

La seducción: una mirada desde la sociología

*Lauro Hernández**

Para las ciencias sociales la seducción ha sido un objeto de estudio lejano. Pero en el siglo XXI los horizontes se amplían y aparecen nuevos objetos de estudio; entre éstos la seducción. Para abordarla se requiere romper con las fronteras existentes entre las ciencias. La sociología, la antropología, la psicología social, la historia, entre otras, encuentran en este objeto de estudio campo fértil para desplegar sus métodos y sus aparatos teóricos.

En este artículo se estudia la seducción a partir del miedo y la fantasía, el lenguaje y la cultura, la feminidad y la masculinidad, la belleza, la intimidad y los sentimientos. Como objetivo me propongo examinar el cambiante y colorido mundo de la seducción, rescatar su fuerza e identificar su presencia en diversos ámbitos sociales, así como enfatizar la relación del mundo interior de los seres humanos y el mundo social, ambos vinculados por la seducción.

*Profesor-investigador. Departamento de Relaciones Sociales. UAM-Xochimilco. Dirección electrónica: lhernand@correo.xoc.uam.mx

Introducción

De tiempo atrás tengo el proyecto de incursionar desde la sociología en el estudio de los sentimientos. Temas como la intimidad, las representaciones sociales del cuerpo, la lujuria, la seducción y otros, constituyen ahora mi ocupación intelectual, como una parte del estudio de la cultura. Ubicar al ser humano en el centro, abarcando su totalidad para tratar de comprender y explicar los puntos de contacto y retroalimentación entre la vida privada de los sujetos y su vida social es una tarea pendiente para la sociología de los sentimientos. Explicar el problema de la seducción es un primer ensayo de este proyecto.

Miedo, seducción y fantasía

Darle conversación a los fantasmas, a los espectros, no hablar con ellos sino dialogar con ellos, es beber el agua fresca o amarga de las emociones, mantener a raya una racionalidad aplastante y lucrativa nos hace repensar el ahí, que parece externo para convertirlo en aquí, en el alma. Pero los fantasmas puestos fuera se muestran de mil formas cambiantes, habitan en los objetos, en los humanos, en los animales, en el día y en la noche. Sin poder dialogar con ellos, por suponer que están ahí fuera, los fantasmas van y vienen por la imaginación, pero extraños a nuestras vidas. Poseen la fuerza del miedo y el encanto de la seducción; dualidad que se resuelve en actitudes de acercamiento y alejamiento, de huir y quedarse, de cobardía y valor, de sensualidad y obscenidad, de culpa y entrega.

El hombre del siglo XXI tiene un miedo que lo asedia, que lo estrecha; huye hacia la superficie al encuentro de lo efímero, de lo inmediato, de lo fácil, de lo leve o ligero. Llena su mundo de objetos, que no dicen nada pero que ocupan espacio saciando la vista, sin nutrir el espíritu.

La tecnología cambia más rápido que el pensamiento, pues éste sólo toma lo que pasa enfrente sin tiempo de digerirla. El mundo se atomiza, las sociedades pierden sus centros, la vida individual se disgrega, las grandes religiones se fragmentan y aparecen cientos de sectas. El hombre se aferra a la forma que seduce, que atrae y configura relaciones entre los humanos y de ellos con el ambiente.

De la pareja formidable que son el miedo y la seducción, es la segunda la que aparece en la superficie, pero nunca deja uno a la otra. Es en la figura de Narciso donde los dos toman cuerpo. El narcisismo es frágil, no puede mirarse por siempre en el espejo, glorificando al Yo: se rompe en pedazos cuando ese otro al idealizarlo y sublimarlo es digno de mí y yo puedo ser indigno de él. Es este juego, el de la seducción, un lugar sin límites.

Es el lugar, azul a la distancia, cuando se añora y da colores vivos y nos quema, en ese lugar la seducción toma caprichosas formas a tal punto que es imposible hablar de una o hablar de todas, aunque la seducción que nos asedia o queremos que nos asedie es la ligada al amor. Uno y otra no principian ni terminan juntos, pero se nutren como la leña al fuego; la seducción precede nuestros deseos, nuestro discurso amoroso, se retira antes de que el amor concluya, dejándolo frío y hasta razonable. Así como el fuego da miedo y es a la vez necesitado, así el seductor se acerca al otro para no caer en la trampa, huyendo hacia adelante, seduciendo para no ser seducido, alejándose del mal como cuando rezamos para contener al diablo.

Seducción y lenguaje

La seducción como palabra es usada con múltiples significados en la vida cotidiana. A cualquier objeto, situación o persona que atraiga, se le atribuye el adjetivo de seductor. Sin embargo, los poetas nos ilustran sobre lo profunda que es una palabra, "No se puede medir el poder que oculta una palabra, su fuerza, su vivacidad" (Grijelmo, 2002:11).

El espacio y el tiempo de las palabras son inconmensurables en cuanto poseen significados a menudo ocultos para la inteligencia humana, que sólo son alcanzables por medio del inconsciente. "La palabra seducción como toda palabra, está dotada de dos valores: uno es el valor personal, el que el individuo construye y dos el que la colectividad va conformando a través del tiempo" (Grijelmo, 2002:12).

