le conté de qué se trataba la investigación, me propuso si quería que cenáramos en alguno de los lugares donde él suele ir con sus citas. Él eligió por cercanía a nuestras casas un restaurante en Villa Devoto. Esto me permitió una mirada *in situ* de los escenarios en los cuales tienen lugar sus escenas de primera cita.

Estos restaurantes están pensados para que tengan lugar citas románticas, dado que el servicio y el tipo de comida que sirven generan una atmósfera antagónica a lo cotidiano y a la rutina. Lo que prima allí es la sensación de que no hay nada de qué preocuparse, y la sofisticación propia de la moral hedonista de la modernidad tardía. La luz tenue, la música suave y la disposición de las mesas, separadas ampliamente unas de otras, conforman una sensación de aislamiento y privacidad en un espacio público en medio de la ciudad.

Cuando el mozo entrega los menús, me explica que él deja que su cita elija su plato. En caso de que quieran tomar vino, selecciona una botella dentro de la gama más selecta que tenga el restaurante.

E.: ¿Vos elegís lo mismo que ella o elegís tu propio plato?

Miguel: No. Yo no tengo problemas. Depende del apetito que tengamos lo comparto o no. Siempre hay que ser cortés. No se tiene que sentir invadida ni nada, porque pierde la magia. Siempre tiene que estar esa nebulosa de que se sienta única. Si el restaurante está lleno ella tiene que sentir que está sola

y es única. Si no hacés la diferencia en la charla, en pasarla a buscar y en llevarla a un buen lugar, la cita se va diluyendo (Miguel, 38 años).

Miguel, para hacer sentir a sus citas únicas y especiales, preceptos del amor romántico, recurre al gasto improductivo donde no median las leyes de la racionalidad ni lo rutinario. En la cita debe primar la diversión y la búsqueda de bienestar. Invita a las mujeres y las agasaja. En sus encuentros aparecen diferentes objetos rituales vinculados a lo costoso, como un auto importado, ropa de marca, perfumes importados, comidas exquisitas, cócteles y champán.

Durante la cena conversa de temas banales como marcas de perfumes, pero evita caer en la mera superficialidad. Habla también sobre su familia, sus aspiraciones, anécdotas. Elude cualquier tema que pueda llevar a la confrontación, como la política y la religión. En aquellos casos donde observa, a primera vista, que coinciden en esos aspectos, profundiza. Pero siempre de forma medida. Quiere evitar dentro del contexto de una primera cita romántica cualquier foco de conflicto. En toda la escena debe prevalecer la sensación de agrado.

Cuando termina la cena, paga siempre él. Para su construcción de masculinidad el agasajo a las mujeres se basa en consumir y mostrarse como proveedor.

Para Miguel, una cita debe tener más de una actividad romántica. Les propone ir a dar un paseo en auto e invitarlas a tomar un cóctel en Puerto Madero. Es decir, las actividades románticas que él prefiere se basan en el consumo directo. Según me explica, entre la cena, el bar, el combustible del auto y si van a un hotel a pasar la noche, en una salida puede llegar a gastar 200 dólares.

Miguel me explica que hace varios años que no va al cine en una primera cita. Si bien los/as entrevistados/as han tenido primeras citas basadas en actividades culturales, observo que lo que prevalece al momento que les realicé

las entrevistas son las salidas gastronómicas. En los restaurantes y bares, a diferencia del cine, prima la conversación sobre gustos e intereses.

El objetivo de las salidas de Miguel no es solo la búsqueda de vínculos eróticos y/o afectivos, sino también disfrutar junto con sus citas de actividades que realiza solo o con amigos, como pasear o tomar tragos. En Puerto Madero suele ir siempre al mismo bar donde pide *lemon champ*, *caipirinha* o una botella de champán para compartir. En verano le agrada sentarse en las mesas que dan al río, iluminadas a la luz de las velas. Me cuenta que en esas situaciones suele presentarse la escena del hombre que vende rosas.¹³ Esto a él lo hace sentir incoómodo, dado que si no compra la rosa lo hace parecer un avaro y si la compra lo convierte en una persona demasiado romántica, según me explica. Para salir del aprieto le pregunta a su cita si le gustan las rosas. Solo en los casos en que ellas le digan que sí, se las comprará.

Cuando termina la escena en el bar suele ir a caminar junto con su cita alrededor del río. Aquí aparece una actividad romántica no basada en el consumo. Él se refiere al río y al mar como lugares románticos. Esto, desde la lectura de Illouz (2009), se debe a que existe una asociación entre el romance y la naturaleza —entendida como la inocencia pura, autenticidad natural y aislamiento respecto al mundo urbano— que evoca la pureza, autenticidad y naturaleza del yo: “tanto el amor romántico como la naturaleza supuestamente representan el costado más auténtico del yo, en oposición a la falta de autenticidad vinculada a la vida urbana” (Illouz, 2009: 193). En ese escenario es donde Miguel ubica la aparición de gestualidades eróticas basadas en el acercamiento corporal, por ejemplo que ella coloque la cabeza sobre su hombro, besos, abrazos o que se den la mano.

¹³ Las rosas, el champán y las velas poseen atributos de semisacralidad que, en circunstancias adecuadas, pueden generar sentimientos románticos (Illouz, 2009: 164).

Cuando esta escena termina, él le propone a su cita llevarla a su casa. Dice que en la puerta de la casa aparece con más frecuencia la situación del beso en los labios. Si con la mujer hubo energía emocional y compatibilidad intenta no tener relaciones sexuales en el primer encuentro. De este modo, al igual que Celeste, genera una espera a partir de la cual deja un deseo latente y potencia las posibilidades de que exista una segunda salida. No obstante, hay veces donde prima el deseo sexual y terminan la noche en la casa de alguno de los dos o en un hotel.

En síntesis, se desprende de las escenas analizadas en la entrevista a Miguel un tipo de masculinidad hegemónica donde él se muestra como proveedor y activo; y las mujeres aparecen en un papel pasivo y contemplador. No obstante, cuando indago en sus prácticas teniendo en cuenta el deseo, el placer y el displacer, aparecen experiencias que tensionan la construcción de masculinidad que él quiere transmitirme a lo largo de la entrevista (Jackson, 1996).

Durante el desarrollo de las entrevistas en profundidad les solicité a los/as entrevistados/as que identificaran *turning points* en sus trayectorias afectivas de búsqueda de vínculos eróticos y/o afectivos. Miguel identificó una relación que tuvo con una mujer, que si bien duró solo tres meses, lo marcó positivamente. Según me explica, la forma de ser de ella era diferente a la de todas las otras mujeres con las cuales estuvo en pareja. Él, para marcar dicha distancia, relata la escena de su primera cita.

Miguel la conoció en un reencuentro de excompañeros/as de secundaria. Hacía poco que se había divorciado. Durante el evento, un amigo en común los presentó. Hablaron de sus vidas pero no quedaron en contacto. Unos días después, Miguel le pidió a su amigo que le pasara el número telefónico de ella. Cuando la mujer se enteró de que él había preguntado por ella, tomó la iniciativa y lo llamó. Le preguntó si tenía ganas de salir un día. Él se sintió sorprendido. Esta vez era ella quien tenía un rol activo. Miguel le dijo que sí pero que tenía el auto en el taller mecánico. Ella le

dijo que no había inconveniente, también manejaba y podía pasarlo a buscar. Mientras relata la escena, dice entre risas: “Me sentía una mujer”. Es decir, dentro de su construcción de masculinidad afín a la hegemónica, el hecho de que la mujer sea agente lo hace sentir feminizado. Pero a la vez ese sentirse cortejado es experimentado con disfrute.

Ella lo pasó a buscar por su casa. En esta cita fue ella quien le pregunto a dónde querían ir, él eligió ir a cenar a Puerto Madero. Si bien él pagó, ella sacó su billetera y tuvo la intención de hacerlo. Como con sus otras citas, luego, Miguel le sugirió de ir a caminar por el río.

Durante la salida hubo mucha tensión sexual. Según él me explica, se miraban, sonreían, rozaban sus piernas, pero no se besaban. Cuando ella lo dejó en la puerta de su casa comenzaron a besarse. La energía sexual primó y pasaron la noche juntos. Si bien podrían haber ido a la casa de ella o a la de él, Miguel prefirió invitarla a un hotel. De este modo se visualiza que él la corteja a partir del consumo directo y que, a partir del mismo, busca reposicionarse él como el proveedor.

En la relación sexual hubo un estado corporal compartido signado por la pasión, excitación corporal y placer. Los encuentros se repitieron y lo que más los unía, según me dice, era el “buen sexo” y la diversión que le generaba estar con una mujer independiente como ella. Estuvieron de novios tres meses.

Desde un análisis de la heterosexualidad, entendida como una construcción (Jackson, 1996), observamos cómo la masculinidad en cada varón heterosexual no es uniforme. Miguel experimentó placer dentro de una relación que tensiona los postulados de masculinidad hegemónica (Connell, 1995), donde él debe ser el proveedor y el que propone. En dicho vínculo existió una mayor simetría entre las partes y no era él quien dominaba. Esto lo marcó e implicó un corrimiento del tipo de relaciones que suele entablar. Ella era también una agente activa al momento de proveer y cortejarlo.

No obstante, como horizonte de sentido lo guían los postulados de masculinidad hegemónica (Connell, 1995). Él, a nivel representacional, busca casarse y tener hijos/as con una mujer que no trabaje o lo haga pocas horas y esté enfocada en el cuidado del hogar. De esta forma, alejada del ideario de compañerismo de mayor reciprocidad y equidad entre los miembros (Cosse, 2008, 2010), él entiende que expresa correctamente lo que se espera de un varón heterosexual que está enamorado de su pareja.

3. Recapitulación y conclusiones

A partir de un análisis pormenorizado de escenas de primera cita, relatadas por los/as entrevistados/as, en este capítulo describí y analicé las pautas de cortejo sobresalientes en personas de sectores medios, en la actualidad, en el contexto del Área Metropolitana de Buenos Aires. Para tal fin, delineé mis postulados teóricos, realicé comparaciones con las reglas de cortejo de décadas pasadas y examiné sus variabilidades históricas.

En relación con los supuestos de este capítulo, por un lado, partí de pensar que los guiones sociales del amor romántico y de masculinidad hegemónica están presentes en las primeras citas. Si bien no existe, necesariamente, un contenido amoroso intenso y espontáneo en juego, las formas de cortejo prevalecientes son de tipo románticas. Operan como horizontes de sentido generando un aumento o disminución de la energía emocional en las escenas de citas. No obstante, establecí agencias y resistencias tanto femeninas como masculinas ante estos postulados.

Los escenarios de las citas están atravesados por actividades y objetos que implican un consumo hedonista. Las actividades más realizadas ypreciadas son ir a cenar a un lugar agradable y/o sofisticado, dentro de los parámetros estéticos de personas de sectores medios. Para problemati-

zar este aspecto, abordé cómo en las citas hay objetos rituales que actúan al momento de la seducción, como tomar cócteles, ir en auto y utilizar ropa de marca. Estos conforman una puesta en escena que se vincula con lo romántico en tanto generan una sensación de corrimiento de lo cotidiano. En las citas, los sujetos de clase media intentan ubicarse en lo que dura ese encuentro, signado por el consumo y la búsqueda de bienestar, por encima de su propia posición social.

En pocas palabras, en este capítulo describí y analicé las escenas de primera cita a partir de establecer, desde la lectura de Eva Illouz, una interrelación entre formas románticas de cortejo y el consumo hedonista. Llevé a cabo este objetivo teniendo en cuenta las experiencias de los sujetos, sus agencias y resistencias.

Conclusiones

En este libro analicé las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos y las interacciones que se generan en dichos encuentros, entre mujeres y varones heterosexuales de entre 35 y 50 años de edad —solteros/as, divorciados/as y separados/as— que no están en ningún tipo de relación de pareja, en ámbitos cara a cara y virtuales de esparcimiento, que residan en el Área Metropolitana de Buenos Aires (2015-2017).

Este objetivo fue llevado a cabo desde una metodología cualitativa. Realicé observaciones en espacios de sociabilidad erótica y/o afectiva cara a cara —un espacio de catas de vino, eventos de *speed dating* y clases de salsa y bachata— y virtuales —Match, Badoo, Tinder y Happn—; entrevisté a sus usuarios/as; confeccioné mapas para poder observar cuáles son los circuitos urbanos a los cuales estas personas acceden con la finalidad de “ir de levante” y de tener citas. Asimismo, relevé y analicé notas periodísticas sobre estos espacios de sociabilidad cara a cara y virtuales y el contenido que presentan en sus sitios web.

El libro se estructuró en dos partes. La primera trató sobre las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos, y la segunda sobre las interacciones que tienen lugar durante dichas búsquedas en los espacios de sociabilidad erótica y/o afectiva.

Los resultados principales de la investigación pueden ser problematizados y resumidos en tres grandes ejes: 1) el amor romántico y la heteronormatividad, 2) lo afectivo y 3) la soltería, la virtualidad y el mercado.

Dentro del primer eje, **el amor romántico y la heteronormatividad**, postulé la existencia de una tensión entre el proceso de individualización y el amor romántico. En el contexto de modernidad tardía los sujetos experimentan su

realización personal como producto de su propia reflexividad y autonomía individual. El ámbito de lo afectivo e íntimo emerge, en este marco de desregulación e incertidumbre, como el espacio de anclaje y autorrealización. Sin embargo, los vínculos eróticos y/o afectivos en los sujetos de sectores medios no se entablan de manera permanente y lineal. Se adecuan, cada vez más, a sus aspiraciones personales y a su desarrollo en otras esferas de la vida. Esto lo observé en cómo las mujeres y los varones posponen, en algunos casos, la maternidad y la paternidad y cuestionan y plantean nuevos modelos de familia, de vínculos, de erotismo y de formas de búsqueda que coincidan con sus deseos, expectativas y necesidades. Esto lleva a la generación de lo que he dado en llamar “*trayectorias heterogéneas y zigzagueantes*”.

