



FILO:UBA
Facultad de Filosofía y Letras
Universidad de Buenos Aires

R

Intimidaciones congeladas : las emociones en el capitalismo por Eva Illouz. Buenos Aires : Katz Editores, 2007

Autor:

Belgrano Rawson, Milagros

Revista

Mora

2012, N°18, pp. 202-204



Reseña



FILO:UBA
Facultad de Filosofía y Letras

FILODIGITAL
Repositorio Institucional de la Facultad
de Filosofía y Letras, UBA

Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo

Illouz, Eva (2007).

Buenos Aires, Katz Editores, 244 págs.

 Milagros Belgrano Rawson

Reconocida en Estados Unidos como una disciplina, la “sociología de las emociones” es una rama de la sociología –relativamente nueva en Latinoamérica– que, lejos de conformarse con el aparente monopolio de la psicología sobre el estudio de las emociones humanas, indaga en los vínculos entre estas y el mundo social. Uno de sus referentes más importantes es la estadounidense Arlie Russell Hochschild, cuyos trabajos exploran el impacto del capitalismo en la vida emocional de hombres y mujeres. La influencia de esta autora ha sido innegable en las que vinieron después, por ejemplo la socióloga francomarroquí Eva Illouz, considerada hoy por algunos académicos como una “intelectual de moda” (en el 2009 fue elegida, por el diario alemán *Die Zeit*, como una de las pensadoras más importantes del futuro). Si traigo esto a colación es porque la ausencia de toda mención a Hochschild es lo primero que llama la atención al leer *Intimidades congeladas*, donde Illouz recopila una serie de conferencias que dio en la Escuela de Fráncfort, en el 2004. En su libro resulta evidente la influencia de Hochschild, pionera no solo en el uso del término “sociología de las emociones”, sino en el empleo de la perspectiva de género y del análisis crítico de pensadores de los siglos XIX y XX para el estudio de los sentimientos en el capitalismo global. De hecho, en el primero de sus libros editado en castellano (en el 2010 Katz Editores publicó *La salvación del alma moderna*), Illouz trabaja sobre una premisa ya anticipada en trabajos previos de Hochschild: los grandes relatos sociológicos de la modernidad –Marx, Durkheim, Weber, entre otros– conllevan, si no una teoría de las emociones, numerosas referencias al plano emocional. Según Illouz, cuando se revisan estos textos bajo la lente de las emociones, los análisis sobre la identidad moderna, así como la división entre lo público y lo privado, experimentan un giro copernicano. Siglos después de la publicación de textos seminales como *La ética protestante*, nadie se animaría a negar que las emociones sean construcciones sociales. Bajo esta propuesta, no demasiado novedosa pero no por ello menos interesante, Illouz argumenta que para comprender la acción social es indispensable estudiar el “color emocional de la acción” y aquello que la impulsa. Y, en este tejido de emociones que

subyace al mundo social, la diferencia sexual es un elemento importante. No es casual, recuerda, que históricamente se haya dado por sentado que el varón debe conducirse con frialdad y dominio de sí, mientras que a la mujer le ha quedado reservado un abanico de emociones opuestas, como la cortesía o la compasión. Bajo este sistema emocional jerarquizado se organizan las convenciones sociales, sostiene esta autora nacida en Marruecos, formada en Francia y Estados Unidos, y que elige la cultura de este último país como foco de sus análisis –en realidad se refiere “al capitalismo” en general, pero finalmente son el capitalismo y la cultura popular estadounidense los que estudia–. Para ella, la construcción del capitalismo fue acompañada por una arquitectura paralela, la de una cultura emocional hiperespecializada, la cual abre la puerta a “otro orden” en la organización social del capitalismo y por lo tanto en su estudio. Este es el eje seguido por Illouz en las tres conferencias que dio en el Instituto de Investigación Social de Fráncfort, reproducidas en este volumen, y que han sido la base de sus libros posteriores.