Seducción, contaremos sus letras una a una, la dimensión que ocupa en un papel, contaremos los fonemas que articulamos en cada sílaba, su ritmo, tal vez indagaremos su edad, pero ese espacio verdadero de las palabras, que tiene su "capacidad de seducción, existe y se despliega en los lugares más espirituales y etéreos del ser humano" (Grijelmo, 2002:11).

Las palabras viven en los sentimientos y en la memoria, cuando despiertan, surgen con más vigor, porque traen la fuerza de los recuerdos aletargados; por eso los diccionarios no pueden contenerlas en sus definiciones anquilosadas, porque se nutren en la historia o más aún en las historias de los hombres. "Las palabras denotan, porque significan, pero connotan porque se contaminan. La seducción parte de las connotaciones, de los mensajes entre líneas más que de los enunciados que se aprecian a simple vista. No reside la seducción en las convenciones humanas, sino en la sorpresa que se opone a ellas" (Grijelmo, 2002:33).

No apela a que un razonamiento se comprenda, sino que se sienta. "La seducción parte de un intelecto, sí pero no se dirige a la zona racional de quien recibe el enunciado, sino a las emociones" (Grijelmo, 2002:31).

La seducción de las palabras, su olor, el aroma que logran despertar en aquellas percepciones prehistóricas reside en los afectos, no en las razones. "La seducción de las palabras no busca el sonido del significante, que llega directo a la mente racional, sino el significante del sonido, que se percibe por los sentidos y termina por tanto, en los sentimientos" (Grijelmo, 2002:32-33).

La feminidad rostro de la seducción

La seducción ha estado marcada por el destino, para la religión fue la estrategia del diablo, ya fuese bruja o amante. "La seducción es siempre la del mal. O la del mundo. Es el artificio del mundo". Esta maldición ha permanecido a partir de la moral y la filosofía, hoy reafirmada por el psicoanálisis y la liberación del deseo. Puede parecer paradójico que, "promocionados los valores del sexo, del mal y de la perversión, festejando todo lo que ha sido maldito su resurrección a menudo programada, la seducción sin embargo haya quedado en la sombra donde incluso ha entrado definitivamente" (Baudrillard, 2001:9-10).

La seducción no pertenece a la naturaleza, es artificio, es ritual, ahí está su fuerza, "Por ello todos los grandes sistemas de producción y de interpretación no han cesado de excluirla del campo conceptual, afortunadamente para ella, pues desde el fondo de este desamparo continúa atormentándolos y amenazándolos de hundimiento" (Baudrillard, 2001:10).

La seducción es subversiva, siempre está rompiendo todo orden y desde la sombra de su desamparo, rompe el mismo orden de Dios trastocándose bajo su influencia el orden de la producción y aun el orden de sí misma. "Por eso todas las disciplinas que tienen por axioma la coherencia y la finalidad de su discurso, no pueden sino conjurarla. Ahí es donde seducción y feminidad se confunden, se han confundido siempre" (Baudrillard, 2001:10). Cualquier masculinidad ha estado siempre obsesionada por esta repentina reversibilidad de lo femenino. "Seducción y feminidad son ineludibles en cuanto reverso mismo del sexo, del sentido, del poder" (Baudrillard, 2001:10).

La feminidad nos remite al principio de incertidumbre en la medida que los polos sexuales pierden su situación estricta, los hace oscilar. Históricamente es una creación de la falocracia masculina y seguramente si las cosas van como hasta ahora, serán un producto de la falocracia femenina. Es mayor la incertidumbre de la feminidad en cuanto no tiene una reminiscencia única en la mujer y es posible su representación por ellas o por ellos. Más aún, en cuanto se separa del sexo, su poder de seducción se intensifica al punto que sobreviene el desencanto, si en un espectáculo cualquiera que fuese, se sorprende a una mujer representándola, perdiendo gracia, pues la feminidad en cuanto más artificial mayor capacidad de seducción proyecta.

El éxito de los travestís estriba en esta sobre representación de lo femenino, pues significa apropiarse algo que le es ajeno o suponemos que es ajeno, aprendiendo a dibujar, a actuar con la soltura y a proyectar la gracia que supondríamos natural en la mujer. "Ni homosexuales ni transexuales, lo que les gusta a los travestís es el juego de indistinción del sexo. El encanto que ejercen, sobre sí mismos proviene de la vacilación sexual y no, como es costumbre pensar de la atracción de un sexo hacia otro, lo que les apasiona es seducir a los mismos signos" (Baudrillard, 2001:19-20). Parecen obsesionados por los juegos de sexo, pero sobre todo lo están por el juego, y si su vida parece más imbuida en el sexo que la nuestra, es porque hacen del sexo un juego total, gestual, sensual, ritual, una invocación exaltada, pero irónica. Una mujer no mujer que representa la feminidad y que jugando con los signos, lleva a la perfección su poder seductor es más capaz de jugar en el juego de la seducción que una mujer/mujer (Baudrillard, 2001:20). Para que una mujer/mujer alcance grandes alturas en el juego seductor, tiene que ir más allá de los signos, apartando a la feminidad de la sexualidad, es decir representando el papel que el masculino quiere o tal vez sería mejor decir que el masculino fantasea. La feminidad es símbolo, por eso es prohibido, se piensa, se discierne como lejano. Es también imaginario porque el yo se gratifica con su imagen, con su propia fantasía y es real porque ubica al masculino como pequeño, como átomo que no alcanza las alturas, las tonalidades de lo femenino.

