

Sobre el cortejo en el siglo XXI ¿Cortejo?



La imagen de la introducción de la profesora Charlotte Mathieson a la edición *Sex, Courtship and Marriage in Victorian Literature and Culture* (2012) muestra a una pareja sentada en dos sillas, al lado una mesa de patas delgadas, curvas, con un frutero y dos velas encima. Detrás, una cortina amplia, a manera de telón, cuyos flecos dorados se recuestan sobre una alfombra color azul cielo. En el trasfondo, un salón elegante en donde departen otras damas, caballeros y quizá un mayordomo. El título es COURTSHIP con mayúscula y se autoexplica con la actitud de los protagonistas en primer plano: un hombre y una mujer jóvenes, elegantemente vestidos, él con los ojos bien abiertos inclina su cabeza y torso ante ella, con las piernas cruzadas y sin pisar el vestido que cae en forma de amplísima falda. La joven tiene los ojos entornados, casi cerrados, y luce un medallón que sobresale en su cuello destapado totalmente justo hasta al pecho. Los rizos cuelgan bien puestos y ella sostiene en su mano izquierda un abanico semiabierto. La otra mano la tiene sostenida él, presumiblemente con un buen equilibrio entre firmeza y delicadeza. Es un importante contacto físico, pero está salvaguardado con sendos guantes.

Por otro lado, en la revista *The New Yorker* la periodista Alexandra Schwartz se pregunta si *dating*, la

actividad de socializar, conocer personas, establecer contacto con ellas, salir con ellas, “vale la pena el esfuerzo”. Su reportaje comienza contando una historia de engaño protagonizada por un hombre que parece ser encantador y dedicado y por una mujer que le cree, hasta que se da cuenta de que él mantiene paralelamente otras relaciones, establecidas a través del sitio de contactos en línea OkCupid. Es su introducción a la crítica de un libro de la investigadora estadounidense Moira Weigel sobre la historia del cortejo. Schwartz se extiende en la reseña y comentario, bajo un título que suena imperativo: *Work It* (2016), *Trabájelo*, al lado del cual hay una imagen muy característica de la publicación, caricatura, pero no necesariamente cómica. En una ciudad de rascacielos, un hombre de traje, corbata y sombrero está parado en una terraza. Y una mujer que también lleva sombrero y quizá una chaqueta de manga larga se sostiene con su mano izquierda de la cornisa. No se ve gente alrededor, solo las muchas ventanas de los edificios, una bandera en uno de ellos y tres automóviles abajo, lejos. La mujer extiende el brazo hacia el hombre, mostrándole, con su mano derecha, la pantalla de una computadora de tableta y mirándolo fijamente. De la pantalla “salen” flotando dos corazones, pero el hombre está ocupado mirando fijamente su propio celular e ignora el

Si esta generación se ha acostumbrado a trabajar *freelance*, a no tener nada fijo, a vivir en una economía de servicios, de crisis recientes y latentes, a ser flexible, adaptable y estar disponible en línea en todo momento, a ser “autoempresaria” todo el tiempo, ¿por qué no va a trasladar esto a su vida social?

elocuente mensaje de la mujer que ha subido hasta allí para expresarle sus sentimientos.

