



Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos,
Emociones y Sociedad

ISSN: 1852-8759

correo@relaces.com.ar

Universidad Nacional de Córdoba
Argentina

Palumbo, Mariana
¡A jugar! La energía emocional en los eventos de speed dating
Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos,
Emociones y Sociedad, vol. 11, núm. 30, 2019, pp. 35-46
Universidad Nacional de Córdoba
Argentina

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273265802005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad.
N°30. Año 11. Agosto 2019-Noviembre 2019. Argentina. ISSN 1852-8759. pp. 35-46

¡A jugar! La energía emocional en los eventos de *speed dating*

¡Let's play! Emotional energy during speed dating events

Mariana Palumbo *

Instituto Interdisciplinario de estudios de Género (IIEGE) - Universidad de Buenos Aires (UBA) - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.
mrnpalumbo@gmail.com

Resumen

En este artículo describo y analizo las fluctuaciones de la energía emocional— en términos de Randall Collins— en situaciones de interacción que tienen lugar en eventos de speed dating, desarrollados en la Ciudad de Buenos Aires (Argentina), desde un abordaje cualitativo. Estos eventos son un ámbito donde mujeres y varones cis heterosexuales, adultos/as, sin pareja y de sectores medios concurren para sociabilizar erótica y/o afectivamente. La energía emocional aumenta cuando la organizadora brinda las pautas de interacción, entendidas como un juego, para tener citas “exitosas”. Por el contrario, la energía emocional decrece cuando, por ejemplo, se dan escenas de seducción masculina fallidas que la cita sea percibida por las clientas como “eterna”.

Palabras claves: Energía emocional; Speed dating; Interacción; Citas; Heterosexualidad.

Abstract

This article describes and analyses which are the fluctuations of emotional energy—in terms of Randall Collins—in situations of interaction that happen in speed dating events, situated in Buenos Aires City (Argentina), from a qualitative approach. These events are scenes where cis heterosexual, adults, single and middle-class women and men concur for erotic and/or affectively socialize. The interactions where emotional energy increases happen when the organizer gives the patterns of interaction of the event, like it were a game, so people can have “successful” dates; and the interactions in which it decreases are, for example, scenes of failed male seduction that make the female clients feel the date as “endless”.

Keywords: Emotional energy; Speed dating; Interactions; Dates; Heterosexuality.

* Socióloga por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Realizó una Maestría sobre Investigación en Ciencias Sociales (UBA). Es doctora en Ciencias Sociales (UBA), su tesis se tituló “Solos y Solas: búsquedas de vínculos eróticos y afectivos entre mujeres y varones heterosexuales (Área Metropolitana de Buenos Aires, 2015-2017). Fue becaria doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.

¡A jugar! La energía emocional en los eventos de *speed dating*

Introducción

En el contexto de modernidad tardía (Illouz, 2009) las trayectorias de los sujetos devienen heterogéneas y zigzagueantes. Las personas transitan por diferentes relaciones o parejas a lo largo de su vida y conforman vínculos que se adecuen a sus expectativas individuales (Lipovetsky, 2000: 78).

Un elemento central que aparece en este estadio de la modernidad son las soluciones de mercado ocupando un lugar central. Dentro de éstas se halla la mercantilización de lo afectivo, a partir de la compra y venta de servicios diseñados para los ámbitos emocionales de nuestras vidas, entre ellos los de búsqueda de pareja y vínculos eróticos. Estamos ante lo que la bibliografía especializada considera una mercantilización de la vida íntima¹ (Elizalde y Felitti, 2015; Guerra, 2016; Gregori, 2011; Haack y Falcke, 2014; Hakim, 2012; Hochschild, 1983; Illouz, 2007, 2012; Piscitelli, 2009; Piscitelli et al, 2011). Dentro de esta mercantilización y en un contexto de mayor autonomía femenina, las mujeres aparecen como activas consumidoras del mercado² sexual y afectivo. Hay una amplia oferta de bienes y servicios, como *coaching* (entrenamiento) sexual, libros, revistas y películas consagradas al erotismo y a la “sexualización” femenina (Elizalde y Felitti, 2015: 6).