Entonces, "la seducción es siempre más singular y más sublime que el sexo, y es ella a la que atribuimos el máximo precio" (Baudrillard, 2001:20). La feminidad al ser representación no entra en el juego de lo perverso, puesto que ya no hay signos que pervertir, se presenta así misma como completa. "La misma seducción se refuerza con una parodia donde se transparenta una ferocidad bastante implacable para lo femenino, y que podría interpretarse como anexión por el hombre de la panoplia de seducción de la mujer" (Baudrillard, 2001:21). La representación de la feminidad parecería burlesca, pero esto no es así, porque en las fantasías de los hombres, la feminidad paródica es una representación como ellos imaginan en sus fantasías.

Y es que la seducción resurge en este siglo XXI con su poder, poder que se expresa mediante la forma, de lo artificial, la mujer/mujer para proyectar su fuerza necesita tomarla del imaginario masculino y expresarlo en signos, así la sumisión, la debilidad sólo son apariencias, es clara en la historia la presencia de lo femenino como eso misterioso, insondable, ahí está la seducción.

La fragilidad del hombre, del masculino descansa en su aparente fuerza, en el ajuste a su realidad sexual, en proyectarse como un ser activo, audaz, decidido, pobre fuerza que se rompe como el cristal, sin golpearlo, sólo con la formación de fantasías y con la presencia de lo femenino. El maquillaje, los afeites tienen la función de separar a la mujer, al travestido de lo real y con ello, con una nueva figura él o ella ingresan en el terreno de la fantasía del masculino y el femenino. Según Tertuliano (apologista

cristiano) “los ungüentos y los polvos son artificios cuyo secreto enseñan a las mujeres los ángeles caídos” (André, 1959:13).

Si esto es así en el lenguaje común y aun literario seducir es: usar los atractivos, la totalidad de la gracia que posee un ser, de manera consciente o inconsciente, para atraer la atención, el interés, el deseo de otro ser. Propia de cada individuo, esta función vital no está explicitada, bien a causa de su inconciencia, bien por estar rodeada del velo de pudor que reviste toda actuación cuyo objetivo es la búsqueda de un ser complementario en vistas a la unión amorosa con él.

El masculino puede seducir sí, siempre y cuando mostrando su fuerza, sucumba irremisiblemente ante la fragilidad atribuida a lo femenino: en los ademanes, en las expresiones, en las palabras, en los movimientos corporales.

En el siglo XX la seducción fue olvidada, tomaron su lugar el sexo y el deseo. Se abrió paso la llamada libertad sexual y la expresión libre del deseo, suponiendo que el espíritu humano buscaba romper las cadenas de la opresión sexual, suprimiendo el misterio de la relación entre los humanos, ahora al encontrarse el individuo ante un aislamiento espiritual, nos damos cuenta que hay algo más que deseo y sexo; que las palabras fantasía, fantasmas, nos ilustran acerca de que hay un antes y un después; y ese espacio subliminal ritualizado le da corporeidad a la seducción.

Mucho hay que discutir sobre la fuerza y poder de la seducción para que construyamos escenarios donde nuestros sentimientos y realidades se encuentren. El lenguaje popular, ya se dijo en otra parte, toma a la seducción como simple atracción, a cualquiera que se presente diferente a lo común para llamar la atención, se le llama seductor. Si una mujer se viste con su mejor vestido, se perfuma, se maquilla, es decir se arregla, se dice que es seductora o que trata de ser seductora. En el concepto mismo de arreglarse que en principio significaría salir de lo cotidiano para exhibir una figura como se dice también muy compuesta, ahí es donde está lo femenino, y todos sabemos qué es eso, sabemos que la mujer arreglada está eso, arreglada y también le aplicamos los calificativos: ¡qué femenina te ves!, ¡qué guapa!, ¡qué seductora!

Las feministas se enfrentan contra lo masculino para buscar igualdad, en principio sexual, rechazando lo femenino porque según ellas expresa un signo de opresión y en ese juego perverso, sin saberlo, adquieren la fragilidad de lo masculino, renunciando a su poder histórico. Sabemos que la fragilidad es aparente, que en sí misma hay una fuerza. Las feministas radicales pueden caer o caen en un mimetismo de algo que también tiene mucho de irrealidad: lo masculino.