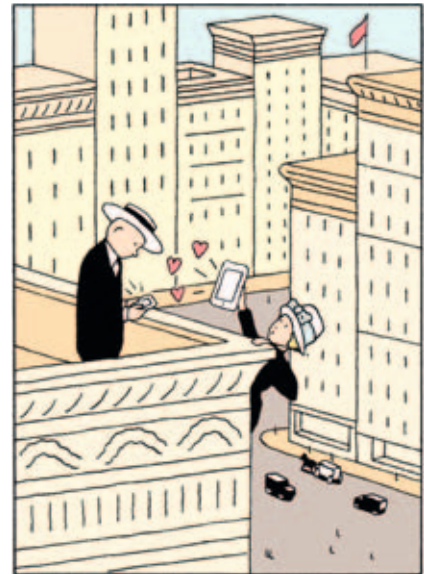
Es probable que la mujer, que vive en el mundo actual de tabletas y celulares —y, se espera, arneses seguros para escalar rascacielos—, pueda conocer más acerca de las relaciones, el sexo y, quizá, el matrimonio, que Hetty Sorrel, la heroína de *Adam Bede* (1859), sobre quien la autora George Eliot escribe que “no había leído nunca una novela [...] ¿cómo podría entonces darles una forma a sus expectativas?”. La profesora Mathieson trae a colación esta línea que presenta a Hetty, proveniente del campo, ingenua, enamorándose del capitán Arthur Donnithorne, un caballero mayor, con más dinero y experiencia. Ciertamente, la literatura ha provisto de material para que distintas generaciones de diversas eras “den forma” a sus ideas sobre las parejas.

En el siglo anterior a Eliot, Jane Austen empezó a construir una obra en la cual desplegó con lujo de detalles su capacidad creativa a partir de la observación de las políticas sociales, económicas, religiosas y legales alrededor de los enlaces amorosos de la época, así como de las ilusiones, restricciones, desengaños, orgullos, prejuicios —y perjuicios también—, de tal manera que, en el siglo XXI, sus títulos como *Sense and Sensibility*, *Orgullo y prejuicio* y *Emma* continúan siendo releídos, reexaminados y vueltos a representar en el teatro, el cine, la televisión y otros medios.

Pero en este mismo siglo XXI, las personas interesadas en el cortejo entendido en amplios términos no tienen a su disposición los manuales respectivos que guiaban paso a paso como los que tenían aquellas de la era georgiana, victoriana o de las primeras décadas de la segunda era isabelina de la actual regente británica, o aquellos protocolos que, con variaciones, dominaban la forma de socializar con fines de formar pareja en

distintas culturas occidentales. En el caso de la Gran Bretaña bajo el mando de la reina Victoria, las reglas eran claras en cuanto al papel de los padres, la estricta etiqueta, el pudor al vestir, y pululaban libros tipo *Flirting Made Easy* (sobre cómo flirtear con facilidad), *Hints on Matrimony by a Practical Man* (claves para el matrimonio, según un hombre práctico), *The New Letter Writer for Lovers* (modelos de cartas para toda situación amorosa), *The Lover's Guide to Courtship and Marriage* (paso a paso desde la sala paterna hasta el altar, que se anunciaba como libro ilustrado, aunque exageraba). En una juiciosa revisión que hizo la historiadora Kathryn Hugues de una enorme colección de volúmenes de este estilo almacenados en la Torre de la Biblioteca de la Universidad de Cambridge (objeto de mucha especulación sobre pornografía del siglo XIX que no resultó ser así), encontró que no solamente se trataba de guías de comportamiento sino de consejos que “no estarían fuera de lugar actualmente”, como el de “continuar” el cortejo también dentro del matrimonio, moderar las expectativas y estar preparados para que la pareja “decepcione casi diariamente”.

Pero, ¿es posible aceptar, en el siglo XXI, premisas basadas en paciencia, procedimiento, persistencia, contención? El actual es el tiempo de la rapidez, del todo es posible, de la expresión facilitada por mecanismos que trascienden fronteras de todo tipo, físicas y mentales, de la interacción permanente mediada por dispositivos tecnológicos. Particularmente, la generación joven Y, compuesta por los llamados milenarios, se caracteriza por la tendencia hacia la gratificación inmediata y momentánea, a la exploración abierta de múltiples formas de conocimiento y relaciones sociales, sexuales, afectivas, y acostumbrada a una comunicación en la cual predominan los mensajes cortos de texto, el chat, *selfies* e incontables



intercambios breves en teléfonos. El carácter global de la comunicación en línea hace además que estas tendencias y hábitos se compartan de forma más rápida y uniforme entre contemporáneos de distintos países, como se observa al analizar, por ejemplo, los estudios del Pew Center en Estados Unidos sobre los *millennials* en ese país y encontrar afinidades prontamente con los de muchos otros.