En la primera conferencia, argumenta que los hombres y mujeres de una economía globalizada actúan como seres altamente emocionales. En la cultura contemporánea, la tradicional –y tajante– división entre una esfera pública, supuestamente despojada de sentimientos, y una privada, saturada de pasiones, se diluye. De este modo, “el yo interior privado nunca tuvo una representación tan pública ni estuvo tan ligado a los discursos económicos y políticos”. Por ello es que, como ya ha demostrado la socióloga argentina radicada en Estados Unidos Viviana Zelizer (pionera también en el estudio de los vínculos entre el dinero y los sentimientos), las emociones no solo no pueden separarse de la economía, sino que “el afecto se convierte en un aspecto esencial del comportamiento económico”, escribe Illouz. En la práctica, esto significa que la vida emocional de la gente sigue la lógica de las relaciones mercantiles.

La autora elige el año 1909 como una fecha clave en la conformación de la cultura emocional estadounidense. Ese año Freud viaja a ese país para exponer las

principales ideas del psicoanálisis, las que luego tendrían un fuerte eco en la cultura popular local. Uno de los efectos de la teoría freudiana fue reformular la relación del yo y su vínculo con los otros, lo cual tiene, a partir de la década del 20, implicancias en la literatura de consejos, por entonces una industria emergente que luego devendrá la “plataforma más perdurable para la difusión de ideas psicológicas”. El psicoanálisis y la psicología fueron “minas de oro” para esa industria cultural, porque de esas disciplinas emanaba un aura cientificista al tiempo que ofrecían una “mirada desapasionada” sobre temas tabú, como los trastornos mentales o la sexualidad, sostiene Illouz. Los psicólogos se convirtieron en la voz autorizada para lidiar con prácticamente todos los campos de la vida, entre ellos, la empresa, donde los experimentos funcionalistas serán moneda corriente. Lejos de considerarla como una forma de control, Illouz sostiene que la entrada de la psicología en la empresa “democratizó las relaciones de poder” entre los trabajadores y los gerentes e instauró la idea de que “la personalidad era la clave del éxito social”. Al mismo tiempo, la vulgarización de la psicología fomentó la igualdad entre los sexos, afirma. ¿De qué manera? Bueno, a pesar de la aversión “recíproca” que muchos analistas vieron entre la psicología y el feminismo, a medida que transcurre el siglo XX, el feminismo y la psicología “demostraron ser grandes aliados porque las mujeres llegaron a ser las principales consumidoras de consejos terapéuticos, lo que hizo que la terapia tuviera cada vez más programas en común con el feminismo”, sostiene la autora. Así, el feminismo adoptó el “discurso terapéutico” al impartir la idea de igualdad, comunicación y sexualidad dentro del ideal moderno de pareja. No solo eso, agrega la autora: el tándem “terapia y feminismo” racionalizó las relaciones íntimas, sobre todo a través de la conducta de las mujeres, las cuales cuentan ya a partir de entonces con cierto empoderamiento y autodeterminación sobre sus vidas. Tal vez se extrañe un análisis más complejo sobre los vínculos entre el feminismo en todas sus corrientes y la psicología y, en especial, el psicoanálisis, cuestión que a la luz del cruce propuesto entre emociones y capitalismo se muestra como un nuevo aspecto que merece ser explorado.

La segunda conferencia indaga sobre la manera en que la identidad moderna se corporiza a través de una narrativa que Illouz llama de *reconocimiento* y que aspiraría a la autorrealización y la afirmación del sufrimiento emocional. En Estados Unidos, la terapia se convirtió en una “narrativa de la personalidad” cuando incorporó esa gran narrativa de identidad que es la literatura de autoayuda. Claro que para que