No se puede negar que las mujeres tienen derechos, tantos como los hombres, no se puede negar que hay movimientos feministas inteligentes que buscan la igualdad jurídica y social de las mujeres y los hombres pero esto no excluye a la seducción, o no debería excluirla, porque ésta aparece una y otra vez, desde la sombra se proyecta mediante lo simbólico, lo imaginario con visos de realidad. Este es el punto, la

seducción no consiste en enfrentar a los sexos, no es una guerra. Su campo no está en el choque, la esfera de la seducción es caliginosa, las figuras se desdibujan y dibujan mediante la imaginación. Si la seducción muriera, cosa imposible, la barbarie, lo burdo, golpearía nuestro espíritu. Por eso, muy a pesar de los embates de la ciencia y de una racionalidad productivista, parafraseando a Nietzsche cuando afirma que dios ha muerto, habría que decir: la seducción ha muerto, viva la seducción. Vive en los rituales del amor y del espectáculo del cine y del teatro para regocijo e identificación de los espectadores, basta un ejemplo:

Pérez Prado y sus mambos dejan excitados los cuerpos, con resuellos cortos las almas... y en el escenario, supliéndolo, brota una aparición: es una figura que flota suavemente, muy suavemente, sin tocar el piso; es la negación absoluta a las líneas rectas, una mujer hecha de ondas dulces, sabrosas, sin final ni principio.

De la brevísima cintura se desliza sin brusquedad la cadera más generosa y rica nunca antes soñada, y a esa cadera se prenden los mil ojos de los estudiantes y los no estudiantes y con ellas suspiran y viven sus noches.

Sin más ni más, se apropia de la publicidad ajena: "La cerveza Victoria es Nuestra", y los hombres imaginan que la María Victoria es nuestra, la María de la cadera cósmica, la del canto que confirma las promesas sensuales de su cuerpo.

Y para sentirla más cercana, verdaderamente más nuestra, los estudiantes y los no estudiantes, lanzan al aire un monólogo de deseos mientras canta:

"Ahora canta de espaldas, mamacita".

"María, cómo te mueves".

"Ya no te muevas, María, ya acabé".

La única respuesta de María a estos gritos que piden acercamientos reales, es su sonrisa dulce, una sonrisa de Mona Lisa, que nada promete, si acaso sugiere.

"María, ya nomás cantas ésta y nos vamos a la casa".

Todos sueñan con llevarse a María para su casa, envolverla en la intimidad de su cama y tenerla, y poseerla, y escuchar junto al oído su canto voluptuoso, continuación de la morbosidad carnosa de su cuerpo y la incógnita de su sonrisa.

Los gritos desbordantes de ingenio, compiten entre ellos disputándose los aplausos del público, ganados a buena ley si expresan fielmente los deseos masculinos y viriles de la concurrencia. Esta voz de la sensualidad endemoniada, pronto se mete a todas las rockolas de cantinas y cafés, y se cuela hasta el mismísimo radio. Sí, al radio que penetra a los hogares decentes y católicos, creándoles otro problema –como si no fuera bastante con el cotidiano rechazo a la propaganda protestante. Afortunadamente la liga de la Decencia eleva una enérgica protesta y se retira, por lo menos, una canción de las ondas hertzianas. La peor de ellas, donde la mujer se atreve a cantar "Qué bonito siento" incitando a los radioescuchas

a sentir bonito, desbocándose en pasiones sicalípticas en el sexo. Como si no nos hubieran enseñado desde la doctrina y en la escuela de monjas y en los retiros espirituales, que se trata de procrear hijos para dedicarlos a soldados de Cristo y nunca, nunca, de sentir bonito.

Las mujeres son más curiosas que los gatos. Y llegan al teatro grupos de señoras bien, disfrazadas con gafas negras y cuellos subidos hasta la oreja, evitando que alguien las reconozca. Ellas mueren de envidia, aborrecen a María Victoria porque les roba los sueños de sus hombres. ¡Los pobres! Se les engaña y se les toma el pelo con tanta facilidad. Los muy ingenuos, ni cuenta se dan de las argucias de esta aventurera.

—¿Te fijaste Loly? Esa cabellera que parece una negrísima, sedosa y abundante mata de pelo, sólo es una buena y cara peluca. Los ojos enormes y negros, clásicos de las tapatías, son el efecto del maquillaje y las pestañas postizas. No nos va a engañar, nosotras sí sabemos.

—¿Le viste los dientes, comadre? ¡También son postizos! ¿Cuándo has visto unos dientes tan blancos y perfectos? ¡Ay comadre! Y si le seguimos para abajo, ya verás: la dichosa cinturita es por el corsé tan apretado que se carga. Date cuenta, no puede ni respirar la vieja, por eso, cuando canta se le hace ese hilito de voz, es que ya se anda desmayando. ¡Y eso es lo que deslumbra a los hombres! Dizque sensualidad. ¡Qué tontos!... y lo peor, comadre, lo peor es lo de más abajo: se pone rellenos en el trasero.

Las señoras se mezclan en los tumultos que esperan a María "para conocerla en persona y de cerquita", fuera del Margo, de la W y de Televisión, armadas con sendos alfileres para confirmar, de modo irrefutable, la versión de los rellenos. Algunos pinchazos se cuelan burlando la vigilancia y provocan gritos de dolor en María. El remordimiento, unido a la sorpresa de las señoras, no impide la permanencia del odio.

Y sin darse por vencidas, corren a la modista con el corsé en ristre y popularizan la moda "María Victoria": trajes de noche excesivamente entallados en la cintura y las corvas, muy untaditos a la manera de sirenas; se adoptan los andares lentos y provocativos y la actitud permanente de seducción apenas sugerida" (Margo Su, 1990:75-77).