Los espacios sociales destinados a la configuración de mercados eróticos y/o afectivos donde tienen lugar los encuentros pueden ser tanto virtuales como cara a cara: bares, discotecas,

1 Existe una vasta bibliografía que problematiza estas cuestiones a partir del análisis del mercado sexual: Agustín (2005), Da Silva y Blanchette (2005), Gregori (2011), Guerra (2016), Heineman, MacFarlane y Brents (2012), Morcillo (2012), Pruitt (1995), Piscitelli (2009, 2011, 2014), Satz (2015).

2 Los mercados son formas de organización económica y social. Permiten la competencia y la cooperación entre personas que de otro modo serían completamente desconocidas entre sí dentro de un sistema voluntario, aunque con limitaciones internas y externas, de intercambio. Por medio de los mercados los individuos pueden comunicar deseos y difundir información. Es decir, los mercados no se limitan a intercambiar o vender productos (bienes o servicios), sino que contribuyen a la conformación de nuestra política, cultura e identidad (Satz, 2015: 17-20, 32).

saunas, clases de baile, sitios virtuales de contenido sexual, sitios de citas como empresas dedicadas a la formación de parejas y las clases de diferentes bailes, eventos de *speed dating*, entre otros (Illouz, 2012).

Una característica común dentro de los espacios de búsqueda de encuentros eróticos y/o afectivos, cara a cara y virtuales, es que existe competencia implícita entre los/as participantes para posicionarse como sujetos deseables y para buscar a quienes consideran sus mejores candidatos/as (Hakim, 2012: 314; Illouz, 2012: 240). Los sujetos compiten para valorizar sus capitales. Torrado en su definición de mercado matrimonial explica que en la formación de parejas las personas son oferentes y demandantes y accionan para valorizar el capital económico, cultural, social o simbólico a los fines de optimizar la elección de un/a compañero/a. El mercado, para la autora, “(...) está fragmentado por clivajes relacionados con la edad, la etnia, la religión, la clase social, la cultura, el nivel educativo, la localización residencial, etc.” (Torrado, 2007: 399).

Teniendo en cuenta lo anterior, en este artículo describo y analizo escenas donde se observa un aumento de la energía emocional (Collins, 2009) y otras donde decrece, durante eventos de *speed dating* (citas rápidas o multicitas) que tienen lugar en la Ciudad de Buenos Aires (Argentina). El método de citas rápidas, *speed dating* o multicitas es un proceso formalizado de emparejamiento o sistema de citas que consiste, en el espacio observado, en que cada persona tiene diez citas en una noche, cada una de ocho minutos. Basado en el precepto de que “la primera impresión es la que vale”, propone que diez mujeres y diez varones de un mismo rango de edad tengan encuentros de ocho minutos, tiempo que es considerado como suficiente para saber si alguien resulta agradable o no.

El *speed dating* es un ámbito donde mujeres y varones cis³ heterosexuales, adultos/as,⁴ que no están en pareja y de sectores medios⁵ concurren para sociabilizar erótica y/o afectivamente. Los eventos de *speed dating* fueron elegidos para estudiar lo erótico y/o afectivo dado que allí personas que no están en pareja se acercan con la finalidad de conocer a otros/as, a partir de tener micro citas, que son promocionadas de manera explícita. En relación con el criterio de clase social, este ámbito de sociabilidad cara a cara fue seleccionado porque representa una variedad de consumos culturales de sectores medios. Los eventos se llevan a cabo en bares ubicados en barrios donde principalmente residen y circulan personas de sectores medios y con una estética afín, como por ejemplo la música (música *jazz*, *blues* en inglés). Si bien el ingreso es pago, el monto no es tan alto en relación con el poder adquisitivo de sus clientas/es.