esto ocurriera, la psicología se alejó del determinismo freudiano y propuso una postura “más optimista” del autodesarrollo, facilitada a través del boom de los libros de consejo baratos (en su versión de bolsillo). Así, el consumismo va de la mano del autoconocimiento emocional y, más tarde, a partir de los 60, de la “revolución sexual”. Para Illouz, el consumismo y la liberación sexual confluyen en su aceptación del yo y la reivindicación de una sexualidad libre como factores vitales en la formación de la identidad. Al mismo tiempo, esa postura psicológica más optimista tuvo consecuencias: “... como la vocación de la psicología fue aliviar una serie de formas de sufrimiento psíquico a través de un ideal no definido de salud y autorrealización, y como la corriente terapéutica contribuyó a la creación de una memoria personal del sufrimiento, irónicamente crea buena parte del sufrimiento que se supone alivia”. Así, no es posible, sostiene, dividir la narrativa del sufrimiento de la narrativa de la autoayuda y, de hecho, los vasos comunicantes entre una y otra son contradictorios: la mercantilización de la salud mental por parte de los laboratorios farmacéuticos, la regulación de la profesión psicológica por parte de las aseguradoras, son algunos ejemplos de esa fina trama que vincula el capitalismo con sentimientos como el placer y el dolor. La conducta emocional ya es de hecho, para fines de los años 90, un elemento importantísimo en el comportamiento económico. No casualmente, Illouz menciona *La inteligencia emocional*, del periodista Daniel Goleman, quien con este *best seller* no solo hizo entrar de la noche a la mañana el término “inteligencia emocional” en la cultura popular, sino que formalizó la creación de “instrumentos de clasificación de la conducta”. Tener inteligencia emocional pasó a ser “prerrogativa de una clase profesional responsable del manejo de las emociones”. Así, Illouz enlaza conceptos de la psicología y de la teoría bourdiana con categorías como la clase social: si el capital cultural es un símbolo de estatus, “el estilo emocional” es fundamental para que hombres y mujeres forjen lo que los sociólogos denominan capital social, escribe. A la larga, esto implica que en esta sociedad altamente globalizada y conectada, “la hija del dueño” –figura imaginada por Freud en una de sus *Lecciones* y citada por Illouz– probablemente se psicoanalice y tenga un “*habitus* emocional” con el que competirá eficazmente en el mercado económico y matrimonial.

Si de relaciones y capital social se trata, la tercera y última conferencia lidia con el proceso de afirmación del yo que, en tanto cuestión pública y emocional, encuentra su máxima expresión en Internet, sostiene Illouz. Desde la ya arcaica tecnología de *Tienes*

un e-mail –película descrita en esta conferencia– a Facebook, ha corrido mucha agua. En este sentido, cabe destacar que cuando Illouz dicta estas conferencias Mark Zuckerberg aún no ha inventado su revolucionaria red social –recién en 2006, esta herramienta se abre a todos los usuarios de Internet–. Sin embargo, el contenido de esta conferencia se aplica cómodamente a la Web 2.0, en especial a los sitios de citas para hombres y mujeres. Aquí, Illouz no aporta argumentos originales y sostiene, basada en estudios previos, que el romance virtual anula el cuerpo, lo que permitiría una expresión más completa del yo auténtico. Lo que sigue después es una demostración de los vínculos entre Internet –en este caso, como facilitador de relaciones amorosas mediante el empleo de perfiles psicológicos y presunciones–, las emociones y el mercado. Como en Facebook o los sitios web de citas, el acto de subir un perfil en Internet, al igual que otros formatos como lo son los *talk shows*, “convierte el yo privado en una representación pública”, escribe Illouz. Por otro lado, a diferencia de la espontaneidad que caracterizaba al amor romántico, la Web racionaliza la selección de pareja, sostiene. La autora no puede olvidar, sin embargo, que la idea de amor romántico es relativamente reciente, considerando que incluso hasta fines del siglo XIX en

Europa las parejas –las que contaban con medios suficientes, ya que los sectores populares no podían darse el lujo de casarse– competían en un mercado matrimonial dominado por los intereses familiares y económicos. De todas formas, queda claro; y, como ha sostenido Martha Nussbaum –otra de las intelectuales nominadas por *Die Zeit*–, la cultura popular, y sobre todo la que caracteriza a la era 2.0, no resiste un análisis político porque los productos populares son intrínsecamente contradictorios, ambiguos y arbitrarios. Con esta tercera conferencia, esta “crítica cultural”, como se autodefine Illouz, cierra el círculo de lo que llama “capitalismo emocional”, dimensión en la que los discursos emocionales y económicos se conforman mutuamente.

Al término de la lectura, queda demostrado el eclecticismo intelectual de Illouz, que le permite mezclar –a veces temerariamente– la teoría crítica de Fráncfort, Freud y Foucault con Oprah Winfrey, Jane Fonda e Internet, con resultados por momentos muy livianos. Sin embargo, la obra, muy bien escrita y de amena lectura, cumple holgadamente con su propósito: demostrar que, mal que nos pese, el dinero y los sentimientos están a la vez dolorosa y placenteramente imbricados.