La carrera emocional de los sujetos se vuelve multiforme. Se insertan y reinsertan en el mercado de intercambios eróticos en pos de buscar vínculos eróticos y/o afectivos. Los espacios que son seleccionados para dicho fin se adecuan a los tiempos y posibilidades de las personas. En los mismos operan criterios de selección basados en sus expectativas eróticas y *habitus* de clase, de manera interrelacionada. A partir de (re)ingresar en ámbitos de sociabilidad cara a caray virtuales, quienes buscan acumulan para sí una *expertise* de citas y vínculos eróticos y/o afectivos diversa.

El amor romántico, en tensión con el proceso de individualización, aparece como horizonte de sentido y como forma. En relación con el primero, a partir de los resultados obtenidos en esta investigación, observo que el ideario de pareja opera como un horizonte de sentido que todos/as, en mayor o menor medida, desearían alcanzar. Con dicha afirmación no pretendo sugerir que las personas siempre busquen pareja, pero sí que emerge en testimonios como un ideal deseable. Considero que existe a nivel simbólico una utopía de liminalidad a partir de lo amoroso.

Las personas en sus trayectorias afectivas entablan y buscan vínculos que no necesariamente apuntan a un contenido amoroso. Sin embargo, desde una lectura de las formas, en términos simmelianos, considero que la sociabilidad erótica y/o afectiva se encuentra fuertemente atravesada por el romanticismo. En las entrevistas observé que aunque las personas busquen o entablen solo vínculos sexuales, en dichos casos también se hacen presentes los guiones del amor romántico, en su interrelación con postulados del amor confluyente, como forma de cortejo deseada. Por otra parte, en el contexto de las citas los guiones sociales del amor romántico operan como una forma, más allá de su contenido, que generan un aumento de la energía emocional y empatía entre las partes.

Es decir, planteo una coexistencia entre el proceso de individualización —que apuesta a una búsqueda de la intensidad a partir de diversos vínculos eróticos y afectivos y a la búsqueda de la autorrealización individual— y el amor romántico como forma y horizonte de sentido en las búsquedas eróticas y afectivas.

Lo anterior se vincula a cómo operan los guiones heteronormativos y románticos al momento de las búsquedas. En la construcción de la heterosexualidad prevalecen ambos guiones, los cuales se hallan intrínsecamente relacionados. Esto lo observé en el hecho de que dentro del horizonte de expectativa romántica se halla la búsqueda de una pareja en términos heteronormativos: monógama, de solo dos personas, bajo el modelo del compañerismo —basado en la comprensión, la entrega, la valorización de lo sexual y la realización de cada uno en el otro—, la cohabitación y el deseo de maternidad y paternidad en el marco de una pareja constituida.

Estos guiones —que tal como expliqué en el primer punto operan aunque no se busque una pareja, no se encuentre o se presente como una copia fallida del ideal al que se aspira— se enmarcan dentro de una sensibilidad erótica y/o afectiva urbana y de sectores medios en la cual

no prevalece el modelo de amor para toda la vida y donde existe una mayor intelectualización y racionalización de lo romántico. Esto lo visualicé en los diversos criterios de selección que operan al momento de la búsqueda (de clase, etarios, de género y corporales) y en que las personas prefieren buscar en aplicaciones y sitios de citas, ya que les otorgan comodidad, pueden ser utilizados cuando y como quieran, y les permiten observar una multiplicidad de perfiles de manera rápida y económica.

Otro aspecto donde problematicé la heteronormatividad en relación con el romanticismo es que los espacios de sociabilidad eróticos y/o afectivos están signados por patrones heteronormativos. Los espacios de sociabilidad cara a cara se construyen desde la premisa de que todos/as sus usuarios/as son heterosexuales; esto lo observé en los chistes que circulan, las dinámicas y los comentarios. Desde estos espacios, los/as organizadores/as apuntan a la erotización de sus clientes/as. En los eventos de *speed dating* se estimula explícitamente que las personas formen parejas, y en las clases de salsa y bachata se incentiva la erotización en pos de que sus clientes/as aumenten su autoestima y se vinculen erótica y/o afectivamente con otros. Por su parte, los sitios virtuales en sus publicidades muestran principalmente a personas heterosexuales y se promocionan como ámbitos donde encontrar pareja o el amor. Es decir, más allá del uso que les den sus usuarios/as, están contruidos desde guiones románticos y heteronormativos.

Respecto al segundo eje, me propuse indagar sobre **lo afectivo a la luz de una apuesta feminista**. En esta investigación describí y analicé las vinculaciones afectivas que emergen durante las búsquedas de encuentros y sus interacciones. Los aportes de las teorías y epistemologías feministas fueron fundamentales al momento del abordaje y el análisis. Pensar lo afectivo ha sido un tema que los feminismos han puesto en agenda desde fines del siglo pasado. Donde parecía que las ciencias sociales no tenían nada que aportar,

han demostrado el carácter político y público de la esfera privada y cómo desde lo afectivo se puede problematizar la interacción social y elementos del orden estructural.

Los feminismos, en su apuesta crítica sobre lo dado y su análisis sobre las desigualdades de estatus y de poder derivadas de la condición de género, me permitieron abordar la heterosexualidad no como una categoría dada sino construida. Observé cuáles son los guiones que conforman el erotismo y el afecto en las personas que se definen a sí mismas como heterosexuales. Analicé tanto la masculinidad hegemónica como las resistencias que existen en algunos varones a esas normas. En relación con las mujeres, eché luz sobre cómo el ideario del cuidado y la afectividad recae principalmente sobre ellas.

La noción de tecnología de género y la lectura sobre masculinidad hegemónica me permitieron analizar las diferencias y opresiones que existen en las búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos entre varones y mujeres. La edad entendida como un componente más del erotismo opera de manera desigual entre ambos géneros. La figura del reloj biológico femenino asociado con la pérdida de la fertilidad es tenida en cuenta en los varones al momento de elegir con quién tener una pareja. Ellos, en tanto no se ven apremiados por dicho reloj, tienden a alentar la paternidad. Consideran que las mujeres cercanas a los cuarenta años de edad y que no han sido madres buscarán con más desesperación una pareja con quien tener hijos/as.

Desde la bibliografía especializada y a la luz de mi trabajo de campo observé que son pocos los casos en los cuales las mujeres se emparejan con varones más jóvenes. Existe una mayor devaluación social en la pérdida de la juventud de las mujeres respecto a los varones. En cambio, los varones tienden a vincularse con mujeres más jóvenes que son apreciadas por su condición etaria como eróticamente más deseables.

En relación con el deseo de tener hijos/as, en ningún caso, ni varones ni mujeres, dijeron que no deseaban ser padres o madres. Las mujeres y los varones que pospusieron ese deseo en pos de sus carreras profesionales u otros aspectos personales lo proyectan en un marco ideal de relación de pareja. En las mujeres que no tenían hijos/as y se encontraban cercanas a los cuarenta años de edad apareció una agencia activa para concretar el deseo materno. Se alejan del postulado heteronormativo de tener hijos/as en el marco de una pareja y cohabitación y optan, cada vez más, por la alternativa de ser madres solteras a través de técnicas de reproducción biotecnológicas. Esta elección muestra que estas mujeres de sectores de clase media tienen recursos económicos y afectivos para poder llevar a cabo su deseo. La discriminación masculina en torno a la desesperación femenina por tener pareja cuando están cercanas a los cuarenta años de edad y no han tenido hijos/as desconoce la agencia femenina y el corrimiento del postulado heteronormativo de maternidad en el contexto de una pareja.

Otro componente vinculado al anterior es que se visualizan en las mujeres redes de contención en sus búsquedas de manera más pronunciada que en los varones. La familia, las amigas y las terapeutas son actantes que las estimulan para que puedan llevar a cabo su deseo. Asimismo, las mujeres, aunque no estén en pareja, buscan y entablan vínculos eróticos, como así también en algunos casos salen de noche o viajan solas.

En aquellas mujeres que tienen hijos/as se observa que poseen, respecto a los varones, menos tiempo para sus búsquedas. Debido a la premisa de que las mujeres son supuestas como agentes esenciales de afecto, son ellas quienes están al cuidado de los/as hijos/as en mayor medida. No obstante, visualicé resistencias femeninas y otras agencias masculinas. Encontré varones que se ocupan en igual medida que sus exparejas del cuidado de sus hijos/as, lo cual impacta en su tiempo libre para buscar vínculos eróticos y/o afectivos.

Un aspecto que analicé en este libro es que las mujeres sufren al momento de la búsqueda violencias por parte de varones; por ejemplo, una mujer experimentó violencia verbal a través del chat de Tinder por tener una determinada edad y no aceptar una cita; una entrevistada vivió violencia física en una cita por haber querido finalizar el encuentro; y en las clases de salsa y bachata apareció la historia de un varón que maltrataba verbalmente y tocaba de manera indebida a las mujeres. Por su parte, no encontré que los varones hayan experimentado situaciones de violencia.

Otra huella que dejaron las lecturas feministas en esta investigación, que indaga sobre las vinculaciones afectivas y el amor, es la reflexividad en torno a mi papel como investigadora. En todo momento humanicé a mis entrevistados/as y mi relación con ellos/as. Sin descuidar los aspectos de confidencialidad y anonimato, aposté a tener un *talk back*, tal como nos propone bell hooks (1989), con quienes me compartían sus experiencias. Durante el año de trabajo de campo me contaron secretos e intimidades. Más de una vez me dijeron “creo que nunca se lo conté a nadie”. En aquellos casos en que expresaron situaciones que les generaban angustia o lloraron, me mostré contenedora verbal y corporalmente. Tuve en cuenta en todo momento que primeramente son sujetos que sienten y que mis preguntas los/as afectan.

Me valí, tal como propone Haraway, de “otros poderes sensoriales”, además de la visión, como el tacto, el gusto y la escucha activa para llevar a cabo la investigación. Reí con ellos, tomé vino, bailé salsa, miramos juntos/as perfiles de aplicaciones de citas, entre otras muchas actividades.

Las entrevistas me hicieron interpelar sobre mi forma de amar, mi propia carrera emocional, sobre mis propios miedos y sobre cuáles son mis expectativas eróticas y/o afectivas. Durante algunas entrevistas fui abordada por los/as entrevistados/as como “asesora sentimental”. En los casos que me solicitaron consejos acerca de cómo conocer

pareja, les explicité mi desconocimiento, pero compartí con ellos/as experiencias de otras personas en su misma situación de manera anónima.

Desde la apuesta feminista de Donna Haraway tuve en cuenta desde qué lugar producía conocimiento y la empatía de *habitus* de clase y de orientación sexual que existía con mis sujetos de estudio. Esto me llevó a ser reflexiva y repreguntar sobre gustos e intereses sobre los cuales los/as entrevistados/as se *explayaban* de manera naturalizada. Traté de ser una extranjera en mi propio *habitus*. Esto me sucedió especialmente en las catas de vino, dado que comparto gustos e intereses musicales, literarios y políticos con las personas que concurren. También estuve atenta al hecho de que ser una mujer cis heterosexual jugó un papel al momento de realizar las observaciones y las entrevistas. Yo era para los varones una posible candidata más con quien tener un encuentro erótico y/o afectivo. Con las mujeres que circulan en los espacios que observé no percibí que se generaran situaciones de competencia. La única oportunidad en la cual advertí que yo era vista como “competencia desleal” por parte de otras mujeres mayores que yo, fue cuando quise ingresar, al comienzo de mi trabajo de campo, a una discoteca para mayores de 35 años.

Por último, las epistemologías feministas me permitieron echar luz sobre cómo la violencia aparece en las búsquedas, cómo opera en las trayectorias afectivas de pareja de mis entrevistados/as, cuáles son las desigualdades de poder que atraviesan las búsquedas de varones y mujeres, y cómo opera el carácter opresivo de la masculinidad en todos los miembros de la sociedad, incluidos los varones heterosexuales de sectores medios.

El tercer eje que atraviesa la investigación es **la soltería, la virtualidad y el mercado**. En esta investigación la soltería y la soledad no fueron analizadas desde una perspectiva pesimista del fenómeno. Postulé que existen diversas maneras de experimentarlas, como una elección y disfrute y/o como soledad. La variación en el estado anímico

depende principalmente de cuánto tiempo haya pasado desde que las personas están solos/as, tal como los/as entrevistados/as se definen. Las personas entrevistadas que hacía poco tiempo que estaban solteras experimentaban ese estado como libertad, en tanto provenían de relaciones marcadas por los celos y el control, que son formas de violencia en la pareja que han sido atravesadas por la mayoría de los/as entrevistados/as.

Encontré casos donde hacía varios años que no tenían una relación de pareja de largo tiempo o que nunca la habían tenido. Dichos/as entrevistados/as experimentaban esa condición con disfrute y de acuerdo a sus intereses. Enmarcaban sus búsquedas en términos meramente eróticos. No obstante, la familia y el entorno de pares aparecen como actantes que se preocupan por el hecho de que no estén en pareja. El estar en pareja o al menos en vínculos eróticos aparece como una tecnología del yo en la cual se coloca la normalidad, la felicidad y la autorrealización subjetiva de las personas. Existe una demanda social para que personas heterosexuales entablen vínculos, especialmente de pareja, y para que tengan hijos/as. Pero esta tecnología del yo opera como una tecnología de género de manera más marcada sobre las mujeres que sobre los varones. Esta presión, en algunos casos, genera angustia y distancia a la mujer de su entorno y su familia.

