

El cuerpo sitiado

Cuerpos sentidos, sometidos y representados por la industria del capital

Vivimos en una sociedad de clases mediada por imágenes. Estas representan tanto realidades que no conocemos directamente (como acontecimientos acaecidos lejanos a nuestra experiencia servidos por "los medios") como nuestras propias personas (mediante fotos donde, siendo protagonistas, forman/condicionan nuestros propios recuerdos). Y en estas imágenes, los cuerpos son el principal vehículo de emoción, fascinación, evasión y sometimiento. En el presente trabajo analizaremos cómo el capital y su industria cultural someten los cuerpos de las mayorías mediante la producción de imágenes que obedecen a su lógica de búsqueda incesante de beneficios. De esta manera, las industrias culturales controladas por la clase burguesa complementarán mediante su producción simbólico-política, el sometimiento y la explotación que el modo de producción capitalista y el resto de industrias privadas infligen a la mayoría de la población universal, es decir: a la clase trabajadora.

A lo largo de la historia, el cuerpo humano ha sido objeto de representación para artistas de numerosas disciplinas como el dibujo, la pintura, la escultura, la fotografía o el cine. Desde *La Venus de Willendorf*, esculpida hace más de 20.000 años, hasta recientes videoclips comerciales como *Tunnel Vision* de Justin Timberlake, el hombre ha sentido una fascinación ininterrumpida por representar su figura (y en especial la de la mujer). Todas las culturas han representado el cuerpo masculino y femenino, excepto cuando por motivos políticos y/o religiosos, esas representaciones se han conservado en privado, a riesgo de que el propietario o el artista padeciesen la represión del poder. Conocida es, por ejemplo, la aversión a la representación del cuerpo humano en el judaísmo o el islam dominante, aunque también en ciertas teologías cristianas.¹ Sin embargo, con la masiva difusión de la fotografía y el cine en el

Jon E. Illescas es Doctor en Sociología y Licenciado en Bellas Artes. Su último libro es *La Dictadura del Videoclip. Industria musical y sueños prefabricados* (El Viejo Topo, 2ª ed., 2016).

¹ Como sucedió en diversas épocas donde hubo brotes de iconoclastia o una ultraconservadora tradición religiosa ligada al poder político: A. Aya, «La imagen imposible: el Dios sin rostro del Islam», *Web Islam* [en línea], 17 de junio de 2011, disponible en: http://www.webislam.com/articulos/61809-la_imagen_imposible_el_dios_sin_rostro_del_islam.html.

mercado mundial, estas posturas iconoclastas perdieron fuelle entre la población creyente hasta desembocar en una anti-idolatría atemperada.

Hiperestetización y propiedad del cuerpo en el sistema-mundo

Con el desarrollo del capitalismo, el mercado mundial y la industria publicitaria como parte integrante de la industria cultural, la representación del cuerpo humano ha poblado nuestra «iconosfera-mundo».² En los cientos de anuncios publicitarios que podemos ver al día es sencillamente imposible que no aparezca representada la figura humana. Diariamente nos asaltan seductoros modelos anunciando perfumes, apuestos actores recomendándonos bebidas “con clase”, familias exultantes de una quimérica clase media o atractivos jubilados en plena forma disfrutando de unos seguros “confiables”. Estar “guapo”, verse bien, se transforma en un imperativo social dentro de una sociedad saturada de imágenes manufacturadas e idealizadas.

¿Y qué decir de la pornografía? Un 68% de los chicos y un 18% de las chicas jóvenes la visualizan en Internet al menos una vez por semana. Jamás tantísimas representaciones de la cópula humana habían estado al alcance de la mano (ahora con un *clic*) de tantísimos menores. Pero los adultos no son ni mucho menos indiferentes a esta sexocracia cada vez más explícita que nos gobierna. De hecho, en Estados Unidos, en un 56% de los divorcios uno de los miembros de la pareja tenía un interés “obsesivo” por el mundo del porno.³ Para amplios sectores de la sociedad, es imposible entender las relaciones sexuales sin el imaginario pornográfico o del erotismo industrial en sus mentes. Gracias, en parte, a que no existe una educación sexual y/o amatoria más humana que merezca tal nombre garantizada por las instituciones públicas.