Igual al pez que no comprende la ola en que navega, navegamos en los remolinos de la seducción sin comprender sus vaivenes.

Seducción en Occidente

En Occidente, a principios del siglo pasado, prácticamente se decreta el fin de la seducción. El sexo y el deseo ocupan un lugar preeminente y si acaso se habla de seducción es en términos suaves, ligado a aquello que llama nuestra atención: un automóvil, un paisaje, un animal, una mujer armónicamente compuesta. Se le subordina al sexo, se le confunde con la atracción sexual o tal vez con el deseo que al fijarse en el objeto deseado, cumple su objetivo. Es ahora que la seducción se fija como antaño en el mal.

Basta ver las leyendas que sobre el diablo hay en distintos países (Prada, 1959:10).

Lipovetsky en un artículo nos presenta la seducción como el fin y el motor del personalismo (extremo del individualismo) en los tiempos posmodernos. La seducción no se circunscribe a las relaciones interpersonales según él, "la seducción, ocupa un lugar preponderante como un proceso regulador del consumo, las organizaciones, la información, la educación, las costumbres" (Lipovetsky, 1999:17).

La seducción se convierte en una nueva estrategia y en las sociedades contemporáneas le quita primacía a las relaciones de producción en beneficio de unas relaciones que son matizadas, impulsadas o motivadas por relaciones seductivas.

La seducción viste a nuestro universo de colores vivos, de rayos fulgurantes, de entornos *psicologizados*, de ambientes musicales e informativos en los cuales cada sujeto puede componer a su parecer y antojo los elementos de su existencia. El proceso de personalización reduce los marcos rígidos de las antiguas organizaciones y la seducción actúa como aquella antiquísima serpiente mítica creando la ilusión de libertad electiva en la persona, de perseguir su propio interés.

El mundo laboral, por su naturaleza basada en el orden, presenta mayor resistencia al influjo de la seducción aunque tenderá a ser disminuida esa resistencia al arribo de nuevas tecnologías que personalicen también a ese ordenado mundo. Ya es cada vez más frecuente la presencia de psicoterapeutas y técnicos en comunicación y en relaciones humanas. Ingresamos a la era de la flexibilidad, en las costumbres, en la moral, en los tiempos de trabajo, la libertad está al alcance de la mano y tras de la idea de libertad la seducción: cada uno es dueño de su tiempo buscando disminuir el peso de las organizaciones rígidas. En este clima "la última moda es la diferencia, la fantasía, el relajamiento, lo estándar" (Lipovetsky, 1999:21).

En la cultura posmoderna la razón, deja su paso al *feeling*, a la liberación individual que se esparce a las categorías de edad y sexo. La seducción envuelve todo sugiriendo una socialización suave y tolerante, dirigida a personalizar al sujeto posmoderno, por eso no es un espacio en que la comunicación se diluya, ni es un escenario destinado a ocultar relaciones abyectas, es un escenario donde opera sistemáticamente un proceso de personalización.

A lo cambiante de las organizaciones sociales se apareja un dinamismo del individuo caracterizado por, gracias a la tecnología, crear su ambiente sonoro, la música ocupa los espacios a todas horas, como si en ella y por ella el individuo personalizado crease una red en torno suyo que deja ver al mundo desde dentro eligiendo sólo aquello que le es atractivo.

Se perfila una nueva política en que se promueven actitudes de confidencias íntimas, proximidad, autenticidad. La política posmoderna promoviendo actitudes y valores personalistas, tendrá la capacidad de manipular la seducción como una nueva forma de control, creando un ambiente hedonista caracterizado por la búsqueda del

placer aquí y ahora y la expresión libre de los afectos.

Para Lipovetsky la seducción casi es la marca del posmodernismo en ésta se pierden las fuertes interrelaciones entre los individuos, el sentido colectivista. Si seguimos este pensamiento, la seducción nos conduciría al mal, ahora todo está permitido, todo se muestra, se muestra el cuerpo, el sexo, se busca el cumplimiento de los deseos, todo es aquí y ahora; pero la seducción nos da sorpresas, nos envuelve de pronto y nos presenta un mundo no real, el de la fantasía.

Ante el decreto de muerte contra la seducción en occidente, la seducción existe y con tanta fuerza que ocupa un lugar importante en las relaciones entre los seres humanos pero esto ocurre en culturas no occidentales [...] En un acto de soberbia permanecemos incomprensivos y vagamente compasivos ante esas culturas para las que el acto sexual no es una finalidad en sí, para las que la sexualidad no tiene una seriedad mortal, de una energía que hay que liberar, de una eyaculación forzada, de una producción a toda costa, de una contabilidad higiénica del cuerpo [no entendemos a esas culturas] que preservan largos procesos de seducción y de sensualidad, en los que la sexualidad es un servicio entre otros, un largo proceso de dones y contra dones no siendo el acto amoroso sino el termino eventual de esta reciprocidad acompañada por un ritual ineludible (Baudrillard, 2001:41).