Si esta generación se ha acostumbrado a trabajar *freelance*, a no tener nada fijo, a vivir en una economía de servicios, de crisis recientes y latentes, a ser flexible, adaptable y estar disponible en línea en todo momento, a ser “autoempresaria” todo el tiempo, ¿por qué no va a trasladar esto a su vida social? En esta línea propone Weigel sus argumentos acerca del *dating* contemporáneo. Ella es una joven treintañera, actualmente candidata a un doctorado en la universidad Yale, vive en San Francisco y es la autora de *Labor of Love - The Invention of Dating* (Farrar, Straus and Giroux, 2016).

En su libro presenta la investigación acerca del origen mismo de la noción de *dating* en Estados Unidos y explica su transformación en el tiempo directamente relacionada con la economía y los cambios laborales. Dicho origen lo enmarca en el siglo XIX, cuando empiezan a crecer las ciudades estadounidenses con población nativa y con miles de niñas y mujeres, procedentes tanto del campo como de países europeos, que emigran hacia los centros urbanos. Entre la burguesía, los jóvenes no hacían *dating* sino *calling*:

el joven pretendiente se presentaba a la casa, previa invitación, entregaba su tarjeta al sirviente y esperaba en el salón a tener un rato de conversación con la joven elegida, bajo la vigilancia de la madre de ésta, otra familiar o chaperona, y así, hasta formalizar la relación en un compromiso. Entre las clases trabajadoras, no había tal formalismo —básicamente tampoco se disponía de tales aposentos residenciales— y los encuentros se sucedían en lugares públicos: la calle, los salones de baile, las reuniones de la iglesia. La disparidad salarial entre hombres y mujeres hacía que éstas dependieran de una invitación masculina para tener un poco de entretención e incluso de comida mejor que la habitual. Esto condujo a frecuentes acusaciones de “trabajo sexual” hacia aquellas jóvenes que se encontraban de noche caminando con un hombre que no era su esposo.

Con el mayor acceso de mujeres de la clase media a las universidades, las posibilidades de encuentro no vigilado por los familiares aumentaron, tanto como las actividades para elegir, incluyendo la cita clásica de salir al cine. El automóvil, símbolo de autonomía y libertad, dejó atrás las limitaciones de movilidad en parejas y grupos. En la época de la postguerra y el *babyboom* de los años cincuenta, el crecimiento a gran escala de la economía del país, los jóvenes empezaron a disponer de mucho más dinero de mesadas y, con ello, para gastar en sus citas. Fue también el tiempo de las insignes fuentes de soda y la expansión

del suburbio estadounidense (la vida al estilo la serie de historietas *Archie*, por ejemplo). En las últimas cuatro décadas, las mujeres participan mucho más no solo en el mercado laboral sino además en la partición de cuentas de restaurantes, en la propuesta de invitaciones a salir o hasta de financiar la luna de miel, como se recordará a Carrie, el personaje de la serie *Sex and the City* (1998-2004), que en la película correspondiente (2008) termina yendo a México con sus tres mejores amigas después de que el novio la deja plantada el día de la boda, y durante el viaje lanza al mar su teléfono celular rosado y ahoga el contestador lleno de mensajes del individuo en cuestión (con quien se reconciliará tras acceder, casi al final, a una carpeta sellada de correos electrónicos en su portátil con la palabra *Love*. Eran los lejanos tiempos pre-WhatsApp).