Por otra parte, en una sociedad donde todo lo nuevo envejece antes de echar raíces,⁴ donde la precariedad laboral es la norma e incluso la vivienda se transforma en un lujo; el cuerpo se convierte en el último bastión donde las personalidades asalariadas asediadas por la lógica de la competencia se pueden refugiar. El cuerpo es la última propiedad que les resta a los desposeídos del capitalismo. Por supuesto, los trabajadores *deben* alquilar este soporte biológico para sobrevivir operando como fuerza de trabajo asalariada. Porque no solo las pros-

² La iconosfera-mundo es «la parte del conjunto de imágenes y sonidos que nos rodean y tenemos almacenados en nuestra cosmovisión siendo pontencialmente conocidos por la mayoría de habitantes del sistema-mundo». Ver más en: J. E. Illescas, *La dictadura del videoclip. Industria musical y sueños prefabricados*, El Viejo Topo, Barcelona, 2015 [2ª ed., 2016], p. 206.

³ Según la *American Academy of Matrimonial Lawyers*: L. Gikerson, «Get the Latest Pornography Statics», *Covenant Eyes* [en línea], 19 de febrero de 2013, disponible en: <http://www.covenanteyes.com/2013/02/19/pornography-statistics/>.

⁴ K. Marx y F. Engels, *Manifiesto Comunista*, Los Libros de la Frontera, Madrid, 1999 [1848], p. 40.

titutas alquilan su cuerpo, lo hacen todas las profesiones de la clase obrera asalariada por el capital. Pues pese a que deben alquilar sus manos, mentes y cuerpos al capital la mayoría de su tiempo vital consciente, no hay que olvidarlo: el cuerpo es la única propiedad que, con seguridad, los asalariados se llevarán consigo a la tumba. La lógica del mercado podrá arrebatarles la casa, desvalorizar sus estudios o negarles el derecho al trabajo; pero si se mantienen con vida, no podrá desposeerles del cuerpo. O mejor dicho, de lo que quede de él.

El cuerpo se convierte en el último bastión donde las personalidades asalariadas asediadas por la lógica de la competencia se pueden refugiar

De este modo, el cuerpo se transforma en la inversión más segura para el trabajador contemporáneo ante una orfandad de proyectos políticos progresistas que ilusionen a la mayoría social. Si no hay alternativas al capitalismo y ni siquiera las fuerzas que se resisten a sus efectos más adversos plantean nada sustancialmente diferente a esta sociedad de clases, ¿para qué dejar de mirarse el ombligo? El cuerpo es el último terreno que cultivar una vez que los padres del proletariado moderno, los campesinos, se quedaron sin tierras que cultivar para su autoconsumo.⁵ El cuerpo humano es pues el último reducto espacial de autorrealización estética del sujeto desposeído de los medios de producción y los sueños de progreso. Nuestra piel será el lienzo de los sueños desterrados a la soledad de la individualidad compulsiva y nuestros músculos el imposible comunicador del afecto y el cariño públicos.

Culto al cuerpo en el conjunto de la sociedad-mundo

Es así como crece el culto al cuerpo en el sistema-mundo y en especial en aquellas zonas más desarrolladas. Allí aumentan las partidas presupuestarias privadas o familiares destinadas a pagar los cuidados estéticos. En Estados Unidos y en Canadá, por ejemplo, el 10,2% de la población está apuntada a centros de *fitness*.⁶ También aumentan los gastos destinados a operaciones de cirugía estética. En plena crisis, durante 2013, en España todavía se produjeron 65.000 operaciones (87,8% de las mismas para mujeres, 12,2% para hombres).⁷ Aunque sin duda fue un número muy inferior a las producidas durante el boom inmobiliario (400.000 al año, casi 2.000 al día).⁸

⁵ K. Marx, *El Capital*, Siglo XXI, Madrid, 2010 [1867, 1872], vol. I, pp. 896-918.

⁶ FitSeven, «Industria del fitness mundial», *FitSeven* [en línea], mayo de 2014, disponible en: <http://fitseven.net/estilo-de-vida-deportivo/industria/industria-del-fitness-mundial>.

⁷ Expansión, «¿Quiénes se someten a cirugía estética en España?», *Expansión* [en línea], 1 de marzo de 2015, disponible en: <http://www.expansion.com/2015/02/27/ahorro/1425036037.html>.

⁸ B. R. Maestre, «El culto al cuerpo: algunas reflexiones filosóficas», *Bioética & Debat* [en línea], vol. 14, núm. 52, 2008, p. 2.