En aquellos casos en que las personas quieren concretar encuentros eróticos y/o afectivos, los/as amigos/as y terapeutas son actantes que facilitan la información. Sugieren aplicaciones y sitios web de citas como así también actividades cara a cara, como por ejemplo catas de vino, clases de salsa y bachata o eventos de *speed dating*. En algunos casos, especialmente las mujeres, acceden a las mismas acompañadas por amigas. Si bien se vislumbra en las mujeres la necesidad de la compañía como forma de impulso para concretar sus búsquedas, ellas igualmente transitan el espacio público de manera autónoma. En tanto el espacio público está sexualmente organizado de forma masculina,

esgrimen estrategias para sentirse acompañadas, por ejemplo cuando van a bares solas hablan con el barman. Otra estrategia que emplean es concurrir a espacios de sociabilidad donde asisten personas que van solas, como por ejemplo los tres espacios cara a cara aquí analizados.

Los varones que experimentan negativamente la soltería lo hacen de forma más solitaria que las mujeres. Quienes buscan encuentros transitan solos de manera más fluida el espacio público y aparecen menor cantidad de menciones sobre otros actantes que estimulen o que intervengan en sus búsquedas.

En la carrera emocional de los sujetos visualizo que más allá de que exista un disfrute en torno a la soltería, la soltería es relatada como lo que he dado en llamar un “*estado paréntesis*”. El horizonte de sentido que aparece es el ideario de entablar una pareja enmarcada en guiones románticos, de compañerismo, y que trascienda lo meramente sexual. Es decir que no existe un cuestionamiento radical o un horizonte erótico y/o afectivo que se corra de dichos postulados heteronormativos y románticos.

La inserción y reinserción en las búsquedas de encuentros eróticos y/o afectivos permitió la generación de un mercado de servicios de encuentros. El modo a partir del cual abordé dicho mercado apuntó a echar luz en la construcción de lazo social en los espacios de sociabilidad. Desde una apuesta sociológica de corte interaccionista analicé cómo se construye lazo social en ámbitos de sociabilidad cara a cara y virtuales, los cuales están signados por espacios, códigos, gramáticas, lenguajes y criterios propios e interrelacionados.

Mi perspectiva discutió con aquellos abordajes que teorizan de manera negativa sobre el fenómeno de la virtualidad como forma de sociabilidad y que consideran que la modernidad tardía está signada por la pérdida de cohesión social. La individualización no es sinónimo de individualismo, sino que supone institucionalización y existencia

de lazos sociales de otro tipo. Tal como presenté, hay una fuerte dependencia con la esfera del mercado y con otros actantes.

En la esfera virtual no observo fragmentación social sino, por el contrario, entiendo que *en y desde* lo virtual se generan nuevas formas de construcción de lazo social. Si bien los ámbitos de sociabilidad *online* y *offline* tienen diferencias entre sí, considero que nuestra existencia transcurre en un *onlife* entre ambos registros. Los individuos se relacionan entre sí a través de medios virtuales para posteriormente encontrarse cara a cara, y viceversa. El *offline* ha potenciado las posibilidades de sociabilidad. De allí que considere a la virtualidad como una facilitadora en la sociabilidad erótica y/o afectiva.

Aunque las formas de vinculación virtual en sitios web y aplicaciones de citas sean más efímeras y fugaces, respecto al cara a cara, no son menos importantes e intensas para los sujetos. Si bien se observan una infinidad de perfiles en un corto lapso de tiempo y hay una visualización estratégica y racional atravesada por diversos criterios de selección, postulo que existe sociabilidad. En esa visualización rápida y racionalizada como así también en los chats emergen imágenes, deseos y emociones compartidas.

La sociabilidad virtual se adecua al tiempo que los sujetos posean y quieran dedicarle. Las personas utilizan las aplicaciones y sitios de citas en la noche, antes de irse a dormir; cuando terminan de comer; mientras realizan otras actividades, y cuando están aburridos/as en el trabajo. A las mujeres que son madres y carecen de tiempo para salir en búsqueda de encuentros eróticos y/o afectivos les facilita la generación de los mismos.

En relación con el involucramiento afectivo, la virtualidad funciona como un medio de erotización pero también de compañía y diversión para los sujetos que no están en pareja. Es decir, las personas no solo van a buscar vínculos eróticos y/o afectivos sino que también se reapropian de los espacios según sus deseos y necesidades. No obstante,

no desconozco los efectos negativos que genera el ámbito virtual, como ansiedades, frustraciones y angustias. Los/as entrevistados/as comentan que intentan no depositar demasiadas expectativas en estos ámbitos virtuales ni dedicarle excesivo tiempo a su uso.

Los espacios de sociabilidad virtual son considerados, en la mayoría de los casos, como una forma segura de conocer personas en tanto que a partir de distintas conversaciones pueden tener una mayor idea de cómo y quién es la otra persona. Las mujeres se cuidan de cualquier situación de violencia de género que puedan experimentar en sus citas con desconocidos/as, las pautan en espacios públicos, cercanos a sus casas, y le avisan a alguien de su entorno que tendrán un encuentro. Además, a través de redes sociales como Facebook pueden obtener más información sobre las personas.

Otros aspectos que son señalados positivamente por sus usuarios/as son la gratuidad, aunque con diferencias según la plataforma, y la mayor cantidad de perfiles que se pueden observar respecto a los espacios de sociabilidad cara a cara. La rapidez y la racionalización que existe en la visualización de los mismos tienen efectos despersonalizantes sobre las personas que se encuentran en las fotografías. Se marca de manera instantánea agrado o desagrado sobre los perfiles. En la forma a través de la cual se contemplan las imágenes están contenidas representaciones, recuerdos, sentires y criterios de selección de la persona que observa. Debido a ello considero que el modo desde el cual las personas miran los perfiles nos permite problematizar sobre estructuras y expectativas de clase, sexuales y genéricas que intervienen en la mirada, las cuales fueron analizadas.

Las aplicaciones y sitios web de citas potencian la agencia erótica femenina, aunque con sus limitaciones. Dentro de la construcción de la sexualidad de las mujeres heterosexuales es poco probable que en ámbitos cara a cara aborden eróticamente a un varón. En el ámbito virtual esto se perpetúa, pero aparece una mayor agencia. Las mujeres a

través de dar *like* indican si alguien les resulta atractivo, no obstante, luego de que ambos hayan marcado reciprocidad aparece la expectativa femenina de que sean ellos quienes comiencen la conversación.

Las búsquedas en estos sitios virtuales están atravesadas por guiones del amor romántico y la heteronormatividad, pero también hay corrimientos en torno a los mismos. En los perfiles aparecen referencias a búsqueda de pareja, pero también otras que apuntan principalmente a encuentros eróticos, a saber, “busco pasar un buen momento” o “busco sexo casual”. Si bien en las mujeres hay búsquedas de encuentros meramente eróticos, las menciones sexuales explícitas aparecen solo en los perfiles masculinos.

En relación con los espacios de sociabilidad cara a cara, especialmente en las catas de vino y en las clases de salsa y bachata, se observa que tienen lugar interacciones que trascienden el orden de lo erótico, se generan grupos de pares, de pertenencia, de contención y de amigos/as. Estas dinámicas grupales no se aprecian en la sociabilidad virtual, signada por vínculos entre dos usuarios/as. Asimismo, tal como expliqué páginas antes, los espacios de sociabilidad están sexualizados en términos heterosexuales y heteronormativos.

Analiqué también la existencia de lazos sociales entre los/as emprendedores/as de los espacios de sociabilidad cara a cara con sus clientes/as. Los lazos sociales que estrechan se basan en la reciprocidad, la camaradería y la contención que trascienden meras lógicas económicas. Las personas encuentran allí un espacio de pertenencia. La perspectiva interaccionista me permitió observar estos aspectos y correrme de análisis que ponen el foco en el mercado bajo la lógica costo-beneficio.

En relación con el mercado y el amor romántico indagué en cómo lo romántico, el consumo y el hedonismo se encuentran en íntima relación al momento de las búsquedas y de las citas. En las expectativas de búsqueda de vínculos eróticos y/o afectivos de estos sujetos de sectores

medios, además del modelo del compañerismo, aparecen los viajes, la música, los deportes y los consumos exclusivos. En las aplicaciones y sitios web de citas los perfiles que son observados de manera positiva son aquellos que se enmarcan en dichos estilos de vida. Desde una perspectiva de género observé que las mujeres aparecen en sus perfiles como consumidoras de deportes y música más que como agentes productoras.

En términos estructurales considero que las búsquedas en personas heterosexuales se presentan de forma homogámica, entre sujetos de igual clase, en este caso la media. Aparece de manera explícita un rechazo a cualquier posibilidad de vincularse con personas de sectores populares. Por ejemplo, aunque estos sujetos de clase media hayan sido usuarios/as del sitio web y aplicación Badoo, lo dieron de baja porque consideran que la mayoría de los/as usuarios/as poseen gustos y una *hexis* corporal popular. Se observa cómo la idea pasional e irracional del amor romántico se ve atravesada por un ideario de racionalización y de confluencia de intereses. Otro criterio de selección determinante en sus búsquedas es que las personas posean formación universitaria, esto es mayormente indispensable para las mujeres.

En el libro hice un análisis de corte macro sobre los criterios de selección en personas heterosexuales de sectores medios, pero también me valí de perspectivas interaccionistas que me permitieron analizar las vinculaciones afectivas que se ponen en juego durante las búsquedas. Desde estos abordajes eché luz sobre la forma de amar, los deseos, las resistencias y la conformación de lazos sociales. Realicé contrapuntos a la visión instrumentalista e hiperracionalista con la cual Illouz analiza el romanticismo. Considero que la mayor racionalización y hedonismo que enmarca las búsquedas coexiste con el modelo de amor como emoción intensa, entendido como horizonte de sentido que guía las expectativas y los deseos de los sujetos. Asimismo, en el contexto de la cita, si bien el consumo genera

erotismo, existen ciertos guiones románticos que lo trascienden, como por ejemplo la cercanía corporal y el deseo sexual. Estos juegan un papel fundamental en el desarrollo deseable de la misma y facilitan la posibilidad de un segundo encuentro.

Lo anterior nos adentra en el registro corporal que fue tenido en cuenta en los capítulos. Analicé cómo la corporalidad tiene un papel central en las búsquedas. En los diferentes ámbitos en los cuales transcurre la sociabilidad erótica y/o afectiva, el *sex appeal* es un capital con peso propio. En la actualidad, las características corporales, el atractivo físico y la belleza son evaluados positivamente tanto en varones como en mujeres. Pero hay diferencias según los géneros, las expectativas corporales que se depositan sobre las mujeres son mayores que sobre los varones. Las mujeres más deseadas serán aquellas que posean cuerpos curvilíneos y de contextura más bien delgada, y sobre todo que tengan una actitud seductora, como por ejemplo a través de la mirada, y que vistan ropa que les marque la figura. No obstante, esta actitud atractiva debe darse dentro de ciertos límites que no rebasen los atributos sensuales y seductores admisibles para una feminidad “aceptable”.

Las expectativas corporales masculinas por parte de las mujeres son menores. En los perfiles de las aplicaciones y sitios web de citas no se observan fotos de cuerpo entero de mujeres que no sean delgadas, mientras que sí las hay de varones. En algunas mujeres el hecho de que ellos tengan panza o canas es apreciado positivamente en tanto denota masculinidad, en términos hegemónicos. Sin embargo, también hay mujeres que se refieren al hecho de que cuidan sus cuerpos y que, por ende, esperan lo mismo de ellos; vinculan corporalidades de personas deportistas y con músculos con un buen desempeño sexual. La expectativa de sexo donde prime el goce de ambas partes opera como un criterio de selección tanto en varones como en mujeres.

En el ambiente de la salsa y la bachata donde existe un alto nivel de contacto y trabajo corporal prima por parte de sus docentes una pedagogía erótica y de desarrollo de *sex appeal* de sus estudiantes. Estos ingresan a ese espacio en pos de conocer personas con quienes vincularse eróticamente, pero estas dinámicas lo que terminan generando es una re-erotización en términos subjetivos. Esto tiene impacto en su autoestima y les facilita tener vínculos eróticos con sus compañeros/as, los cuales se mantienen en secreto, o preferentemente con personas externas al ambiente. Asimismo, la suma de *likes* en los perfiles de los sitios web y aplicaciones de citas, que se traducen en charlas virtuales y/o cara a cara, aumentan la autoestima de los/as usuarios/as debido a que se sienten deseados/as por otros/as. Las charlas que solo quedan en el registro virtual devienen compañía y en ciertos casos amigos/as virtuales. Estos son usos heterodoxos que hacen los/as usuarios/as de las aplicaciones.

En el contexto de las citas cara a cara las gestualidades eróticas que aparecen son miradas, roces corporales, besos y relaciones sexuales. Generan erotismo y/o romanticismo. En el ámbito virtual, a través de los chats, los/as usuarios/as se envían fotografías eróticas, como por ejemplo desnudos, que operan erotizando a los sujetos.

Esta investigación abre camino a nuevas preguntas sobre el amor romántico, los guiones de la heteronormatividad y el mercado erótico y/o afectivo. En futuros análisis me interesa llevar a cabo un trabajo comparativo en pos de observar cómo sucede este fenómeno en otros contextos. Existen dos posibles escenarios que me resultan interesantes para comparar: a) ciudades de menor cantidad de población, como las capitales provinciales del país. En ellas, si bien poseen dinámicas de ciudad, existe otra apreciación sobre el tiempo, hay un mayor grado de vinculación social en términos comunitarios y el mercado de sociabilidad erótica y/o afectiva es distinto y de menor dimensión; b) las búsquedas en personas heterosexuales de este mismo rango

etario en sectores populares y de las clases altas, en tanto poseen otros circuitos de sociabilidad por sus intereses, gustos e ingresos.