Para nosotros (occidentales) esto es pensamiento mágico, porque lo importante es el sexo, producir placer, producir orgasmos en el vacío infinito de lo superficial. Nuestros centros de gravedad han cambiado dando paso a una economía libidinal que da lugar a un deseo que tiene carta de naturalización en el pensar y en el quehacer y sobre todo construyendo un imaginario de la represión y de la liberación, ocultando cualquier ritual de seducción. Entonces es cuando la forma ausente de la seducción se alucina sexualmente en forma de deseo. "Es en esta liquidación del proceso de seducción donde toma fuerza la teoría moderna del deseo" (Baudrillard, 2001:43).

Por ahora y aparentemente, el sexo ha triunfado sobre la seducción subordinándola, creando la ilusión de que primero están el sexo y el deseo pero en el campo de lo simbólico la seducción precede y el sexo se da por añadidura. Bastaría responder la siguiente pregunta ¿es posible el acto sexual sin la presencia anticipada de la fantasía y de cierto temor que la acompaña?

Dos lógicas se confrontan: por un lado la lógica económica del sexo y la producción y, por otro, la de ritualización y desafío de la seducción. "En el fondo, la pura demanda sexual, el enunciado puro del sexo son imposibles" (Baudrillard, 2001:46), pues el discurso antiseducción que aparece en formas y modalidades distintas no es otra cosa más que la metamorfosis de la seducción. "La seducción no es un proceso interno a la sexualidad, a lo que se le rebaja generalmente, es un proceso circular, reversible, de desafío, de sobrepuja y de muerte" (Baudrillard, 2001:50).

En el productivismo occidental se impone todo, se mide cronológicamente, en éxito y progreso siempre hacia adelante, siempre no regresar, no volver, siempre producir, tangiblemente ver y tocar los productos, ¡qué angustia del hombre moderno occidental no poder regresar, no poder voltear los ojos, no reconciliarse con su pasado! Quizás en este punto resida la forma de vivir, la velocidad de los acontecimientos (sólo pasamos por la superficie) tal vez en este punto también resida no tener una vida vigorosa, buscando lo inmediato, lo leve, ese afán de la vida moderna de no ajustarse a los tiempos y querer vivir, corporalmente hablando, lo que ya pasó.

La seducción no busca sólo la juventud, se puede dar en todas las edades, y al no ligarse al productivismo occidental, campea libremente por nuestro espíritu y al separarnos de la realidad productivista nos enseña un mundo siempre nuevo, algo sucede que los colores y las formas cambian de significado y es que la seducción representa el misterio de la vida espiritual, el misterio de la locura. Tal vez lo que hace en nuestra mente es ubicarnos en la realidad profunda, realidad de nuestro ser. "La seducción nunca es del orden de la naturaleza, sino del artificio, nunca del orden de la energía, sino del signo y del espíritu" (Baudrillard, 2001:48-49).

En el proceso de personalización, el objetivo es gustar, no importa el esfuerzo que se haga, dinero y disciplina contribuyen a la obtención de la belleza. ¿Y por qué es preciso gustar? Porque actualmente la fealdad es pornográfica, es la nueva obscenidad. Lo único cuya exhibición está prohibida es la desgracia física; nosotros malvados, nosotros pobres pecadores, no mostramos nuestro cuerpo cuando estamos desnudos, mostramos nuestra fealdad. "En pocas palabras presenta a la desnudez como un paraíso prohibido a los feos" (Bruckner, 1977:306). Parece que la fealdad es inmoral y que la seducción solo se da con la belleza o mejor aún con los modelos de belleza. Nos engañamos muy a pesar del productivismo, en este caso de la "belleza". La seducción aparece gracias a rituales cambiantes y nos da sorpresas. La llamada fealdad puede ser el detonador de un proceso seductivo.

Seducción y amor mediados por la belleza

Los rituales de la seducción, como todos los rituales, son cambiantes en el tiempo y en el espacio. La fuerza de los mismos puede ser más o menos intensa, pero queda su presencia necesaria como mediadora de las relaciones afectivas entre los seres humanos. "Reconozcamos que la seducción ocurre entre un conglomerado de seres y un individuo y por ello la percepción visual debe su preeminencia a que es a la vez un aparato de registro y un medio de comparación" (Bruckner, 1977:31).

Ahí, en la mirada, principian las conjeturas acerca de los posibles encuentros, y el deseo confuso busca su objeto, jugando al azar para que nos favorezca con un acer-

camiento: "paradoja de la seducción, minoritaria como mercado, es omnipresente como mirada. Las transacciones son escasas, la obsesión universal" (Bruckner, 1977:302-303). "Mujeres que pasáis por la quinta avenida, tan cerca de mis ojos, tan lejos de mi vida" (Tablada, 27). Con la mirada, otros sentidos contribuyen a compararnos, a imaginar condiciones; la mirada es un sentido adelantado, con ella se construye una vía de expresión para el oído, el tacto y el olfato.

Sucedo que la calle "es ese espacio extraño y cruel en el que no cesamos de evaluarnos y en el que no se coincide prácticamente nunca. El perpetuo examen al que cada cual se entrega en relación al otro, sólo excepcionalmente desemboca en el intercambio efectivo" (Bruckner, 1977:303).

En este mirar para valorar, en este imaginar posibilidades, en el desear, ocurre que a veces los cuerpos salen de su inmovilidad y entonces un golpe de azar alimenta el encuentro, pero este encuentro, jamás es la culminación, siempre es la excepción.