En el siguiente cuadro podemos ver una lista ordenada de mayor a menor con los países del sistema-mundo con un ratio mayor de centros de *fitness* por número de habitantes:⁹

País	Ratio gimnasio por nº de habitantes
Canadá	5.605
Argentina	6.225
Corea del Sur	7.353
Brasil	8.277
Italia	9.923
España	10.165
Estados Unidos	10.292
México	15.493
Alemania	10.582
Reino Unido	10.781

Como podemos observar, el “cultivo” del cuerpo es algo común a todos los países capitalistas sin importar tradiciones culturales previas (Argentina y Corea del Sur), latitudes (México y Canadá), densidades de población (Reino Unido y Brasil) ni la división internacional del trabajo (Alemania y España). El culto al cuerpo es por tanto resultado genuino de la cultura-mundo capitalista caracterizada, en el sentido que aquí nos interesa, por un desarrollo inédito de ciertas fuerzas productivas rodeadas de una hipertrófica e invasiva iconosfera repleta de imágenes publicitarias. Las empresas utilizan imágenes con el reclamo sexual como el mejor modo que tienen de seducir al consumidor frente a la competencia. El ojo humano (masculino o femenino) observa un 20% más rápido una imagen de contenido sexual que cualquier otra.¹⁰ En un océano de competencia visual esta diferencia es clave: puede significar la vida o muerte de un negocio. ¿Qué empresa se perderá su cuota de mercado? No hay ninguna “conspiración patriarcal” ni ninguna obsesión sexual en la industria publicitaria, solo la frialdad abstracta de los números sometidos al imperio de lo pecuniario y la atracción eterna del ser humano por el sexo.

En este sentido, también hay que señalar que la actual preocupación por cultivar el cuerpo no sería “culpa” de la hegemonía del imperialismo cultural estadounidense ni *exclusivo* de la sociedad capitalista, ni mucho menos del “patriarcado”, sino un desarrollo, potenciado por el capitalismo, de una preocupación humana muy antigua. Baste recordar la importancia de los gimnasios en la Antigua Grecia, hasta el punto que el propio Arquímedes no se olvidó

⁹ Para realizar esta lista realizamos una división donde el dividendo era la población de ese país actualizada según los últimos datos del Banco Mundial, referentes al censo de 2012, y el divisor el número bruto de gimnasios. Fuentes: FitSeven, “Industria del fitness mundial”. En FitSeven, *op. cit.*, e IHRSA, «About the Industry», *IHRSA* [en línea], 17 de junio de 2013, disponible en: <http://www.ihrsa.org/about-the-industry>.

¹⁰ J. E. Illescas, *op. cit.*, p. 284.

de incluir uno en la pasarela más alta cuando codiseñó, por encargo de Hierón II, uno de los barcos más grandes de la antigüedad: el Siracusia.¹¹

La reforzada preocupación estética también es resultado de la evolución tecnológica que permite a cada vez más personas, especialmente en los países desarrollados, conseguir los medios de subsistencia necesarios consumiendo poca energía calórica, lo que hace que conserven un excedente en su organismo que deben “quemar” con ejercicios fuera del trabajo a menos que acepten sobreacumularlos con los consiguientes problemas para la salud: sobrepeso, colesterol, hipertensión, diabetes tipo II, etc. Por tanto, ir al gimnasio no puede entenderse simplemente como una cuestión exclusivamente estética, aunque este componente tenga un peso incuestionable.

El capitalismo vuelve a demostrar su dialéctica de Frankenstein desarrollando las fuerzas productivas al mismo tiempo que las destruye

Antes de la consolidación del capitalismo, la vida y el trabajo eran lo suficientemente duros para que las mayorías no necesitaran realizar ejercicios extra para mantenerse relativamente en forma. Pensemos en la sociedad feudal o en la cazadora-recolectora. En cambio, a partir de mitad del siglo XIX surgieron los primeros gimnasios contemporáneos en diferentes partes del globo, a la par que se desarrollaba la industria capitalista, la burguesía, los transportes baratos y las grandes urbes con la enfermedad social del sedentarismo. En este contexto, en 1820, se construyó el primer gimnasio con máquinas en la prestigiosa Universidad de Harvard.¹²

Nos encontramos, pues, ante un escenario histórico inédito, donde amplios sectores de la población de los países más desarrollados necesitan realizar ejercicios extralaborales para mantenerse sanos mientras otros miles de millones no tienen suficiente para echarse a la boca. En los países ricos, el capitalismo aprovecha las nuevas necesidades fruto del desarrollo de las fuerzas productivas (aquí medidas por el cociente entre el aumento de la productividad de las calorías invertidas y las calorías obtenidas) y potencia necesidades ya existentes para que se compren nuevas mercancías. En el caso que nos ocupa, las nuevas mercancías son aquellas que ayudan a gastar el aporte calórico excedentario y a evitar los riesgos del sedentarismo, como: material deportivo, cuotas de gimnasios, adelgazantes, etc. Pero también a las necesidades creadas y/o potenciadas por la industria cultural como

¹¹ L. Casson, *Ships and Seamanhips in the Ancient World*, Johns Hopkins University, Baltimore, 1995, p. 196.