En resumen, en este libro realicé un aporte al análisis de las búsquedas y los intercambios eróticos y afectivos entre personas heterosexuales en ámbitos cara a cara y virtuales, incluidas las escenas de cita. Analicé, en ambos escenarios, gramáticas, espacios y códigos de interrelación, que las personas van interpretando y aprehendiendo para ser y sentirse deseadas. Pero a su vez indagué en las apropiaciones y desviaciones que hacen los sujetos de los espacios. No solo se vinculan para concretar encuentros eróticos y/o afectivos, sino que también se re-erotizan, encuentran compañía y/o generan amigos/as y grupos de pertenencia, en un marco de incertidumbres.

Eché luz sobre cómo lo afectivo, específicamente el amor romántico, es una variable explicativa fundamental para entender las dinámicas sociales que involucran y trascienden la sexualidad y el género. En un contexto de desregulación, virtualidad y de una nueva forma de generación de lazo social, el amor romántico opera como un horizonte de sentido en las personas heterosexuales. Este guía las búsquedas y (re)aparece en la carrera emocional de los sujetos de manera fallida pero siempre presente. Las búsquedas y trayectorias afectivas de las personas no son lineales, sino que, tal como las he dado en llamar, son *heterogéneas y zigzagueantes*. Están constituidas por negociaciones y distanciamientos entre experiencias y horizontes de expectativa.

Las preguntas que atravesaron esta investigación y que quedan abiertas invitan a las siguientes reflexiones: ¿Cuál es la sensibilidad erótica y afectiva de las mujeres y los varones heterosexuales? ¿Qué tipos de vinculaciones existen hoy en día en la era de la virtualidad y la fugacidad? ¿Qué sentidos les otorgan los sujetos heterosexuales a las nuevas formas de vinculación? ¿Qué consecuencias afectivas producen las mismas a nivel estructural y subjetivo? ¿Cómo cuestionan y reproducen el discurso romántico y heteronormativo?

Referencias bibliográficas

Afectividades, Erotismo y Corporalidad

- Abarca, Humberto (1999). *Discontinuidades en el modelo hegemónico de masculinidad*. Recuperado el día 2 de febrero 2013 de <http://www.carlosmanzano.net/articulos/abarca.html>.
- Abramowski, Ana y Canevaro, Santiago (2017). Introducción. En A. Abramowski y S. Canevaro (Comp.), *Pensar los afectos. Aproximaciones desde las ciencias sociales y las humanas*. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Ahmed, Sara (2015). *La política cultural de las emociones*. México: PUEG UNAM. (Traducción Olivares Mansuy, Cecilia).
- Ariza, Lucia (2014). La construcción narrativa de la infertilidad. Mujeres que narran la experiencia de no poder concebir. *Sexualidad, Salud y Sociedad – Revista Latinoamericana*, 18, diciembre, 41-73.
- Ariza, Marina (2016). *Emociones, afectos y sociología: diálogos desde la investigación social y la interdisciplina*. México: UNAM, Instituto de investigaciones Sociales.
- Averill, James R. (1985). The social construction of emotion: With special reference to love. En K. Gergen y K. Davis (Eds.), *The social construction of the person*. New York: Springer-Verlag.
- Aziz, Ansari y Eric Klinenberg (2015). *Modern Romance*. New York: Penguin Books.
- Bataille, Georges (1987). *La Parte Maldita*. Barcelona: Editorial ICARIA,

- Bataille, Georges (2010). *El erotismo*. Buenos Aires: Tusquets.
- Barthes, Roland (2001). *Fragments de un discurso amoroso*. Siglo XXI: Buenos Aires.
- Barthes, Roland (2007). *El placer del texto*. Madrid: Siglo XXI.
- Bauman, Zygmunt (2011). *Amor líquido*. Buenos Aires: FCE.
- Bellucci, Mabel y Rapisardi, Flavio (2001). Identidad: diversidad y desigualdad en las luchas políticas del presente. En Borón, A. (Coord.), *Teoría y filosofía política, la tradición clásica y las nuevas fronteras*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Bianciotti, María Celeste (2013). Género, erotismo y subjetividad: Formas de clasificación estético-erótico-morales jerarquizantes entre mujeres jóvenes heterosexuales. *RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção* 12, 35, 594-616.
- Blanco, Mercedes (1999). Mujeres profesionistas de clase media: procesos de decisión e inserción laboral. *Nueva Antropología*, XVI (55), 27-42.
- Boltanski, Luc (2000). *El amor y la justicia como competencias*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bonavitta, Paola (2015). El amor en los tiempos de Tinder. *Cultura representaciones sociales*, 10 (19), 197-210.
- Blázquez, Gustavo (2010). De cara a la violencia. Agresiones físicas y formas de clasificación social entre mujeres jóvenes de sectores populares en Argentina. *Sexualidad, salud y sociedad. Revista Latinoamericana*, 6, dic., 10-40.
- Blázquez, Gustavo (2014). *Bailalól: género, raza y erotismo en el cuarteto cordobés*. Ciudad de Buenos Aires: Gorla.
- Blumer, Markie, Ansara, Gavriel y Watson, Courtney (2013). Cisgenderism in Family Therapy: How Everyday Clinical Practices Can Delegitimize People's Gender Self-Designations. *Journal of Family Psychotherapy*, 24 (4), 267-285.

- Beck, Ulrich y Beck-Gernsheim, Elisabeth (2001). *El normal caos del amor*. Barcelona: Paidós.
- Bericat, Eduardo (2000). La sociología de la emoción y la emoción en la sociología. *Papers*, 62, 145-176.
- Bordon, Susan (2003). *Unbearable weight. Feminism, Western culture and the body*. Berkeley: University of California Press.
- Brando, Leticia (2009). *Las mujeres y los hombres que no aman demasiado. La hipermodernidad y las consecuencias de los cambios de roles*. España: Difusión Letras.
- Burin, Mabel (2003). El deseo de poder en la construcción de la subjetividad femenina. El “techo de cristal” en la carrera laboral de las mujeres. En A. Hernando Gonzalo (Coord.), *¿Desean las mujeres el poder? Cinco reflexiones en torno a un deseo conflictivo*. Madrid: Minerva Ediciones.
- Camarena Luhrs, Margarita (2010). Amor, interiorización del poder. En *Amor y Poder*. Chiapas, Universidad Intercultural de Chiapas: Razón y Acción A.C.
- Cancian, Francesca (1987). *Love in America*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carozzi, María Julia (2014). Lo sexual es invisible a los ojos: exhibición erótica y ocultamiento de los vínculos sexuales en las milongas céntricas de Buenos Aires. *Versión Temática*, 33.
- Carozzi, María Julia (2015). *Aquí se baila el tango: una etnografía de las milongas porteñas*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Coontz, Stephanie (2006). *Historia del Matrimonio. Cómo el amor conquistó al matrimonio*. Barcelona: Gedisa.
- Costa, Sergio (2006) ¿Amores fáciles? Romanticismo y consumo en la modernidad tardía. *Revista Mexicana de Sociología*, 4, 68, 761-782
- Csordas, Thomas (1999). Embodiment and Cultural Phenomenology. En G. Weiss y H. Haber (Eds.), *Perspectives on Embodiment*. Routledge: Nueva York, 143-162.

- Csordas, Thomas (2010). Modos somáticos de atención. En S. Citro (Coord.), *Cuerpos plurales, Antropología y desde los cuerpos*. Buenos Aires: Biblos.
- Davis, Kathy (1997). Embodiment theory: beyond modernist and postmodernist readings of the body. In Davis, K., *Embodied practices. Feminist perspectives on the body*. London: Sage Publications, 3-15.
- Del Valle, Teresa (1999). Procesos de la memoria: cronotopos genéricos. *La Ventana*, 9, 7-43.
- DePaulo, Bella (2006). *Singles Out: How Singles Are Stereotyped, Stigmatized, and Ignored, and Still Live Happily Ever After*. New York: St. Martin's.
- DePaulo, Bella (2009). *Single with attitude: Not your typical take on health and happiness, love and money, marriage and friendship*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Ekman, P. (1992). An argument for basic emotions. *Cognition and Emotion*, 6, 169-200
- Elliott, Anthony (2009). *Dar la talla: cómo la cirugía estética transforma nuestras vidas*. Madrid: 421 Editores.
- Enríquez Rosas, Rocío (2008). La construcción social de las emociones y los procesos de exclusión social urbana: Una propuesta teórico metodológica. En R. Enríquez Rosas, *El Crisol de la pobreza. Mujeres, subjetividades, emociones y redes sociales*. Guadalajara: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 203-221.
- Esteban Galarza, Mari Luz; Rosa Medina Doménech; A. Távora Rivero. “¿Por qué analizar el amor? Nuevas posibilidades para el estudio de las desigualdades de género”. En C. Díez Mintegui y C. Gregorio Gil (Coord.) *Cambios culturales y desigualdades de género en el marco local-global actual*. Sevilla: FAAEE-Fundación El Monte-ASANA.
- Esteban Galarza, Mari Luz (2008). Identidades de género, feminismo, sexualidad y amor: Los cuerpos como agentes. *Política y Sociedad*, 46, (1 y 2), 27-41.

- Esteban Galarza, Mari Luz (2011). *Crítica al pensamiento amoroso*. Barcelona: Bellaterra.
- Esteban Galarza, Mari Luz y Távora, Ana (2008). El amor romántico y la subordinación social de las mujeres: revisiones y propuestas. *Anuario de Psicología*, 39 (1), 59-73.
- Fabretti, Carlo (2009). Contra el amor. *Proyecto de desobediencia informativa*. Recuperado de “text-decoration: underline;” >www.lahaine.org/index.php?p=33109
- Farji Neer, Anahí; Mertehikian, Yasmín; Cunial, Santiago y Kolkowski, Emiliano (2017). Procesos y experiencias en torno a los tratamientos de reproducción médicamente asistida. En M. Pecheny y M. Palumbo (Comp.). *Esperar y hacer esperar: escenas y experiencias en salud, dinero y amor*. Buenos Aires: TeseoPress.
- Farrer, James (1999). Disco ‘Super-Culture’: Consuming Foreign Sex in the Chinese Disco: Cosmopolitan Dance Culture and Cosmopolitan Sexual Culture. *Sexualities*, 2 (2), 147-166.
- Featherstone, Mike y Mike Hepworth (1991). The Mask of Ageing and the Postmodern Life Course. En *The Body. Social Process and Cultural Theory*. Sage: London.
- Elizalde, Silvia y Felitti, Karina (2015). “Vení a sacar a la perra que hay en vos”: pedagogías de la seducción, mercado y nuevos retos para los feminismos. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de género*, 1 (2), 1-32.
- Felmlee, Diane y Sprecher, Susan (2006). Love. En J. Turner y J. Stets (Eds.), *Handbook of Emotions*. California: Springer.
- Foucault, Michel (2006). *Historia de la sexualidad 1. La voluntad de saber*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Foucault, Michel (2008). *Vigilar y Castigar*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Foucault, Michel y Sennett, Richard (1988). Sexualidad y soledad. En T. Abraham (Ed.), *Foucault y la ética*. Buenos Aires: Biblos.

- Frank, Kathernine (2002) Stripping, Starving & the Politics of Ambiguous Pleasure. In *Jane sexes it up*. New York: Four Walls Eight Windows.
- Frigerio, Graciela (2006). Lo que no se deja escribir totalmente. En *Educación: figuras y efectos del amor*. Buenos Aires: Del Estante Editorial.
- Fromm, Erich (2004 [1959]). *El arte de amar*. Buenos Aires: Paidós.
- García Andrade, Adriana (2013). Una lectura del amor desde la sociología: algunas dimensiones de análisis social. *Sociológica*, 28 (80).
- García Andrade, Adriana y Sabido Ramos, Olga (2014). Introducción: Cuerpo y afectividades en la sociedad contemporánea. En A. García Andrade y O. Sabido Ramos (Ed.) *Cuerpo y afectividad en la sociedad contemporánea. Algunas rutas del amor y la experiencia sensible en ciencias sociales* (pp. 11-36). Ciudad de México: Biblioteca de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM-Azcapotzalco.
- García Andrade, Adriana y Sabido Ramos, Olga (2016). Los amantes y su mundo: una propuesta teórico metodológica. En M. Pozas y M. Estrada (Coords.) *Disonancias y resonancias conceptuales. Investigaciones en teoría social y su función en la observación empírica*. México: ColMex.
- Giddens, Anthony (2006). *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid: Cátedra-Teorema.
- Gómez Ávila, Argelia y Salguero Velázquez, Alejandra (2014). Una mirada a la soltería masculina. *Reflexiones*, 93, 2, 79-87.
- Gracia, Esther, Ramos, José y Moliner, Carolina (2014). El trabajo emocional desde una perspectiva clarificadora tras treinta años de investigación. *Universitas Psychologica*, 13(4), 1517-1529.
- Greco, Monica y Stenner, Paul (2008). Introduction: emotion and social science. En *Emotions. A Social Science Reader*. London: Routledge.