Weigel señala cómo en cada época las fuerzas económicas juegan un papel determinante en las formas del cortejo y, arguye, cada generación critica la forma como la más joven crea sus propios juegos sociales-románticos. No era lo mismo hacer citas a las seis de la tarde a la salida fija del trabajo que intentar quedar con alguien que a lo mejor estará trabajando desde casa, o en un café sin ninguna rutina preestablecida. Es cierto también que diversos términos mercantiles están asociados con las relaciones de pareja: *damaged goods*, mercancía dañada, la mujer que perdía la virginidad antes del matrimonio y, por ende, “salía del mercado”. La gente podía preguntarse por qué un hombre “compraba la vaca cuando podía obtener la leche gratis”. Actualmente, alguien

puede *reach out*, salir a explorar y contactar y, luego de una cita con prospecto, hacer un *follow up*, un “seguimiento”, del cual puede surgir el deseo de hacer un *investment*, de invertir en la relación, que puede terminar siendo nada más que la de *friends with benefits*, “amigos con derechos”.

Si una persona usa Uber para conseguir taxi y Airbnb para encontrar alojamiento, ¿por qué no usar Tinder para conseguir pareja o a alguien con quien salir una noche o una media hora libre? En esta línea van los argumentos de Weigel en contra de quienes hablan de una crisis del *dating* por la explosión de aplicativos web (apps), ya ni siquiera para conocer a alguien y buscar una relación —o pretender querer hacerlo— sino para un *hookup*, un encuentro sexual rápido con alguien de la lista de disponibles en un radio de distancia, como funciona Tinder. En un artículo de la autora, publicado en 2015 en *New Republic*, criticaba otro publicado por la reconocida periodista Nancy Jo Sales en *Vanity Fair*, titulado “Tinder and the Dawn of the Dating Apocalypse”.

El reportaje de Sales causó bastante interés y una respuesta airada de Tinder, manejada muy mal en términos de relaciones públicas, con un aluvión de tweets en la cuenta corporativa diciendo que Tinder era prácticamente un promotor del amor y la felicidad, mientras que los testimonios obtenidos por Sales mostraban una radiografía de transacción utilitarista, al menos de un sector de la población joven de Nueva York que usa sus teléfonos para obtener sexo fácilmente: jóvenes ejecutivos cuantifican sus conquistas a través de medios sociales cada noche, entre unos y otras se envían imágenes



Portada del libro *Labor of Love*, editorial Farrar, Straus and Giroux.

Weigel señala cómo en cada época las fuerzas económicas juegan un papel determinante en las formas del cortejo y, arguye, cada generación critica la forma como la más joven crea sus propios juegos sociales-románticos. No era lo mismo hacer citas a las seis de la tarde a la salida fija del trabajo que intentar quedar con alguien que a lo mejor estará trabajando desde casa, o en un café sin ninguna rutina preestablecida.

atrevidas. Jovencitas de familias y de universidades de élite están recibiendo constantemente mensajes obscenos de hombres que ni siquiera conocen pero que las contactan por alguna red social; y aquellas que no disponen de mucho dinero extra aceptan citas incluso con quien no les interesa pero que les puede representar una salida y una cena en un sitio de otra manera imposible de pagar en el prohibitivo Manhattan. Algunas llaman a esto conseguir “cupones Tinder” para comida.

Sexting, la acción de enviar un mensaje con un contenido sexual explícito, muchas veces gráfico, la *dodgy pix* entre adolescentes británicos, por ejemplo, es parte de la comunicación habitual entre muchas personas de distintas edades y procedencias que emplean hoy la web y los dispositivos electrónicos para hacer y mantener contactos. El asunto es que no es lo mismo ser un adulto consintiendo este tipo de contenidos que un menor de edad o un joven navegando la primera adultez de sobreexposición en línea. Un informe del Centro para la Protección Infantil, Ceop (Child Exploitation and Online Protection Centre), del Reino Unido, indicaba en 2015 que el 31% de las muchachas y el 16% de los muchachos entre 13 y 17 años han experimentado algún tipo de violencia sexual al menos una vez. Si usted sabe que entre sus compañeros circula una foto íntima que usted no ha enviado, y que se ha convertido en “moneda de cambio” que lo expone a burla y acoso, la vida puede volverse una tormenta.