¹² M. T. Mata, «De la Antigua Grecia al gimnasio moderno», *El Universal* [en línea], 7 de mayo de 2012, disponible en: <http://www.eluniversal.com/aniversario/a-cuidarse/120507/de-la-antigua-grecia-al-gimnasio-moderno>.

aquellas referentes a lograr un determinado ideal de belleza que se instala en el inconsciente colectivo mediante su reproducción periódica por las industrias culturales. Para los hombres, los arquetipos mayoritarios son: cuerpos atléticos y/o hipertrofiados y para ellas: cuerpos muy delgados y/o voluptuosos. Lo que conlleva: complementos proteínicos, depilación (analógica y láser), peligrosos quemadores de grasa, productos dietéticos, cirugía, etc. Y en casos extremos con patologías obsesivas puede desembocar en cuadros clínicos de vigorexia, bulimia o anorexia. El capitalismo vuelve a demostrar su dialéctica de Frankenstein desarrollando las fuerzas productivas al mismo tiempo que las destruye.

El cuerpo en el capitalismo: entre la opresión y la liberación

Así pues, ¿qué constantes y qué novedades nos lega el capitalismo respecto al culto al cuerpo? ¿No hubo siempre un arquetipo presente en el imaginario colectivo de cualquier sociedad histórica? ¿Era menos idealizado *El Discóbolo* de Mirón que el cuerpo retocado reproducido por la industria cultural de Michelle Keegan? Porque, si olvidamos toda ética históricamente condicionada, ¿cuál es la diferencia entre que las mujeres españolas se hagan unos implantes de silicona y la costumbre de las mujeres de la tribu Karen de alargarse el cuello mediante argollas? ¿O entre ellas y un hombre que quiere aumentar sus bíceps o endurecer su tórax en el gimnasio con agresivos tratamientos para así resultar físicamente más atractivo para las mujeres? Parece que ambos están influidos por un ideal de belleza y prestigio ampliamente aceptado en sus sociedades inmediatas, en sus *iconosferas regionales*. Un ideal que en su objetivación produce violencia en los cuerpos realmente existentes. ¿Acaso es más “racional” o menos “artificial” ponerse argollas porque se nace un miércoles de luna llena que aumentarse los pechos porque no se está a gusto con el propio cuerpo cuando se lo compara con el modelo hipersexuado de Hollywood?

¿Por qué esa especie de ilógica veneración que mantenemos respecto a la herencia genética de la Naturaleza (en mayúsculas)? ¿No es acaso una conquista del ser humano poder modificar sus relaciones con la Naturaleza humanizándolas? ¿No es esto lo que propició el nacimiento de la cultura homínida? La dialéctica entre hombre y naturaleza (ahora en minúsculas) ha llevado a que prácticamente no quede rastro de naturaleza no modificada por el ser humano y que frecuentemente, lo que pensamos que es “virginal Naturaleza” no sea sino “segunda naturaleza”, es decir, naturaleza modificada (cauces de los ríos, playas, jardines, animales de compañía, etc.).¹³

Otra cuestión bien diferente sería dilucidar hasta qué punto los sujetos son libres para tomar la decisión de modificar sus cuerpos, y con ellos, su naturaleza. Sería deseable que

¹³ D. Harvey, *El enigma del capital y las crisis del capitalismo*, Akal, Madrid, 2012, pp. 155-156.

aquellos/as que decidieran modificar su naturaleza histórica, o segunda naturaleza corporal, lo hiciesen desde la libertad que otorga el conocer los propios condicionamientos sociales a los que se ven impelidos como individuos. Es más, creo (y sé que para ciertos sectores de la izquierda será una provocación) que la mujer que pasa por la cirugía estética tiene un nivel de libertad mayor, por muy limitado que éste sea y por muy influida que esté por las industrias culturales, que aquella que por nacer un miércoles de luna llena deba alargarse el cuello, hasta el punto que, si después del alargamiento se quitara las argollas, moriría desnucada. La primera mujer puede decir que “no” sin verse físicamente expulsada de la sociedad, la segunda no.