- Grosz, Elizabeth (1994). *Volatile Bodies*, Bloomington: Indiana University Press.
- Guevara, E. (2010). *Cuando el amor se instala en la modernidad: intimidad, masculinidad y jóvenes en México*. México: UNAM.
- Haraway, Donna (1991). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reivindicación de la naturaleza*. Madrid: Cátedra.
- Heinrich LM, Gullone E. (2006), *The clinical significance of loneliness: a literature review*. *Clin Psychol Rev*, 26 (6), 695-718.
- Illouz, Eva (2007). *Intimidaciones congeladas*. Buenos Aires: Katz.
- Illouz, Eva (2009). *El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Buenos Aires: Katz.
- Illouz, Eva (2010). *La salvación del alma moderna. Terapia, emociones y la cultura de la autoayuda*. Buenos Aires: Katz.
- Illouz, Eva (2012). *Por qué duele el amor. Una explicación sociológica*. Buenos Aires: Katz.
- Iranzo, Juan Manuel (2005). Reseña. Randall Collins (2004) *Interaction Ritual Chains*. Princeton y Oxford. Princeton University Press, 2004. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 10.
- Izard, C. E. (1992). Basic emotions, relations among emotions and emotions-cognition relations. *Psychological Review*, 99, 561-565.
- Jónasdóttir, Anna G. (1991). *Love Power and Political Interests: Towards a Theory of Patriarchy in Contemporary Western Societies*. Öbrero: Öbrero University.
- Jónasdóttir, Anna G. (1993). *El poder del amor. ¿Le importa el sexo a la democracia*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Jónasdóttir, Anna G. (2014). Los estudios acerca del amor: un renovado campo de interés para el conocimiento. En A. García Andrade (Ed.), *Cuerpos y afectividad en la*

- sociedad contemporánea. Algunas rutas del amor y la experiencia sensible en ciencias sociales.* México D.F: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Kaplún, Gabriel (2004). Imágenes del cuerpo joven. *Revista Punto Cero*, 9 (9).
- Leal Guerrero, Sigifredo (2011). *La Pampa y el chat: aphrodisia imagen e identidad entre hombres de Buenos Aires que se buscan y encuentran mediante Internet.* Buenos Antopofagia.
- Le Breton, André (1995). *Antropología del cuerpo y la modernidad.* Buenos Aires: Nueva Visión.
- Le Breton, André (1999). *Las pasiones ordiarias. Antropología de las emociones.* Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lively, Kathryn (2014). Emotion Management: Sociological Insight into. What, How, Why to What End? *Emotions Review*, 6 (3), 202-207.
- Lobo RA (2012). Infertility: etiology, diagnostic evaluation, management, prognosis. In GM Lentz, RA Lobo, DM Gershenson, VL Katz (Eds), *Comprehensive Gynecology.* Philadelphia: Elsevier Mosby.
- López, Helena (2014) Emociones, afectividad, feminismo. En A. García Andrade y O. Sabido Ramos (Ed.) *Cuerpo y afectividad en la sociedad contemporánea. Algunas rutas del amor y la experiencia sensible en ciencias sociales* (pp. 11-36). Ciudad de México: Biblioteca de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM- Azcapotzalco.
- Lopes Louro, Guacira (2004). Estranhar el currículo. Em *Un corpo estranho.* Belo Horizonte: Auténtica.
- López Sánchez, Oliva (2012). *La pérdida del paraíso: el lugar de las emociones en la sociedad mexicana entre los siglos XIX y XX.* México: FES Iztacala-UNAM.
- Lucio, Mayra y Montenegro, Marcela (2012). Ideologías en movimiento: nuevas modalidades del tango-danza. En S. Citro y P. Aschieri (Coord.), *Cuerpos en movimiento: antropología de y desde la danza.* Buenos Aires: Biblos.
- Lystra, Karen (1989). *Searching the heart,* Nueva York: Oxford University Press.

- Marentes, Maximiliano, Palumbo, Mariana y Boy, Martín (2015). "Me clavo el visto": los jóvenes y las esperas en el amor a partir de las nuevas tecnologías. *Astrolabio. Nueva Época*, 17.
- Marentes, Maximiliano (2017). Escenas de espera en amor gay. Entre actos y secuencias. En M. Pecheny y M. Palumbo (Comp.), *Esperar y hacer esperar: escenas y experiencias en salud, dinero y amor*. Buenos Aires: Teseo-Press.
- Miller, William Ian (1998). *Anatomía del asco*. Madrid: Taurus.
- Muñiz, Elsa (2014). Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista. *Sociedade e Estado*, 29 (2), mayo/agosto.
- Nancy, Jean-Luc (2007). *58 indicios sobre el cuerpo. Extensión del alma*. Buenos Aires: Editorial La Cebra.
- Nancy, Jean-Luc (2010). *Corpus*. Madrid: Arena Libros.
- Pecheny, Mario (2016). Entrevista en *Cuerpos. Cuerpo erotizado*. Canal Encuentro: Buenos Aires. 13 de abril de 2016.
- Pecheny, Mario y Palumbo, Mariana (2017). *Esperar y hacer esperar: escenas y experiencias en salud, dinero y amor*. Buenos Aires: TeseoPress
- Pozo Martinez, Lola (2012). *Cuerpos políticos feministas y el retorno de las corporalidades catalogadas como monstruosas para quebrantar la normalidad*. (Tesis de maestría). Maestría en Estudios de las Mujeres y Género. Universidad de Granada, España. Recuperada de http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/22729/1/Lola_Martinez_Pozo_TFM_SEP_2012.pdf.
- Rich, Adrienne (1980). Compulsory heterosexuality and lesbian existence. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 5 (4), 631-660.
- Rich, Adrienne (1983). *Sobre mentiras, secretos y silencios*. Icaria: Barcelona.
- Rokach, Ami (1990). Surviving and coping with loneliness. *J Psychol*, 124 (1), 39-54.

- Rodríguez, Andrés Santiago (2016). Selección de parejas y estratificación social: hacia una agenda de investigación. Nota de investigación. *Estudios sociológicos XXXIV*, 100, 170-190.
- Rodríguez, María Graciela (2010). "Unos tipos de traje y corbata". Estilo, trabajo y distinción en los mensajeros en Buenos Aires. *Horizonte Antropológico*, 16 (33).
- Rodríguez Salazar, Tania. (2012). El amor en las ciencias sociales: cuatro visiones teóricas. *Culturales*, 8(15), 155-180.
- Rodríguez Salazar, Tania y Rodríguez Morales, Zeyda (2016). El amor y las nuevas tecnologías: experiencias de comunicación y conflicto. *Nueva época*, 25, 15-41.
- Rubio, Ramona y Aleixandre, M. (2001). Un estudio sobre la soledad en las personas mayores: entre estar y sentirse solo. *Revista Multidisciplinar de Gerontología*, 11 (1), 23-28.
- Rubio, Ramona (2003). *La soledad en las personas mayores españolas*. Madrid: CSIC.
- Rubin, Z. (1970). Measurement of Romantic Love. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16 (2).
- Sabido Ramos, Olga (2007). *Georg Simmel. Una revisión contemporánea*. Anthropos y UAM Azcapotzalco.
- Serano, Julia (2016). *Whipping Girl: A Transsexual Woman on Sexism and the Scapegoating of Femininity*. Berkeley: Seal Press.
- Serna Dimas, Adrian (2014). *Promesa recóndita: relatos sobre la cultura y el amor romántico*. Bogotá: Universidad Distrito Francisco José de Caldas/ Editorial Magisterio.
- Sivori, Horacio (2005). *Locas, chongos y gays. Sociabilidad homosexual masculina durante la década de 1990*. Buenos Aires: Antropofagia.
- Synnott, Anthony (2003). Sociología del olor. *Revista Mexicana de Sociología*, 65, 2, 431-464.
- Turkle, Sherry (2012). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.

- Turner, Bryan (1984). *The Body and Society*. New York: Basil Blackwell.
- Turner, Bryan S (1994). Los avances recientes en la teoría del cuerpo. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 6, 11–39.
- Turner, Jonathan y Jan, Stets (2005). *The Sociology of Emotions*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Villarreal Montoya, Cecilia (2008). La soltería en mujeres de mediana edad. *Reflexiones*, 87 (1).
- Wainwright, Steven y Bryan Turner (2006). Just Crumbling to Bits? An Exploration of the Body, Ageing, Injury and Career in Classical Ballet Dancers. *Sociology*, 40 (2), 37–255.
- Ward, Andrew (1997). “Dancing around Meaning (and the Meaning around Dance)”. En H. Thomas. (Ed.), *Dance in the City*. Nueva York: St. Martin’s Press.

Clase media y Mercado

- Acha, Omar (2007). *Freud y el problema de la historia*. Buenos Aires: Prometeo.
- Adamovsky, Ezequiel (2009). *Historia de la clase media argentina. Apogeo y decadencia de una ilusión, 1919-2003*. Buenos Aires: Planeta.
- Appadurai, Arjun (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bourdieu, Pierre (1995). *Sociología y Cultura*. Madrid: Grijalbo.
- Bourdieu, Pierre (1998). *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Constable, Nicole (2008). Love at first Sight? Visual Images and Virtual Encounters with Bodies. En M. Padilla et al. (Eds), *Love and globalization: Transformations of intimacy in the contemporary world*. Vanderbilt University Press.

- Costa, R. (1976). *Para una definición social de los actores sociales. La teoría del campo*. Córdoba: Mimeo.
- De Riz, Liliana (2009). La clase media argentina: conjeturas para interpretar el papel de las clases medias en los procesos políticos. *Historia-politica.com*. Recuperado de “text-decoration: underline;”>www.historiapolitica.com“text-decoration: underline;”>.
- Del Cueto, Carla y Luzzi, Mariana (2016). Salir a comprar. El consumo y la estructura social en la Argentina reciente. En G. Kessler (Comp.), *La sociedad argentina hoy*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Ferrante, Carolina (2008). Corporalidad y temporalidad: fundamentos fenomenológicos de la teoría práctica de Pierre Bourdieu. *Nómadas*, julio-diciembre.
- Guerra, Pablo (2016). Dilemas éticos en el mercado: un análisis desde la economía solidaria con aplicación en los mercados del sexo. *Otra economía*, 10 (18), 91-105.
- Haack, Karla Rafaela y Falcke, Denise (2014). Love and Marital Quality in Romantic Relationships Mediated and Non-Mediated by Internet. *Paidéia*, 24 (57), 105-113.
- Hochschild, Arlie R. (1983). *The Managed Heart: commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California Press.
- Hochschild, Arlie R. (2012). *The Outsourced Self. Intimate Life in Market Times*. New York. Metropolitan Books.
- Morcillo, Santiago (2012). De cómo vender sexo y no morir en el intento. Fronteras encarnadas y tácticas de quienes trabajan en el mercado sexual. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 7 (3), 17-28.
- Palomino, Héctor y Dalle, Pablo (2012). El impacto de los cambios ocupacionales en la estructura social de la Argentina: 2003-2011. *Revista de Trabajo*, 8, 10, julio-diciembre.

- Piscitelli, Adriana (2004). On 'gringos' and 'natives': gender and sexuality in the context of international sex tourism. *Vibrant. Virtual Brazilian Anthropology*, 1(1), 87-114.
- Piscitelli, Adriana (2009). Tránsitos: circulación de brasileñas en el ámbito de la transnacionalización de los mercados sexual y matrimonial. *Horizonte Antropológico*. 15, 31, 101-136.
- Piscitelli, Adriana, Glaucia, de Oliveira Assis y José Miguel Nieto Olivar (Org.) (2011). *Gênero, sexo, afetos e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil*. Campinas: UNICAMP/PAGU.
- Piscitelli, Adriana (2014). «Sex Tourism», Mobility across borders and human trafficking. *Revista Sexología y Sociedad*. 20(1).
- Pruitt, Deborah (1995). For love and money: romance tourism in Jamaica. *Annals of Tourism Research*, 22, 2, 422-440.
- Plotkin, Mariano (2003). *Freud en las Pampas*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Rodríguez, Santiago (2012). Pautas de homogamia socioespacial (de clase) en Argentina: 2007-2008. *Trabajo y Sociedad*, 18 (XV), 297-315.
- Sautu, Ruth (2016). La formación y la actualidad de la clase media argentina. En G. Kessler (Comp.), *La Sociedad argentina hoy*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Torrado, Susana (2004). Raíces de las diferencias étnicas en Argentina. Endogamia y homogamia durante 1870 – 1930. *Revista Sociedad*, 23.
- Visacovsky, Sergio (2008). Estudios sobre 'clase media' en la antropología social: una agenda para la Argentina *Avá*, 13, julio.
- Visacovsky, Sergio (2002). *El Lanús. Memoria y política en la construcción de una tradición psiquiátrica y psicoanalítica argentina*. Buenos Aires: Alianza Editorial.

- Visacovsky, Sergio (2009). La constitución de un sentido práctico del malestar cotidiano y el lugar del psicoanálisis en la Argentina. *Cuicuilco*, 16 (45), ene./abr.
- Zelizer, Viviana (1989). The social meaning of money: "Special Monies". *American Journal of Sociology*, 95 (2), 342-377.

Espacialidad, Imagen y Virtualidad

- Aguilar Díaz, Miguel Ángel (2014). Corporalidad, espacio y ciudad: rutas conceptuales. En A. García Andrade y O. Sabido Ramos (Coord.), *Cuerpo y afectividad en la sociedad contemporánea. Algunas rutas del amor y la experiencia sensible en ciencias sociales* (pp. 317-346). Ciudad de México: Biblioteca de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM- Azcapotzalco.
- Agustín, Laura (2005). La industria del sexo, los migrantes y la familia europea. *Cadernos Pagu* (25), 107-128.
- Andrada de Gregorio, Gloria y Sánchez Perera, Paula (2013). Dispositivos, prótesis y artefactos de la subjetividad *cyborg*. *Revista de Estudios de Juventud*, 102, septiembre.
- Brea, José Luis (2007). *Cultura_RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: Gedisa.
- Briones Medina, Patricia Fernanda (2016). Hagámoslo Juntas (DIT): apuntes para reflexionar en torno al hack-feminismo. En I. Soria Guzmán (Coord.), *Ética hacker, seguridad y vigilancia* (pp. 217-247). México D.F.: Universidad del Claustro de Sor Juana.
- Conlon, Deirdre (2004). Productive bodies, performative spaces: everyday life in Christopher Park. *Sexualities*, 7.
- Da Silva, Ana Paula y Blanchette, Thaddeus (2005). "Nossa Senhora da Help": sexo, turismo e deslocamento transnacional em Copacabana. *Cadernos Pagu*, Campinas, 25, 249-280.