La mirada no es el prelude necesario de la seducción, pues existe el imaginario, éste antepone finos cristales a los ojos a través de los cuales evaluamos, valoramos los posibles acercamientos, la mirada se torna en finalidad.

El mercado es excluyente, pide condiciones de admisibilidad complicadas, pocos y pocas son elegidos para ingresar y vivir en éste, es un asunto de construcción de belleza entendida como cada cultura la concibe.

Los seres humanos, tenemos la costumbre de generalizar el presente, proyectándolo al pasado, entonces aplicamos conceptos y categorías para referirnos a otros tiempos, nos es difícil entender que todo cambia, muy a pesar de que ahora en el pos-modernismo se hable de un cambio incesante. Es el caso de la belleza que ha preocupado a sacerdotes, científicos, filósofos, artistas. Pero la belleza es un concepto de muchas caras, tantas como culturas han existido y existirán, parece que los hombres en su afán de modificar la naturaleza han incidido en la cambiante figura de la mujer.

Hallamos sorpresas estéticas, cada sociedad tiene su ideal de perfección, de belleza, de plenitud. Habrá que reconocer que la belleza, su búsqueda y su plenitud máxima en todos los tiempos se ha dado en la juventud, "Todos los humanos son, en algún momento de su vida, un bello o una bella joven; si no el matrimonio, el encuentro de los sexos no sería posible" (Antaki, 1997:37).

Aquí los historiadores y los antropólogos pueden esgrimir muchos argumentos que van desde la duración de la vida humana, la reproducción de la especie, el poder de los pueblos y los recursos de maquillaje de que se disponía. Siempre la imaginación va más allá de lo cotidiano, siempre la belleza como un hecho cultural y subjetivo, cumple su papel de servir de base ritual para la seducción. "Sin este momento específico de belleza, que provoca un deseo irresistible (seducción), la pasión amorosa no podría ser" (Antaki, 1997:41). La belleza no es igual en todos los tiempos en cuanto a su forma, también en su movilidad, en su dinamismo se muestra distinta, basta comparar

la idea de belleza de los griegos con el ideal de belleza del siglo XVI.

Porque en la belleza se concentran ideales, miedos; ha servido para marcar la relación del hombre con los dioses, con la tierra o con el dios que se piensa único. La belleza como idea depositada en la mujer, signo de feminidad ha sido una cárcel aceptada y aun buscada.

Al arquetipo estético: opulenta o delgada según el momento histórico, se le agrega la noción ética de bruja o de santa, o la condición social de esclava liberada y siempre acompañada del paradigma del vestuario oculta o revelada [...] Al influjo de la seducción del deseo de gustar, la belleza ha sido y sigue siendo coercitiva. No hay más que observar la publicidad, los anuncios, las revistas que muestran sus caricaturas de la mujer modelo y mártir (Antaki, 1997:34-35 y 41).

En las figuras religiosas, como culminación, fijamos el ideal inmutable de la belleza: pero nada es más cambiante. En el Medioevo preferían a las mujeres delgadas y en el siglo XVI como una explosión de la forma fueron idealizadas como gordas. Recordemos que esta fue una época de carencia y la imagen femenina era relacionada "con la hambruna, la enfermedad, la catástrofe, las guerras religiosas, la vida y la muerte" (Antaki, 1997:41). En el Renacimiento (siglo XVI) el mundo europeo se expande, se propaga la fiebre de descubrir nuevas tierras, llegan nuevas mercancías, el campo produce más, se fabrican nuevos productos, en este mundo exuberante y poderosamente dinámico se rompe la visión antigua de belleza y el desnudo accede a rango de excelencia. Todo es permitido a los hombres que pintan para otros hombres. "Los pintores ganaron su autonomía, las mujeres empezaron a perder la suya al dejar que se les impusieran nuevos cánones. Siempre la belleza ha sido un asunto de hombres" (Antaki, 1977:43).

Recordemos a Sor Juana al quejarse del maltrato de los hombres, que en uno de sus versos escribe: "hacedlas cual las queréis o quererlas cual las hacéis". Sujetar la belleza a normas es un asunto antiguo: "encerradas en sus corsés hasta perder la respiración, trepadas sobre tacones de cinco centímetros de ancho, aplastadas bajo peinados parecidos a unos edificios, devoradas por las pulgas y los piojos, pintadas de blanco, rojo, negro, azul, hasta perder los dientes y la salud, las coquetas del siglo XVIII parecían haber alcanzado las cumbres de lo tolerable" (Antaki, 1997:34-35).

Los cuerpos con la intervención del hombre están modificándose, desde siempre se han ideado artefactos para modelarlo, para apretarlo o para distenderlo, para que parezca bello según las normas o para que sea abominable. El cuerpo de la mujer ha sido un cuerpo dividido, dual, a la belleza normada se opone la fealdad, los dos son contrarios. El imaginario social necesita del bien y del mal para que tenga sentido lo prohibido y lo misterioso.

Dios y el demonio son componentes de la seducción, y es que tanto la belleza como la seducción no son del orden natural “el que se queda parecido a la naturaleza no se distingue de la bestia” (Antaki, 1997:46).