El cuerpo también sirve a ciertos miembros de la clase obrera como puerta de acceso para la promoción social, para cambiar su clase y el nivel de sus ingresos

Como el propio Marx apuntaba, el capitalismo, al multiplicar el excedente material y desarrollar las fuerzas productivas hasta cierto punto, permite una libertad superior a la clase explotada que la que tuvieron las clases explotadas de las sociedades pretéritas, como la feudal o la esclavista.¹⁴ En ese momento histórico, gracias a la masificación creciente de las TIC y el desarrollo de la ciencia, una masa significativa de sujetos productores del sistema-mundo se acercan a la posibilidad de disponer de una libertad de acción respecto a la gestión de su organismo nunca vista, incluso por las élites de las pretéritas clases dominantes.

De hecho, el cuerpo también sirve a ciertos miembros de la clase obrera como puerta de acceso para la promoción social, para cambiar su clase y el nivel de sus ingresos. Este es el caso de las estrellas de la industria cultural (celebridades de la música pop, el deporte, el cine, etc.), que como “rentistas del cuerpo” y en tanto propietarios jurídicamente reconocidos del mismo, ingresan más dinero del que les correspondería en la forma de salario como fuerza de trabajo especializada gracias a los derechos de imagen.¹⁵ Esto ha llevado a muchas estrellas de la industria cultural a asegurar partes de su cuerpo o el cuerpo entero, del

¹⁴«Las condiciones de su existencia [las del obrero] –así como la cuantía que tiene el valor del dinero recibido por él– lo fuerzan desde luego a resolver ese dinero en un círculo asaz restringido de medios de subsistencia. Aun así, es factible aquí alguna variación, tal como, a modo de ejemplo, los periódicos se cuentan entre los medios de subsistencia necesarios para el trabajador urbano inglés. El obrero puede ahorrar algo, imaginarse que atesora. Puede, del mismo modo, malgastarlo en aguardiente, etc. Haciéndolo, empero, actúa como agente libre que debe pagar los platos rotos; él mismo es responsable por la manera en que gasta su salario (*spends his wages*). Aprende a autodominarse, a diferencia del esclavo, que necesita de un amo. Sin duda, esto es válido únicamente si se considera la transformación de los siervos o esclavos en trabajadores libres, asalariados. La relación capitalista se presenta aquí como un ascenso en la escala social», K. Marx, *op. cit.*, Libro I, Capítulo VI, p. 70.

¹⁵ Para una explicación más detallada de la renta corporal leer el capítulo 4.6 y 4.7 de *La Dictadura del Videoclip... op. cit.*

mismo modo que un terrateniente rural o urbano puede contratar seguros que le blinden respecto a los percances que pueda sufrir su propiedad inmueble, como fuente originaria de sus rentas.

El cuerpo que no puede ser amado

Debido a las características de la sociedad actual, el derecho a amar y ser amado, como el de tener una vivienda digna o un trabajo estable, se pone crecientemente en cuestión para grandes sectores de la población por las dificultades que el capital encuentra para garantizar su valorización. Si los capitalistas no encuentran espacios para rentabilizar sus inversiones mediante la producción de mercancías, estas inversiones se desplazan hacia la destrucción de parte de las fuerzas productivas (desvalorizando la fuerza de trabajo, privatizando–mercantilizando derechos colectivos, aumentando el gasto militar y precipitando guerras por la disputa de mercados y materias primas, etc.).

El capitalismo necesita que no nos apeguemos demasiado a nuestras parejas a riesgo de perturbar su frenético y desbocado flujo por el orbe

Poco antes de la primera gran crisis del siglo, el recientemente desaparecido Zygmunt Bauman se refería a la fragilidad de los vínculos afectivos en el mundo globalizado.¹⁶ En la actualidad, las relaciones sentimentales se planifican como la adquisición de otro tipo de mercancía más, y los “enamorados” calculan los costos y beneficios de las mismas teniendo claro que éstas, posiblemente, tengan “fecha de caducidad”. El otrora hegemónico mito del amor romántico e inmortal donde nada de lo terrenal puede derribarle es sustituido por el mito de que ningún amor puede durar para siempre. Para Bauman, el miedo a estar solo es menor al que la pareja reduzca las posibilidades de éxito profesional. Algo que sería el *summum* de lo que Lipovetsky llamaba el narcisismo de la sociedad contemporánea, cuando afirmaba que «en un mundo flexible» que funciona a base de «reciclar afectos», no hay nada más peligroso que «una relación de pareja prolongada, indefinidamente».¹⁷ Desde una óptica marxista lo podríamos caracterizar como *la* lógica del capital en las relaciones emocionales, esto es, el poder destructor con el que el modo de producción actual «disuelve [todas] las antiguas relaciones» sociales.¹⁸ Del mismo modo que la creciente rotación del capital necesita que no arreglemos nuestros viejos zapatos y compremos unos nuevos, el

¹⁶ Z. Bauman, *Amor líquido*, Fondo de Cultura Económica, Madrid, 2005 [2003].