- Danto, Arthur (2004). *La transfiguración del lugar común*. Buenos Aires: Paidós.
- Debord, Guy (1999). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.
- Didi-Huberman, George (2008). *Cuando las imágenes toman posición*. Barcelona: Antonio Machado.
- Dipaola, Esteban (2011). La producción imaginal de lo social: imágenes y estetización en las sociedades contemporáneas. *Cuadernos Zygmunt Bauman*, 1(1), 68-84.
- Dipaola, Esteban (2011). *Comunidad impropia. Estéticas posmodernas del lazo social*. Buenos Aires: Letra viva.
- Floridi, Luciano (Ed.) (2015). *The onlife manifesto. Being human in an hyperconnected era*. Nueva York: Springer Open
- Grafmeyer, Yves (1996). *La ségrégation spatiale. L'exclusion, l'état des savoirs*. París: La Découvert.
- Gregori, María Filomena (2011). Mercado erótico: notas conceituais e etnográficas. En A. Piscitelli, G. Oliveira de Assis y J.M. Nieto Olivar (Org.), *Gênero, sexo, amor e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil*. Campinas: Pagu / Núcleo de Estudos de Gênero UNI-CAMP.
- Groys, Boris (2014). *Volverse público*. Buenos Aires: Caja negra.
- Heineman, Jennifer; MacFarlane, Rachel; Brents, Barbara (2012). Sex Industry and Sex Workers in Nevada. *The Social Health of Nevada: Leading Indicators and Quality of Life in the Silver State*, 1-26.
- Hubbard, Phil (2001). Sex zones: intimacy, citizenship and public space. *Sexualities*, 4.
- Kaufmann, Jean-Claude (2012). *Love online*. Cambridge: Polity Press.
- Lefebvre, Henri (1991). *The production of space*. Oxford: Blackwell.

- Linne, Joaquín y Basile, Diego (2014). La discoteca virtual. Búsqueda de pareja en adolescentes de sectores populares a través de Facebook. *Razón y Palabra*, 85, diciembre 2013-marzo 2014.
- Massey, Doreen (1994). *Space, Place and Gender*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Maceira, Verónica Viviana (2012). *Notas para una caracterización del Área Metropolitana de Buenos Aires*. Buenos Aires: Instituto del Conurbano. UNGS. Recuperado de “text-decoration: underline;”>http://www.ungs.edu.ar/ms_ico/wp-content/uploads/2012/02/Informe-sobre-Regi%C3%B3n-Metropolitana-de-Buenos-Aires-ICO-UNGS.pdf
- Machado, Arlindo (2009). Nuevas figuras de la subjetividad. *El sujeto en la pantalla. La aventura del espectador, del deseo a la acción*. Barcelona: Gedisa.
- Morcillo, Santiago (2012). De cómo vender sexo y no morir en el intento. Fronteras encarnadas y tácticas de quienes trabajan en el mercado sexual. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 7 (3), 17-28.
- Nancy, Jean-Luc (2006). *La mirada del retrato*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Nancy, Jean-Luc (2007). *58 indicios sobre el cuerpo. Extensión del alma*. Buenos Aires: Editorial La Cebra.
- Nancy, Jean-Luc (2010). *Corpus*. Madrid: Arena Libros.
- Sabsay, Leticia (2011). *Fronteras sexuales. Espacio urbano, cuerpos y ciudadanía*. Buenos Aires: Paidós.
- Satz, Debra (2015). *Por qué algunas cosas no deberían estar en venta. Los límites morales del mercado*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Soria Guzmán, Irene (2016) (Coord.). *Ética hacker, seguridad y vigilancia*. México D.F.: Universidad del Claustro de Sor Juana.
- Sibilia, Paula (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: FCE.

- Vilches, Lorenzo (2010) ¿Es posible una estética de las tecnologías de la comunicación? En D. De Moraes (Ed.), *Mutaciones de lo visible* (pp. 113-136). Buenos Aires: Paidós.
- Yúdice, George (2009). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.
- Zamorano, Claudia (2009). Ser viejo en una metrópoli segregada: adultos mayores en la Ciudad de México. *Nueva Antropología*, 45 (1), n° 1, 147-168.

Géneros, Feminismos y Sexualidades

- American Society for Reproductive Medicine (2015). Diagnostic evaluation of the infertile male: a committee opinion. In *Fertil Steril.*, 18-25. Recuperado de “text-decoration: underline;”>www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25597249“text-decoration: underline;”>.
- American Society for Reproductive Medicine. “Diagnostic evaluation of the infertile female: a committee opinion”. In *Fertil Steril.* 2012, 98, 302-307. Recuperado de “text-decoration: underline;”>www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22698637“text-decoration: underline;”>.
- Ariño, Mabel (2007). Familias tradicionales, nuevas familias. En S. Torrado (Comp.), *Población y bienestar en la Argentina del primero al segundo Centenario. Una historia social del siglo XX*. Buenos Aires: EDHASA.
- Ariño, Mabel (2014). Unidad Hogares y Familias. Cambios en los hogares y las familias en la Argentina durante la primera década del Siglo XXI. Actualización del documento Familias tradicionales, nuevas familias. En S. Torrado (2007), *Población y Bienestar en la Argentina del primero al segundo Centenario*. Edhasa: Buenos Aires.
- Bourdieu, Pierre (2004). *El baile de los solteros*. Barcelona: Anagrama.

- Bourdieu, Pierre (2010). *La dominación masculina*. Buenos Aires: Página/12.
- Bulun SE. (2011). Physiology and pathology of the female reproductive axis. In S. Melmed, K.S. Polonsky, P.R. Larsen, H.M. Kronenberg (Eds.), *Textbook of Endocrinology*. Philadelphia: PA, Elsevier Saunders.
- Butler, Judith (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"*. Buenos Aires: Paidós.
- Butler, Judith (2006). *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós.
- Butler, Judith (2010). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Madrid: Paidós.
- Colegio Americano de Obstetras y Ginecólogos (ACOG por sus siglas en inglés). (2011). *FAQ100: Repeated miscarriage*. Recuperado de "text-decoration: underline;"><https://www.acog.org/~/media/For%20Patients/faq100.pdf?dmc=1&ts=20120723T1306335157>
- Colegio Americano de Obstetras y Ginecólogos (ACOG por sus siglas en inglés), *FAQ100: Repeated miscarriage* (2011). Recuperado de "text-decoration: underline;"><https://www.acog.org/~/media/For%20Patients/faq100.pdf?dmc=1&ts=20120723T1306335157>"text-decoration: underline;">.
- Connell, R. (1995) *The Social Organization of Masculinity. Masculinities*, Berkeley: University of California Press.
- Connell, R. (2002). *Gender*. Polity Press: Cambridge.
- Cosse, Isabella (2008). Del matrimonio a la pareja: continuidades y rupturas en el modelo conyugal de Buenos Aires (1960-1975). *Anuario IEHS*, 23, 431-458.
- Cosse, Isabella (2010) *Pareja, sexualidad y familia en los años sesenta. Una revolución discreta en Buenos Aires*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- De Beauvoir, Simone (1998). *El segundo sexo*. Madrid: Cátedra.

- De Lauretis, Teresa (1996). La tecnología del género. *Revista Mora*, 2. (Traducción de Ana María Bach y Margarita Roulet, tomado de Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and Fiction, London Macmillan Press, 1989, pp. 1-30).
- Dever, Maryanne and Saugeres, Lisa (2004). "I Forgot to Have Children!" Untangling Links between Feminism, Careers and Voluntary Childlessness. *Journal of the Association for Research on Mothering*, 6, 116-26.
- Gregori, María Filomena (1993). *Cenas e Queixas – um estudo sobre relações violentas, mulheres e feminismo*. São Paulo: Paz e Terra / ANPOCS.
- Gregori, María Filomena (2003). Relações de violência e erotismo. *Cadernos Pagu*, v. 20, Campinas.
- Gillespie, Rosemary (2000). Disbelief, Disregard and Deviance as Discourses of Voluntary Childlessness. *Women's Studies International Forum*, 23, 223-234.
- Guevara Ruiseñor, Elsa (2008). La masculinidad desde una perspectiva sociológica. Una dimensión del orden de género. *Sociológica*, 23(66), 71-92.
- Femenías, María Luisa y Aponte Sánchez, Elida (2009). Violencia contra las mujeres: urdimbres que marcan la trama. *Articulaciones sobre la violencia contra las mujeres*. La Plata: Edulp.
- Figari, Carlos (2008). Heterosexualidades masculinas flexibles. En M. Pecheny; C. Figari; D. Jones (Comps.), *Todo sexo es político: estudios sobre sexualidad en Argentina*. Buenos Aires: Libros del Zorzal.
- Firestone, Shulamith (1976). *La dialéctica del sexo*. Barcelona: Kairós.
- Hakim, Catherine (2010). Erotic capital. *European Sociological Review*, 20.
- Hakim, Catherine (2012). *Capital erótico: El poder de fascinar a los demás*. Madrid: Debate.

- Herrera Gómez, Coral (2012). *Amor romántico: Lo personal es político. La dimensión socioeconómica de los afectos*. El Rincón de Haika: Madrid. Disponible en “text-decoration: underline;”><http://haikita.blogspot.mx/>
- Jeffreys, Sheila (1990). *Anticlimax: a Feminist Perspective on the sexual Revolution*. London: The Women’s Press.
- Jelin, Elizabeth (1989). El celibate, la soledad y la autonomía personal: la elección personal y restricciones sociales. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 4 (10), 117-138.
- Jelin, Elizabeth (2010). Hacia nuevas estructuraciones de la familia y el hogar en los tiempos del divorcio y el envejecimiento. “Pan y afecto”. *La transformación de las familias*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Jones, Daniel (2010). *Sexualidades adolescentes: amor, placer y control en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires: Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad – CICCUS; Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO.
- Johnson, Paul (2005). *Love, Heterosexuality and Society*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Kitzinger, Celia (1994). Problematizing pleasure: radical feminist deconstructions of sexuality and power. In H.L Radtke y H.J. Stam (Eds.), *Power/Gender: Social Relations in Theory and Practice*. London: Sage.
- Klinenberg, Eric (2012). *Going Solo: The Extraordinary Rise and Surprising Appeal of Living Alone*. New York: The Penguin Press.
- Kornblit, Ana Lía (2007). *Juventud y vida cotidiana*. Buenos Aires: Biblos.
- Lara, Alí y Domínguez, Giazú Enciso (2013). El giro afectivo. *Athenea Digital*, 13, 101-119.
- Letherby, Gayle (1999). Other than Mother and Mothers as Others: The Experience of Motherhood and Non-motherhood in Relation to “Infertility” and “Involuntary” Childlessness. *Women’s Studies International Forum*, 22, 359-72.

- Levinton Dolman, Nora (2000). *El superyo femenino. La moral en las mujeres*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Libson, Micaela (2009). *La diversidad en las familias: un estudio social sobre parentalidad gay y lesbiana*. Buenos Aires: INADI.
- Low, Setha (2003). Embodied space(s): Anthropological theories of Body. *Space and Culture*, 6 (1), 9-18.
- Luhmann, Niklas (1985). *El amor como pasión: la codificación de la intimidad*. Barcelona: Península.
- Maher, JaneMaree y Saugeres, Lisa (2007). To be or not to be a mother? *Journal of Sociology. The Australian Sociological Association*, 43 (1), 5-21.
- Mazzeo, Victoria (2007). Los cambios en la organización familiar: el incremento de las familias monoparentales en la Ciudad de Buenos Aires a partir de los ochenta. *Población de Buenos Aires*, 5 (5), 63-74.
- Mazzeo, Victoria (2010a). Nupcialidad y familia. En A. Lattes (Coord.), *Dinámica de una ciudad. Buenos Aires, 1910-2010*. Buenos Aires: Dirección General de Estadística y Censos.
- Mazzeo, Victoria (2010b). Aspectos demográficos. En *Encuesta Anual de Hogares. Año 2008*. Ciudad de Buenos Aires: Dirección General de Estadística y Censos.
- Meccia, Ernesto (2016). Entrevista en *Cuerpos. Cuerpo erotizado*. Canal Encuentro, Buenos Aires, 13 de abril de 2016.
- Morell, Carolyne (1994). *Unwomanly Conduct: The Challenges of Intentional Childlessness*. Londres: Routledge.
- Moreno, Hortensia (2011). La noción de “tecnologías de género” como herramienta conceptual en el estudio del deporte. *Revista Punto Género*, 1, 41-62.
- Nazzari, Muriel (1991). *Disappearance of the dowry, woman, families and social change in Sao Paulo, Brazil, 1660-1900*. Stanford California: Stanford University Press.

- Osborne Verdugo, Raquel (2008). De la «violencia» (de género) a las «cifras de la violencia»: una cuestión política. *Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 15, enero/junio.
- Otero, Hernán (2007). El crecimiento de la población y la transición demográfica. En S. Torrado (Comp.), *Población y bienestar en la Argentina del primero al segundo Centenario. Una historia social del siglo XX*. Buenos Aires: EDHASA.
- Palumbo, Mariana (2015). *Las dinámicas de la violencia contra las mujeres y el amor en los primeros noviazgos juveniles en el Área Metropolitana de Buenos Aires* (Tesis de Maestría no publicada). Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Pantelides, Alejandra (1988). La transición demográfica argentina: un modelo no ortodoxo. *Cuaderno del CENEP*, 29.
- Pantelides, Alejandra (1989). La fecundidad argentina desde mediados del siglo XX. *Cuaderno del CENEP*, 41.
- Pink, Sarah (2009). *Doing sensory ethnography*. London: SAGE Publications.
- Practice Committee of American Society for Reproductive Medicine (2012). Diagnostic evaluation of the infertile female: a committee opinion. *Fertil Steril*, 98(2).
- Pecheny, Mario (2008). Introducción. Investigar sobre sujetos sexuales. En M. Pecheny; C. Figari; D. Jones (comps.), *Todo sexo es político: estudios sobre sexualidad en Argentina*. Buenos Aires: Libros del Zorzal.
- Proasi, Laura (2014). La heterosexualidad fuera del “Orden de la Naturaleza”; su ingreso en el “Orden del Tiempo”, en la Historia. Un camino hacia una revolución epistemológica. *Revista de Educación*, 5, 7, 459-462.
- Rebhun, Linda (1999). *The Heart is Unknown Country. Love in the Changing Economy of Northeast Brazil*. Stanford: Stanford University Press.