Muy a pesar de que la ideología del consumo de lo natural está en boga, las bellas de ahora como las de antes se torturan con objetos, sustancias y rituales para tratar de ser hermosas y seductoras. Los paradigmas cambian o se renuevan, los rituales y los discursos otrora atractivos y lisonjeros son vistos con desconfianza y aun como hipócritas o exagerados. La mujer busca su autonomía, su autenticidad, un trato directo, cada vez con más frecuencia toma la iniciativa. Estos vuelcos de sentido, estos paradigmas relativamente nuevos, nublan la presencia de comportamientos y valores supuestamente pasados. Las mentalidades no cambian tan rápido como las tecnologías que crean la ilusión del cambio vertiginoso, la moda misma símbolo de lo superficial, se repite agregando o quitando pequeñas diferencias.

Todavía la seducción de la mujer se basa en una feminidad pensada y asumida a partir del aspecto y las valoraciones estéticas, para darle fuerza a lo estético, a pesar de su declarada autonomía, ellas utilizan la estrategia de mostrarse inaccesibles “Multiplicando los obstáculos, no ceder ni en seguida ni con facilidad a los ruegos masculinos” (Lipovetsky, 1999:46).

Por su parte ellos, desde su masculinidad, aprecian más las cualidades físicas de las bellas que sus capacidades mentales. Este principio de siglo es un tiempo de desconcierto, ¿cómo borrar de la mente masculina esas viejas estrategias seductivas heredadas de aquellos tiempos en que el caballero era guerrero, que tomaba por asalto fortalezas, ese tiempo en el que la mujer era una fortaleza más que había que sitiarse y vencer?

Ante el uso alternado de la fuerza y de la lisonja para obtener el triunfo, ellas no se dejan impresionar, ahora tienen nuevos escudos, nuevos juicios de valoración. En el juego de relaciones entre hombres y mujeres, la seducción es confinada a la sombra, y asoma sus colores cuando es posible, en la intimidad, donde cada cual esgrime su seducción, donde cada uno proyecta su deseo, sus anhelos, donde las palabras dichas una y otra vez tratan de eliminar inútilmente la incertidumbre. El encuentro amoroso y la intimidad son “una puesta a prueba del lenguaje: de su carácter unívoco de su poder referencial y comunicativo” (Kristeva, 1987:2). Prueba que no es cumplida en tanto que el lenguaje amoroso es un vuelo de metáforas de él hacia ella y viceversa, pero sólo anidan cuando cada uno las reelabora. De ahí la incertidumbre que aparentemente es eclipsada cuando el amor loco, el amor-pasión se transforman en lujuria, o para los que se arrepienten en pecado.

Los sexos irremediablemente envueltos en la feminidad y en la masculinidad, están separados por abismos y las metáforas amorosas cumplen la función del polen y fecundan el espíritu creando la sensación de completud, y su maldita compañera, la incertidumbre. “Vértigo de identidad, vértigo de palabras: el amor es a escala in-

dividual, esa súbita revolución, ese cataclismo irremediable del que no se habla más que después” (Kristeva, 1987:3).

Porque cuando estamos en el fuego, en su centro, no hablamos, usamos interjecciones, palabras cortas. El fuego, amor inconmensurable, nos quema, “hablar de él, aunque sea después, no es posible más que a partir de esa quemadura” (Kristeva, 1987:3). Qué paradoja: el amor vivifica como agua fresca y quema como llama viva a un tiempo. Este delirio induce a un estado de inestabilidad en el que el individuo se traiciona a sí mismo para dejar de ser indivisible y perderse en el otro, para el otro, con el otro, trágico riesgo que toman los amantes, lúdica forma de tratar con la muerte. En busca de lo extraordinario, el yo se encuentra con el misterio insondable que significan el hombre y la mujer cubiertos de luces y de zonas oscuras: lo femenino y lo masculino. Una vez más la seducción asoma y nos induce a aceptar lo inaceptable, a seguir caminos laberínticos en busca de significar la vida con la muerte o, por qué no, de significar la muerte con la vida.

¡“Oh inteligencia, soledad en llamas, que todo lo concibe sin crearlo!” (Gorostiza, 1988:72).

Bibliografía

- Antaki, Ikram (1997). *El banquete de Platón*, Joaquín Mortiz (Grandes temas), México.
- Baudrillard, Jean (2001). *De la seducción*, Colección teorema, Madrid.
- Breton, André, André Pyere, Octavio Paz y otros (1959). *Léxico sucinto del erotismo*, Anagrama, Barcelona.
- Bruckner, Pascal y Alain Finkielkraut (1997). *El nuevo desorden amoroso*, Anagrama, Barcelona.
- Grijelmo, Álex (2000). *La seducción de las palabras*, Taurus, México.
- Kristeva, Julia (1987). *Historias de amor*, Siglo XXI Editores, México.
- Lipovetsky, Gilles (1999). *La era del vacío*, Anagrama, Barcelona.
- (1999b). *El imperio de lo efímero*, Anagrama, Barcelona.
- Prada, José Manuel (1959). *Las mil caras del diablo*, Juventud, Barcelona.
- Su, Margo (1990). *Alta frivolidad*, Cal y Arena, México.