¹⁷ G. Lipovetsky, *La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Anagrama, Barcelona, 1987 [1983], p.78n.

¹⁸ K. Marx, *op. cit.*, Vol. III, p. 423.

capitalismo necesita que no nos apeguemos demasiado a nuestras parejas a riesgo de perturbar su frenético y desbocado flujo por el orbe.

El videoclip hegemónico como paradigma de la política cultural del capital

Por esa razón los cuerpos pueden ser exhibidos, pero nunca amados. A partir de la sobreexposición corporal de la industria cultural se cosifica a las personas, pues éstas son tratadas en relación directa a la “cualificación” seductora de su aspecto físico. Por ejemplo, si analizamos la narrativa audiovisual de la mercancía cultural más consumida por la juventud global (el videoclip dominante) observaremos una suerte de meritocracia de los cuerpos, donde los sujetos más atractivos, más dinero tendrán (o merecerán tener). En la trama del videoclip *Whatever You Like* del rapero T.I., el artista de Warner Music entra en un establecimiento de comida rápida con su pandilla después de dejar bien aparcado su lujoso vehículo y al dirigirse a la camarera le espeta: «eres demasiado guapa para trabajar aquí». La relación entre belleza corporal y riqueza es directa. La moraleja para los jóvenes es clara: solo los “feos” realizan trabajos “feos”. Por su parte, el multimillonario y exmaltratador de Rihanna, Chris Brown, anima al público a celebrar su belleza erótico-física en *Turn Up The Music* (visto por más de 200 millones de personas) cuando exclama «¡Si eres sexy y lo sabes, alza las manos!».

Sin embargo, ésta frivolidad y cosificación de las relaciones afectivas no es una cuestión machista pues se repite en videoclips de artistas femeninas como por ejemplo Inna. En el videoclip *In Your Eyes*, refiriéndose al chico que le gusta, la intérprete no habla de éste como alguien al que ama o como una persona que le gustaría conocer, sino que directamente explicita su interés exclusivamente carnal con un repetitivo «deseo tu cuerpo». Incluso artistas femeninas que promocionan una imagen de mujeres independientes, como es el caso de Alicia Keys, reproducen este mensaje de seducción y belleza exterior como equivalente (justo) al éxito social. En *Girl On Fire*, orgullosa se refiere asimismo en tercera persona como «Parece una chica, pero es una llama/Tan brillante que puede quemarte los ojos/Mejor que mires a otro lado/Puedes intentarlo, pero nunca olvidarás su nombre/Está en la cima del mundo/Es la chica más sexy de entre todas las sexys».

En definitiva, cuerpos que solo puedan ser deseados y no tanto amados: un auténtico cambio de paradigma en las relaciones heterosexuales representadas como deseables por los videoclips dominantes. Atendiendo a los 500 más visualizados en YouTube en su primera década de existencia (2005/15), encontraremos que el 46,8% proponían como modelo de relación las monógamas estables, mientras el 53,2% proponía la promiscuidad como el

estado ideal de la felicidad. En estos videos, solo en un 24,4% de ellos aparecían signos, símbolos o gestos referentes al amor mientras que un 81,2% existían contenidos sexuales explícitos. Pero quizás lo más sorprendente es que en nada más que un 9,2% el amor aparecía retratado desde un prisma positivo, como fuente de felicidad.¹⁹

Así, el sexo por el sexo, sin vínculo afectivo de ningún tipo aumenta como actitud deseable respecto al pasado en los productos audiovisuales que los gestores del capital diseñan para la juventud. Hace tan solo veinte años, la atracción sexual era el medio hacia el amor, mientras que hoy es el fin. Según Lipovestsky la «moda “sentimental” [ha sido] destronada por el sexo, el placer, la autonomía...».²⁰ En palabras de la superestrella estadounidense del rap-pop Kanye West cuando se dirige a la chica que le gusta en uno de sus videoclips: «te quiero follar duro en el lavabo». Del mismo modo que el capitalista intenta acortar la fase entre la inversión y las ganancias, el videoclip *mainstream* como genuino fruto cultural de aquel, intenta reducir las excusas para captar la atención del público y aumentar sus beneficios. Ya no necesita pretextos románticos para vender mediante un reclamo sexual cada vez más explícito. En boca de Jéniffer Lopez refiriéndose asimismo en su videoclip *Booty* (“Culo” –sic–): «gran, gran culo, lo que tú tienes es un gran culo». El valor de la cantante se mide por el tamaño de sus nalgas, ya no más por la amplitud de su registro vocal o la calidad de sus interpretaciones.