- Rubin, Gayle (1989). Reflexionando sobre el sexo: notas para una teoría radical de la sexualidad. En C. Vance (Comp.), *Placer y Peligro. Explorando la sexualidad femenina*. Madrid: Talasa.
- Scott, Joan (1986). "El género: una categoría útil para el análisis histórico". *American Historical Review*, 91.
- Schwarz, Patricia (2010). La maternidad tomada. Ginecólogos, obstetras y mujeres en interacción. Discursos y prácticas en la clase media. *Revistas Argumentos. Revista de crítica social*, 11.
- Serrato Guzman, Abraham y Balbuena Bello, Raúl (2015). Calladito y en la oscuridad. Heteronormatividad y clóset, los recursos de la biopolítica. *Culturales*, 3, 2, 151-180.
- Tavora Rivero, Ana (2003). Género y Salud Mental. In: Vico, D. *Enseñar/aprender*. Granada: Unidad de Docencia y Psicoterapia.
- Tin, Louis-Georges (2012). *La invención de la cultura heterosexual*. Buenos Aires: El Cuenco del Plata.
- Torrado, Susana (2007). Transición de la familia: tamaño y morfología. En S. Torrado (Comp.), *Población y bienestar en la Argentina del primero al segundo Centenario. Una historia social del siglo XX*. Buenos Aires: EDHASA.
- Torrado, Susana (2007). Transición de la fecundidad. Los hijos: ¿cuántos? ¿cuándo? En S. Torrado (Comp.), *Población y bienestar en la Argentina del primero al segundo Centenario. Una historia social del siglo XX*. Buenos Aires: EDHASA.
- Torrado, Susana (2007). Transición de la nupcialidad. Dinámica del mercado matrimonial. En S. Torrado (Comp.), *Población y bienestar en la Argentina del primero al segundo Centenario. Una historia social del siglo XX*. Buenos Aires: EDHASA.
- Valcuende del Rio, José María y Blanco, Juan Blanco (2004). *Hombres: La construcción cultural de las masculinidades*. Madrid: Talasa.

- Velázquez, Susana (2006). *Violencias cotidianas, violencia de género. Escuchar, comprender, ayudar*. Buenos Aires: Paidós.
- Vigarello, Georges (1999). *Historia de la violación. Siglos XVI a XX*. Madrid: Cátedra.
- Tenorio Tovar, María Natalia (2012). Repensando el amor y la sexualidad: una mirada desde la segunda modernidad. *Sociológica*, 27, 76.
- Wittig, Monique (2006). *El pensamiento heterosexual*. Barcelona: Egales.
- Young, Iris Marion (1990). Throwing like a girl. A phenomenology of feminine body comportment, motility and spatiality. En *Throwing like a girl and other essays in feminist philosophy and social theory* (pp. 141-159). Bloomington e Indianápolis: Indiana University Press.

Metodología y Teoría Social

- Bauman, Zygmunt (2008). *Vida de consumo*. Buenos Aires: FCE.
- Bauman, Zygmunt (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Buenos Aires: FCE.
- Bergman, Blix (2015) Emotional insights in the field. In H. Flam; J. Mark y Kleres (Eds.), *Methods of exploring emotions*. London/New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Boniolo, Paula (2009). La historia de vida como método para el estudio de la corrupción en las clases sociales, *Revista intersticios*, 3, (2).
- Bourdieu, Pierre (1987). *Cosas dichas*. México: Gedisa.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Capital cultural, escuela y espacio social*. México: Siglo XXI.
- Bourdieu, Pierre (2001). Las formas del capital. Capital económico, capital cultural y capital social. En *Poder, Derecho y clases sociales*. Bilbao: Desclée de Brouwer.

- Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, Pierre (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Beck, Ulrich (1998) *La sociedad de riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós
- Beck, Ulrich y Beck-Gernsheim, Elisabeth (2003). *La individualización: el individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Becker, Howard (2009). *Outsider: hacia una sociología de la desviación*. Buenos Aires, México: Fondo de Cultura Económica.
- Cervantes Porrúa, Lucio Israel (2011). Escritos políticos y filosóficos. *Andamios*, 8(15), 403-406.
- Collins, Randall (2009). *Cadenas de rituales de interacción*. Barcelona: Anthropos, UAM-Azcapotzalco, UNAM-FCPY, Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Denzin, Norman (1989). *Interpretative Biography. Qualitative Research Methods*. Newbury Park: Sage Publications.
- De Certeau, Michel (1996). *La invención de lo cotidiano. El arte de hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- Durkheim, Emile (1993). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid: Alianza.
- Elías, Norbert (1994). *El proceso de civilización. Investigaciones sociológicas y psicogenéticas*. México: Fonda de Cultura Económica.
- Elias, Norbert (1999). *Sociología fundamental*. Barcelona: Gedisa Ediciones.
- Elias, Norbert (1996). *La sociedad cortesana*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Flam, Helena Mark y Kleres, Joche (2015). *Methods of exploring emotions*, London/New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Flick, Uwe (2004). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.

- Foucault, Michel (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona: Paidós.
- Gagnon, John y Simon, William (2005). *Sexual conduct: the social sources of human sexuality*. New Brunswick: Aldine Transaction.
- Giddens, Anthony (1997). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.
- Goffman, Erving (1970). *Ritual de la interacción*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Goffman, Erving (1971). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goffman, Erving (1979). *Relaciones en público*. Madrid: Alianza.
- Goffman, Erving (1998). *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Gutiérrez, Alicia (2005). *Bourdieu y las prácticas sociales*. Córdoba: Universidad de Córdoba.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Pilar Baptista, Lucio (1998). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Jameson, Frederic (1981). *The political unconscious*. Ithaca: Cornell University Press.
- Jameson, Fredric (1998). *El giro cultural*. Buenos Aires: Manantial.
- Koselleck, Reinhart (1993). *Futuro Pasado*. Barcelona: Paidós.
- Kulick, Don y Willson, Margaret (1995). *Taboo. Sex, identity and erotic subjectivity in anthropological fieldwork*. London and New York: Routledge.
- Laumann, Edward; Gagnon, John; Michael, Robert; Stuart, Michaels (1994). *The social organization of Sexuality. Sexual Practices in the United States*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Leclerc-Olive, Michèle (1999). L'armature narrative des biographies. *Spirale. Revue de recherches en éducation*, 24, 169-193. (Traducción Paula Sombra).

- Lipovetsky, Gilles (2000). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- Longa, Francisco (diciembre, 2010). Trayectorias e historias de vida; perspectivas metodológicas para el estudio de las biografías militantes. En *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*. Universidad Nacional de la Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Departamento de Sociología, La Plata.
- Maffesoli, Michel (2009). *El reencantamiento del mundo. Una ética para nuestro tiempo*. Buenos Aires: Dedalus.
- Maffesoli, Michel (2001). *El instante eterno. El retorno de lo trágico en las sociedades posmodernas*. Buenos Aires: Paidós.
- Mead, George (2009). *Escritos políticos y filosóficos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Meccia, Ernesto (2012). Subjetividades en el puente. El método biográfico y el análisis microsociológico del tránsito de la homosexualidad a la gaycidad. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, 4, 2, 38-51
- Merleau-Ponty, Maurice (1970). *Fenomenología de la percepción*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Nieto Calleja, Raúl (2017). Trabajos emocionales y labores afectivas. *Alteridades*, 27(53), 35-46.
- Paiva, Vera (2006). Analisando cenas e sexualidades: a promoção da saúde na perspectiva dos direitos humanos. En C. Cáceres; G. Careaga; T. Frasca; M. Pecheny (Eds.), *Sexualidad, estigma y derechos humanos: desafíos para el acceso a la salud en América Latina*. Lima: FAS-PA/UPCH.
- Piovani, Juan Ignacio (2007). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Emecé.
- Sanchez Dromundo, Rosalba (2007). La teoría de los campos de Bourdieu, como esquema teórico de análisis del proceso de graduación en el posgrado. *Revista electrónica de Investigación educativa*, 9, 1.

- Sennett, Richard (1974). *El declive del hombre público*. Barcelona: Península.
- Simmel, Georg (1961). *Cultura femenina, y otros ensayos*. Madrid: Revista de Occidente.
- Simmel, Georg (1986). *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica d la cultura*. Barcelona: Península.
- Simmel, Georg (2003). *Cuestiones fundamentales de sociología*. Barcelona: Gedisa.
- Simmel, Georg (2014). *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización*. Buenos Aires: Espasa Calpe.
- Thompson, Edward (1979). *Tradicón, revuelta y conciencia de clase. Estudios sobre la crisis de la sociedad pre industrial*. Barcelona: Crítica.
- Valles, Miguel S (1997). Criterios evaluativos de calidad en los estudios cualitativos. En *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Wainerman, Catalina y Sautu, Ruth (2004). *La trastienda de la investigación*. Buenos Aires: Lumiere.
- Weber, Max (2002). *Economía y sociedad*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Wettergren, Asa (2015). How do we know what we fell? In H. Flam and J. Kleres (Eds.), *Methods of exploring emotions*. London/New York: Routledge, Taylor & Francis Group.

Fuentes documentales

- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) (2010). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010*. Recuperado de http://censo2010.indec.gov.ar/novedades/novedades_detalle.asp?id=20973
- Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2013). *El sector medio en la Ciudad de Buenos Aires: una aproximación a partir de la estratificación de la población porteña según ingreso*. Ciudad de Buenos Aires: Dirección General de Estadísticas y Censos.
- Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2014). *Matrimonios en la Ciudad de Buenos Aires. Años 1990-2013*. Ciudad de Buenos Aires: Dirección General de Estadística y Censos.
- Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2017). *La Fecundidad en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: situación al año 2015*. Ciudad de Buenos Aires: Dirección General de Estadística y Censos.
- Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública (2015). *Indicadores de Desarrollo Territorial de la República Argentina – ATLAS ID*. Ciudad de Buenos Aires: Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública, Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2017). *Acceso a Internet. Primer semestre de 2017*. Ciudad de Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). Recuperado de http://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/internet_06_17.pdf

Diarios y revistas

Diario Clarín

Elegí pareja sólo por su apariencia (no importa el corazón) (31 de octubre de 2013). *Clarín*. Recuperado de http://www.clarin.com/pareja/Tinder-aplicacion-tecnologia-app-citas-pareja-buscar_pareja_0_1334275309.html

Israel, Mariana (1 de diciembre del 2013). Los sitios para encontrar pareja ya no son para “desesperados”. *Clarín*. Recuperado de http://www.clarin.com/sociedad/sitios-encontrar-pareja-desesperados_0_1039696151.html.

López, Vanesa (5 de noviembre de 2015). Los argentinos entre los que más recurren a las apps de levante. *Clarín*. Recuperado de http://www.clarin.com/sociedad/tinder-happn-badoo-app-aplicaciones-buscar_pareja-levante-conocer-hombres-mujeres_0_1461454124.html.

Pace Muñoz, Fernando (10 de mayo de 2015). Levante entre copas: el vino una nueva excusa para buscar pareja. *Clarín*. Recuperado de http://www.clarin.com/sociedad/levante-vino-catas-degustaciones-gourmet-tendencia-solos_y_solas-conquista_0_1354664580.html.

Pese a Tinder y Happn, el “levante” no se concreta entre los argentinos (29 de marzo de 2016). *Clarín*. Recuperado de http://www.clarin.com/sociedad/Tinder-Happn-consagrados-concreta-argentinos_0_1549045390.html

Tinder festejó los 11 mil millones de coincidencias (31 de mayo de 2016). *Clarín*. Recuperado de http://next.clarin.com/apps/Tinder-festejo-mil-millones-coincidencias_0_1586841422.html

Tinder cuáles son las profesiones que más “enamoran” (29 de febrero de 2016). *Clarín*. Recuperado de http://www.clarin.com/sociedad/Tinder-profesiones-enamoran_0_1531646994.html

Solos y solas. 10 sitios para encontrar pareja (enero 2016). *Clarín*. Recuperado de http://www.clarin.com/pareja/soltera-solteras-solos_y_solas-buscar_pareja-on_linea-cita-paginas_de_citas-web-facebook-Twitter_0_1334273893.html

Schapira, Valeria (22 de abril de 2016) Sitios vs. apps de citas: ¿para que sirve cada uno? *Clarín*. Recuperado de https://entremujeres.clarin.com/entremujeres/tech/valeria_schapira-sitios_de_citas-apps-citas-pareja-tinder_0_SyBM3OPQx.html

Schapira, Valeria (28 de abril del 2016). Valeria Schapira: “Está estudiado: las parejas que nacen online duran más”. *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/ciudades/valeria-schapira-estudiado-parejas-online_0_EkBEHGclZ.html

Diario El Mundo

De las Heras, Jaime (19 de enero de 2015). Tinder lleva el amor a Bolsa. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/economia/2015/11/19/564dff63ca474112198b45eb.html>

Diario Infobae

Los cinco mejores sitios para encontrar pareja en Internet (17 de enero de 2014). *Infobae*. Recuperado de <http://www.infobae.com/2014/01/17/1537789-los-cinco-mejores-sitios-encontrar-pareja-internet>