Weigel acusa a periodistas como Sales de “histeria” sobre los usos de Tinder y, en general, sobre las prácticas de *hookups* y demás que pululan entre adolescentes y jóvenes. Dice que, años atrás, la “histeria” era por el cibersexo y que, a su manera de ver, nada grave ha pasado, simplemente están cambiando los hábitos generacionales al ritmo de nuevas condiciones productivas. Su investigación es extensa y su discurso sólido, pero ¿es del todo convincente más allá de la documentación histórica analizada? El alcance de estas prácticas llega a números cada vez más altos de personas: Tinder tiene alrededor de 50 millones de usuarios, de los cuales el 79% son jóvenes de la generación Y, y el 60% del total es de fuera de América del Norte. Es decir, el impacto obliga a un estudio de fenómenos que superan barreras geográficas y sociales determinantes en estudios previos.

El pasado 30 de marzo, el Huffington Post publicó un artículo titulado “*Dating* está muerto, que vivan estos modelos de emparejamiento de los milenarios”. ¿Tiene sentido hablar del cortejo en el siglo XXI, o debe redefinírsele como el ahora llamado “Netflix and Chill”, ver algo en Netflix y después ver qué pasa en el sofá? Los consultorios terapéuticos tendrán que enfrentar los efectos a largo plazo de esta situación, como ya han hecho con generaciones previas. Entre todo esto, ¿qué papel le queda a la literatura? *Girls*, la popular serie de Lena Dunham en HBO, no es suficiente. Está por verse si surge una novela del amor real en los tiempos de Facebook y Tinder. Quizá algunos jóvenes y, por qué no, también algunos mayores, pueden (re)leer mientras tanto a Bukowski en uno de sus diarios a comienzos de los noventa: “Dejé de buscar la Chica de los Sueños, yo sólo quería una que no fuera una pesadilla”. ■

Lina María Aguirre Jaramillo (Colombia)

Doctora en literatura y periodista. Docente de la Universidad Pontificia Bolivariana. Investiga sobre temas relacionados con literatura, arte, la narrativa de viajes, ciencia y la relación internet-sociedad. Escribe para distintos medios en Colombia y España.

Referencias principales

Todas las referencias disponibles en línea fueron consultadas por última vez el 13 junio de 2016.

- Buckowski, C. (2004). *The Captain is Out to Lunch and the Sailors Have Taken Over the Ship*. Nueva York: Harper Collins.
- Em & Lo (2016). “Dating’s Dead, Long Live These 10 Millennial Mating Patterns”. *The Huffington Post*. Disponible en: <http://huff.to/1V7Y7OE>.
- Hughes, K. (2008). “The secret love lives of the Victorians”. *The Guardian*. Disponible en: <http://bit.ly/29w23Im>.
- Mathieson, C. (2012). Introduction: Sex, Courtship and Marriage in Victorian Literature and Culture. Vol. 4 (2). Disponible en: <http://bit.ly/29rKkEr>.
- Sales, N. (2015). “Tinder and the Dawn of the ‘Dating Apocalypse’”. *Vanity Fair*. Disponible en: <http://bit.ly/1KTucX7>.
- Schwartz, A. (2016). “Work It”. *The New Yorker*. Disponible en: <http://bit.ly/1ToxKjC>.
- Smith, C. (2016). “By the Numbers: 41 Impressive Tinder Statistics”. Disponible en: <http://bit.ly/29iTCQR>.
- Weale, S. (2015). “Sexting becoming ‘the norm’ for teens, warn child protection experts”. *The Guardian*. Disponible en: <http://bit.ly/29A3beQ>.
- Weigel, M. (2015). “Dating Will Never Die”. *New Republic*. Disponible en: <http://bit.ly/29qWFnk>.
- _____. (2016). *Labor of Love - The Invention of Dating*. Nueva York: Farrar, Straus and Giroux.