Los engendros culturales del capital contra la solidaridad y el amor de los obreros

Las necesidades actuales de acumulación capitalista dejan como disfuncionales a las parejas estables. Éstas pueden ser un obstáculo para la movilidad de la fuerza de trabajo o fuente de resistencia obrera ante los designios de la reproducción ampliada. ¿Qué trabajador mostrará más oposición ante la deslocalización de su empresa, el que vive solitario en un piso de alquiler o el que tiene mujer e hijos en uno de su propiedad? ¿Quién necesitará más tiempo de trabajo socialmente necesario para reproducir su fuerza de trabajo?²¹ ¿Qué movilidad tendrá una pareja con hijos respecto a un soltero sin deseo de cambiar su condición enamorado de sí mismo? Nada puede ser más funcional para el capital que una fuerza de trabajo socializada desde su adolescencia para no tener arraigo de ningún tipo. Ésta es la corrosión del carácter de la que hablaba Richard Sennet, fruto

¹⁹ J.E. Illescas, *op. cit.*, p. 258.

²⁰ G. Lipovestky, *op. cit.*, p.77.

²¹ La fuerza de trabajo es igual a «la suma de los medios de subsistencia necesarios para la producción de la fuerza de trabajo, pues, incluye los medios de subsistencia de los sustitutos, esto es, de los hijos de los obreros, de tal modo que pueda perpetuarse en el mercado esa raza de peculiares poseedores de mercancías», K. Marx, *op. cit.*, Vol. I, p. 209.

de «todos los dogmas del nuevo orden [que] tratan a la dependencia como una condición vergonzosa».²²

Pese al fin del amor como ideal y/o estado deseable entre los jóvenes, la reproducción de la clase asalariada no será problemática dado el excedente crónico en relación al imparable crecimiento demográfico mundial y el incremento del ejército de reserva que aumenta relativamente con el incremento de la composición orgánica del capital. Un ejército que, dado el abaratamiento del precio de las calorías siempre entregará nueva prole dispuesta a servir al capital, gracias a: 1) la difusión de las diversas religiones dominadas por teologías conservadoras hostiles a la planificación familiar, 2) el encarecimiento (o la ilegalización) del aborto y 3) el crecimiento de un lumpenproletariado al calor de la expansión del crimen organizado con pocas o nulas responsabilidades parentales.

Las necesidades actuales de acumulación capitalista dejan como disfuncionales a las parejas estables

En este escenario, nos encontramos ante dos tipos de trabajadores con velocidades disímiles.²³ Unos, los más veloces y cualificados (trabajo complejo), son los responsables de la gestión empresarial: directores, responsables de recursos humanos, organizadores, coordinadores de zona, etc. Este tipo de trabajadores tiene empleos con altas remuneraciones pese a que a cambio deben entregar una disponibilidad laboral permanente (frecuentemente superior a los menos cualificados), requerida para viajar a los distintos centros de producción de la empresa transnacional que les ocupe y a realizar trabajos intelectuales a altas horas de la madrugada. La pareja o la familia son un estorbo para su carrera profesional, se trate de hombres o mujeres por igual. El otro tipo de trabajadores de velocidad más lenta son los “no muy cualificados” y los no cualificados.²⁴ Estos suelen permanecer más cerca de sus regiones de origen y por eso mismo son más frágiles a los vaivenes de las inversiones del capital (y sus deslocalizaciones). Son fuerza de trabajo de poco valor, por eso sus salarios servirían para reproducir, a duras penas, el costo de sus necesidades vitales (incluidos el coste de diversos tipos de drogas evasivas donde ahoguen su alienación vital).

²² R. Sennet, *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*, Anagrama, Barcelona, 2000 [1998].

²³ M. Castells, *Comunicación y poder*, Alianza, Madrid, 2011 [2009].

²⁴ No hablamos de “no cualificados” como se acostumbra, sino de “no muy cualificados”. Con la mecanización de los procesos productivos y el aumento del capital constante en la composición del capital, se necesitan de un menor TTSN para producir las mercancías y por ende, la cantidad y cualidad de la formación de la clase trabajadora se desvalorizan. Para que un trabajador de nueva generación pueda tener un empleo cualificado de semejantes características y retribuciones que las que tuvo el trabajador cualificado de la generación anterior, en cuanto a salario, vacaciones, etc.; debe poseer una formación más larga y costosa, una formación frecuentemente “hiperespecializada”.