Diario La Nación

- Amoroso, Carolina (2 de julio de 2014). El club de los corazones rotos. *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1706215-el-club-de-los-corazones-rotos>
- Bilton, Nick (2 de noviembre de 2014). Tinder, la aplicación de citas en rápido crecimiento, explota una verdad muy antigua. *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1740296-tinder-la-aplicacion-de-citas-en-rapido-crecimiento-explota-una-verdad-muy-antigua>
- Carr, Austin (08 de noviembre de 2016). Los ambiciosos planes de Tinder para cambiarle la vida a la gente. *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1868674-los-ambiciosos-planes-de-tinder-para-cambiarle-la-vida-a-la-gente>
- La aplicación para citas Tinder tiene 400.000 usuarios en la Argentina (17 de marzo de, 2014). *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1672183-tinder-tiene-400000-usuarios-en-la-argentina>
- Perazo, Cintia (10 de febrero de 2016). 10 alternativas para conocer gente más allá de Tinder. *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1868593-10-alternativas-para-conocer-gente-mas-alla-de-tinder>
- Rua, Martín (13 de febrero de 2016). “Los argentinos tienen más éxito en Tinder que el promedio de los usuarios”, *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1870504-los-argentinos-tienen-mas-exito-en-tinder-que-el-promedio-de-los-usuarios>
- Salgueiro, Andrea (11 de febrero de 2010). Solas y solas: un encuentro posible. *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1231664-solos-y-solas-un-encuentro-posible>

Trucco, Florencia (2 de marzo de 2014). La Red, un lugar para el encuentro que está más vigente que nunca. *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1668435-la-red-un-lugar-para-el-encuentro-que-esta-mas-vigente-que-nunca>

Diario Página/12

Peker, Luciana (25 de noviembre de 2015) ¿Qué hace una feminista en Tinder? ¡Coger! *Página/12*. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/13-10194-2015-11-28.html>

Radi, Blas (25 de septiembre de 2015) Economía del privilegio. *Página/12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/subnotas/10062-951-2015-09-25.html>

Thompson, Santiago (16 de julio de 2015) El “me gusta” y su interpretación. *Página/12*. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/psicologia/9-277162-2015-07-16.html>

Revista Times

Laura Stampler (6 de febrero de 2014) Inside Tinder: Meet the Guys Who Turned Dating into an Addiction. *Time*. Recuperado de <http://time.com/4837/tinder-meet-the-guys-who-turned-dating-into-an-addiction/>

Portal de Noticias Minutouno

Marazzi, Axel (29 de junio de 2015). Qué es happn, la app de citas del momento para “levantar” en la calle. *Portal de Noticias Minutouno*. Recuperado de <http://www.minutouno.com/notas/1274506-que-es-happn-la-app-citas-del-momento-levantar-la-calle>

Sitios Web y aplicaciones

Badoo:

Sitio Web *Badoo*: <https://www.badoo.com/es-ar/>. Período de consulta: abril de 2015- junio de 2017.

Blog del Sitio Web *Badoo*: <https://www.team.badoo.com/press/>. Período de consulta: abril de 2015- junio de 2017.

Facebook:

Página de Facebook *Me lo dijeron en Badoo*. <https://www.facebook.com/MeLoDijeronEnBadoo/?fref=ts>. Período de consulta: abril de 2015- septiembre 2016.

Happn:

Happn (Productor). (2017). Encuentra a quien te has cruzado. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Ae0hm6XfkBA>

Sitio Web *Happn*: <https://www.happn.com/es/>. Período de consulta: marzo 2016- junio de 2017.

Match:

Sitio Web *Match*: <https://www.match.com.ar>. Período de consulta: abril de 2015- junio de 2017.

Tinder:

Blog del Sitio Web *Tinder*: <http://blog.gotinder.com>. Período de consulta: abril de 2015- junio de 2017.

Sitio Web *Tinder*: www.gotinder.com. Período de consulta: abril de 2015- junio de 2017.

Tinder (Productor). (2017). Tinder Online Demo. Recuperado de <http://blog.gotinder.com/introducing-tinder-online/>

Sitios Web de viajes:

Sitio Web *TaBien Viajes*: <http://www.tavien.com.ar/> Período de consulta: septiembre de 2015- agosto de 2016.

Sitio Web *Viajes y sociales*: <http://www.viajesysociales.com/>. Período de consulta: abril de 2015- mayo de 2016.

Anexos

Anexo 1. Descripción Muestra Varones

Entrevistado	Estado Civil	Trabajo	Máximo nivel de instrucción alcanzado y carrera	Hijos/os	Edad	Tipo de Hogar	¿Dónde Busca?
Damián	Soltero. Nunca convivió	Profesional. Trabaja de forma independiente	Universitario Completo. Psicología	No	35	Hogar Unipersonal	Salsa, gimnasio, Badoo, Tinder, bares y boliches
Leonardo	Soltero. Nunca convivió	Profesional. Trabaja de forma independiente	Universitario Completo. Diseñador gráfico	No	35	Hogar Unipersonal	Tinder y Happn
Ricardo	Soltero. Nunca convivió	Trabaja como profesional, puesto intermedio, en relación de dependencia en el ámbito privado	Universitario Completo. Ingeniería	No	37	Hogar Unipersonal	Tinder, Bachata y salsa
Miguel	Divorciado	Diseño de un empujamiento con tres personas a cargo	Universitario Completo. Administración de empresas	No	38	Hogar Unipersonal	Boliches y bares
Pedro	Soltero. Nunca convivió	Profesional. Trabaja de forma independiente	Terciario completo. Visitador médico	No	38	Hogar Unipersonal	Salsa y bachata, Happn, Tinder. Viajes. Cumpleaños y eventos de amigos/as y boliches
Augusto	Separado	Profesional. Puesto jerárquico en relación de dependencia en el ámbito privado	Universitario Completo. Administrador de empresas	No	40	Hogar Unipersonal	Conoce gente por trabajo o conocidos. Fiestas que realizan personas conocidas. Facebook
José Luis	Separado	Puesto intermedio en relación de dependencia en ámbito privado y trabaja de forma independiente	Universitario Incompleto. Análisis en sistemas	No	43	Hogar Unipersonal	Citas de vicio, OkCupid, Badoo, Match, Happn, espacios educativos y cursos varios

Juan	Soltero. Nunca convivió	Profesional. Puesto jerárquico en relación de dependencia en el ámbito público y trabaja de forma independiente	Posgrado. Administrador de empresas	No	44	Hogar Unipersonal	Salsa y bachata, Tinder, Happn
Mateo	Separado	Trabaja como profesional y docente en relación de dependencia en el ámbito público	Posgrado. Letras	No	44	Hogar Unipersonal	Tinder. Eventos de conocidos. Amigos de amigos. Entorno laboral
Eliás	Divorciado y Separado	Dueño de un emprendimiento	Secundario completo. Bachiller	Sí, uno/a	45	Hogar unipersonal	Salsa y bachata, Gimnasio
César	Soltero. Nunca convivió	Profesional. Trabaja en forma independiente	Universitario completo. Recursos humanos y sociología	No	46	Hogar Unipersonal	Tinder, Badoo y Happn. Bares y boliches. Actividades artísticas. Ambito de estudio
Lucas	Divorciado	Profesional. Puesto jerárquico en relación de dependencia en el ámbito privado	Universitario Completo. Contabilidad	Sí, uno/a	46	Hogar Unipersonal	Entorno de gente conocida
Santiago	Separado	Trabaja como profesional y docente en relación de dependencia en el ámbito público	Posgrado. Sociología	No	47	Hogar Unipersonal	Tinder, Facebook, Badoo, bares. A través de personas conocidas de sus conocidos/as
Horacio	Divorciado	Técnico. Trabaja en relación de dependencia en el ámbito privado	Terciario completo. Tecnicatura superior en electrónica y Carrera de Chef profesional	Sí, uno/a- indica que no quiere más hijos/as	49	Hogar Unipersonal	Salsa y Bachata. Badoo, Tinder. Entorno laboral. Cumpleaños de amigos/as
Fernando	Divorciado	Profesional. Puesto jerárquico en relación de dependencia en el ámbito privado	Universitario Completo. Ingeniería	Sí, dos	50	Hogar Unipersonal	Match, Badoo, Bares

Fuente: elaboración propia

Anexo 2. Descripción Muestra Mujeres

Entrevistada	Estado Civil	Profesión/ Trabajo	Máximo nivel de instrucción alcanzado	Hijas/os	Edad	Tipo de Hogar	¿Dónde Busca?
Miriam	Soltera. Nunca convivió	Trabaja en relación de dependencia. Puesto administrativo	Universitario incompleto. Recursos humanos	No	35	Hogar Unipersonal	Salsa
Emilia	Soltera. Nunca convivió	Trabaja como profesional en el ámbito público	Posgrado. Ciencia Política	Sí, uno/a	35	Hogar Nuclear incompleto	Lugares de salsa y bachata. Tinder, Happn
Constanza	Soltera. Nunca convivió	Trabaja en relación de dependencia, en el ámbito privado. Puesto administrativo	Universitario incompleto. Administración de empresas	No	36	Hogar Unipersonal	Happn, boliches. En cursos y espacios educativos
Cintia	Divorciada	Trabaja en relación de dependencia, en el ámbito privado. Puesto administrativo	Universitario incompleto	Sí, uno/a	39	Hogar Nuclear incompleto	Badoo. Por amigas que le llevan a citas de a 4. Speed dating
Ángeles	Soltera. Nunca convivió	Trabaja como profesional en relación de dependencia en el ámbito público	Posgrado incompleto. Abogada	No	39/40 (la entrevistada dos veces cuando tenía 39 y cuando había cumplido 40)	Hogar Unipersonal	Tinder y Zonacitas
Anaí	Divorciada	Trabaja como docente en relación de dependencia en el ámbito privado	Terciario completo. Magisterio nivel inicial	Sí, uno/a	40	Hogar Nuclear incompleto	Lugares de salsa y bachata. Bares y boliches. Por contactos que le presentan amigas
Edith	Divorciada y	Trabaja como profesional en relación de dependencia en el	Universitario completo. Relaciones	Sí, uno/a (No quiere	42	Hogar Nuclear	Tinder

	separada	ámbito privado	del trabajo	más)		incompleto	
Ernestina	Divorciada	Trabaja como docente en relación de dependencia en el ámbito público. Trabaja de forma independiente	Terciario completo. Bailarina y Actriz	Si, dos (No quiere más)	43	Hogar Nucleur incompleto	Tinder
Micaela	Divorciada	Trabaja en relación de dependencia en el ámbito público. Puesto administrativo	Terciario completo. Magisterio nivel primario e inicial	Si, uno/a	44	Hogar Nucleur incompleto	Badoo, Match, Zomacitas, Tinder. Catas de vinos
Natalia	Soltera. Nunca convivió	Trabaja como profesional en el ámbito público	Universitario completo. Ciencias ambientales	No	45	Hogar Unipersonal	Tinder, Badoo, Match, Zomacitas, OKCupid, Vajes. Sitios web de citas internacionales
Celente	Separada	Trabaja como profesional, en relación de dependencia en ámbito público	Universitario completo. Comunicación Social	No	46	Hogar Unipersonal	Match, Twoo y DelaCole.com
Laura	Divorciada dos veces	Profesional. Trabaja de forma independiente	Universitario completo. Kinesiología	Si, dos	48	Hogar Nucleur incompleto	Happen, DelaCole.com
Carolina	Divorciada	Trabaja como profesional, en relación de dependencia en ámbito público	Universitario completo. Ciencia Política	Si, uno/a	49	Hogar Nucleur incompleto	Match, Zomacitas y Badoo
Aldana	Soltera. Nunca convivió	Trabaja como docente de forma independiente	Terciario completo. Profesorado en Educación Física	No	50	Hogar Unipersonal	Catás, Badoo, Two, Facebook. Tango, amigos de amigos, peñas folklóricas
Sandra	Separada y divorciada	Trabaja como profesional, en relación de dependencia en ámbito público	Terciario completo. Tecnicatura superior en administración	No	50	Hogar Unipersonal	Por gente conocida. Chat de Terra, chat telefónico

Fuente: elaboración propia

Anexo 3. Listado de entrevistas a organizadores/as de espacios de sociabilidad cara a cara

Organizadores/as
Organizador Cata de Vinos. Espacio A
Empleado en la organización de las Catas. Espacio A
Organizadora Cata de Vinos. Espacio B
Organizadora Salsa
Organizador Salsa
Organizadora <i>Speed dating</i>
Organizadora de paseos por la Ciudad

Fuente: elaboración propia

Anexo 4. Entrevistados/as que han concurrido a ámbitos de sociabilidad erótica y/o afectiva desde la década del noventa

Entrevistada/o	Estado civil	Edad	Hijos/as	Espacios
Mónica	Divorciada y separada	58	Sí, dos	Solos y Solas. Bares y boliches. Match. Badoo. Two. Zonacitas. Sitios web internacionales. Eventos de conocidos. Por conocidos de amigos
Alicia	Soltera. Nunca Convivió	55	No.	Espacios de salsa. Solos y Solas. Paseos por la Ciudad de Buenos Aires donde concurren personas que no están en pareja
Jorge	Divorciado	58	Sí, cuatro	Badoo. Discotecas

Fuente: elaboración propia

Anexo 5. Mapa de las comunas de la Ciudad de Buenos Aires

Mapa 8: Mapa de las comunas de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Anexo 6. sobre los niveles de análisis de la tesis

Solos y solas: búsquedas de encuentros eróticos y afectivos entre mujeres y varones heterosexuales (Área Metropolitana de Buenos Aires, 2015-2017)

Tríada para el análisis de esta tesis



#1

Contexto

Modernidad tardía

Traectorias zigzagueantes, heterogéneas
Tecnologías

Nuevas formas de generación de lazo social



#2

Ideal regulatorio romántico

Amor romántico

Heteronormatividad

Agencias, resistencias

Variaciones y similitudes según género, edad



#3

Interacciones

Espacios de sociabilidad

Criterios de selección

Gestión del no estar en pareja

Fuente: elaboración propia