Mercancías culturales como las series de moda, los videoclips dominantes o los libros de autoayuda distribuidos por los grandes emporios culturales controlados por una elite burguesa mundial, en este sentido, reflejan y fortalecen una tendencia inmanente a la lógica capitalista actual. Refuerza toda aquella parte de la superestructura que reproduce ideológicamente la dinámica capitalista tendente a aprovechar las asimetrías del desarrollo desigual y combinado de las diferentes regiones del globo. Se aprovecha de las ventajas comparativas que pueden ofrecer al empresariado los diversos territorios en cuanto a diferencias salariales, legislación medioambiental, fiscal, etc.; y con ello, demanda un tipo de trabajadores desarraigados que no tenga problemas en seguir la trayectoria siempre cambiante de los flujos de capital. Y en este contexto de competencia descarnada y movilidad permanentes, el amor, como su lógica expresión política, la solidaridad, estorban.

La expropiación del derecho a amar tras su ridiculización como una quimera inalcanzable por el flujo de las industrias culturales hegemónicas, servirá para disciplinar la fuerza de trabajo antes incluso que ésta entre al mercado laboral (pubertad y adolescencia), para fomentar su desarraigo y capacidad de movilidad. Todo lo cual favorecerá una descarnada competición entre trabajadores provenientes de los lugares más distantes, que una vez recluidos en el territorio donde se ubique la empresa, solo compartirán un sentimiento de desarraigo que sin esperanzas de superación sistémicas conducirán al nihilismo y la auto-destrucción.

El amor y la solidaridad estorban

Esto es algo que los profesores de secundaria estamos cansados de ver en los alumnos de clase trabajadora más humildes, víctimas de familias cada vez más desestructuradas. Despojados de cualquier proyecto de mañana digno de esfuerzo y encarcelados en un presente ciclónico donde la pulsión de placer del consumidor alienado domina sus acciones, viven presos de un nihilismo y una apatía vital que nada bueno traerá cuando el paso del tiempo los transforme en ciudadanos adultos y en los esclavos asalariados del mañana. Mientras aumentan las jornadas de trabajo de los obreros y el conjunto de las familias, también crece el tiempo de exposición de su prole a la lógica ideológica del capital (videoclips, series de TV y videojuegos súper agresivos y alienantes, etc.). De este modo, la hegemonía burguesa, tanto económica como cultural, pasea triunfante en una ciénaga de dolor y de empeoramiento objetivo de la salud de las mayorías. La hegemonía capitalista rodea los cuerpos y las mentes de los explotados, ahogándolos, impidiéndoles pensar en otros proyectos políticos que necesitan de la solidaridad y el amor de los muchos que poco tienen y mucho más perderán si siguen obsesionados con no mirarse más que a ellos mismos.

Pese a lo complicado del panorama, de nada más que nosotros dependerá salvar el amor y otros positivos legados de la cultura homínida de las fauces del capital. Este último, pese a sus peses, nos otorga las herramientas para alcanzar una sociedad superior. ¿Estaremos a la altura de esta oportunidad histórica o seremos testigos de nuestra autoaniquilación mientras no despegamos la mirada de un espejo analógico o digital hastiado de nuestro narcisismo? Si de verdad queremos descubrirnos como personas tendremos que acudir a la mirada del otro y las otras en sociedad: del amigo, del compañero de trabajo, de la madre, del padre y de la mujer que amamos. Pues los espejos, como toda maquinaria representacional, además de a veces deleitarnos y muchas fascinarnos, mienten y nos someten a su ficción interesada. Y siempre lo harán. Porque lo inerte no puede amar ni hacer la revolución y en manos de otros solo serán herramientas de tortura: de nuestras mentes y desfallecidos cuerpos sujetos a los ritmos de la acumulación privada de riquezas. Únicamente desde el amor podemos acercarnos a lo que merece ser gozado, contemplado y retratado, tanto en el arte como en la vida. Utilicemos nuestros cuerpos para hacer el amor (carnal y político) entre los explotados con alegría y solidaridad. Porque si el amor y la solidaridad contrahegemónica de los vivos triunfan frente a la muerte que genera el capitalismo, el resultado de esta cópula con sentido entre lo avanzado de nuestro presente y la negación de sus miserias será el Socialismo.