En este ámbito del mercado erótico afectivo hay situaciones que aumentan la energía emocional de quienes concurren y otras donde la misma decrece. Respecto aquellas donde la energía emocional se incrementa, me enfoco en dos escenarios de interacción que tienen lugar dentro de los eventos de *speed dating*, en tanto estructuran la dinámica del lugar: la charla inicial de la organizadora con sus clientes/as y las micro citas que tienen lugar. El primer

escenario implica al evento en sí mismo, en específico analizo su momento inicial cuando la organizadora, quien es percibida por los/as clientes/as como quien tiene el saber experto sobre lo erótico y/o afectivo, brinda las pautas de interacción para tener citas “exitosas”. Al tipificar al evento como un juego, ella crea expectativa y entusiasmo entre los/as usuarios/as, a nivel grupal e individual. El segundo escenario que problematizo es el de las micro citas entre los/as participantes, por ejemplo, cuando hay escenas de caballerosidad masculina que son percibidas positivamente por las mujeres.

Las interacciones en las cuales la energía emocional decrece son, entre otras, escenas de seducción masculinas fallidas, las cuales serán analizadas en punto 4 del artículo, las cuales llevan a que el tiempo que dura cada cita (ocho minutos) sea experimentado como “eterno” por las personas.

Empleé la metodología de las escenas de Vera Paiva (2006) para el desarrollo de las entrevistas y para describir las escenas de interacción que examino en este artículo. Paiva propone llevar a cabo una descripción del espacio de la escena, su temporalidad como así de los detalles de las prácticas y de las interacciones que tienen lugar durante la misma. Asimismo, al momento de analizar las escenas tuve en cuenta las pautas de cortejo entre varones y mujeres, las fluctuaciones de la energía emocional, en términos de Collins (2009), que se sucedían durante las interacciones y el papel de la corporalidad. Estos puntos son desarrollados analíticamente en el próximo apartado.

La metodología del artículo es de corte cualitativa. Empleé la técnica de observación participante en el mes de junio de 2016. Luego los eventos se suspendieron dado que la organizadora comenzó a viajar para vender el producto a otros países de América Latina y encarar estrategias para diversificar su mercado. Cada noche se llevan a cabo dos eventos en paralelo, para distintos grupos de edad. Observé dos tipos de eventos publicitados para *singles*⁶ (solteros/as): uno, para mujeres de entre 45 y 49 años y varones de entre 47 y 63 años; y otro, para mujeres de 35 a 45 años y varones de 37 a 47 años. Estos tienen lugar, en promedio, dos sábados al mes (de 19 a 22: 30 aproximadamente) en bares de Palermo, Belgrano, San Telmo o en la zona del Microcentro, y son publicitados a través de un sitio web. Para inscribirse los/as clientes/as pueden

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

4 En relación con el grupo etario analizo el segmento de entre 35 y 50 años. En primer lugar, la concentración de los divorcios, al momento de su sentencia, está dada en los grupos de 35- 39, 40-44 y 45-49 (Dirección General de Estadísticas y Censos. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2014). En segundo lugar, a los espacios de sociabilidad aquí analizados concurren personas dentro de este grupo etario y son promocionados por sus organizadores, principalmente y/o exclusivamente, para un público específico de mayores de 35 ó 40 años. A su vez que las personas entrevistadas manifiestan que prefieren ir a espacios donde concurren personas a partir de esa edad.

5 Retomo la caracterización y tipología de clase media en la Argentina que desarrolla Sautu (2016), a partir su abordaje de dichos aspectos estructurales. La clase media comprende fracciones compuestas por ocupaciones que se desempeñan en el sector privado y en el sector público de la economía. Su rasgo común es que no se insertan dónde está el poder económico y político, pero tampoco en el otro extremo de la estructura de clase. Los gerentes operativos, los profesionales, los propietarios y agentes de sector privado conforman la clase media junto con diversos niveles de la burocracia nacional, provincial, y municipal (Sautu, 2016: 180). En este artículo abordo a personas adultas de sectores medios residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires, Argentina.

6 Los eventos varían según edad, género, orientación sexual y perfil profesional de las personas. Se llevan a cabo eventos destinados para *singles* profesionales, que apuntan a un público que sea profesional y soltero, y que son más caros que aquellos que dicen simplemente *singles*. Asimismo, existen eventos para *singles* no heterosexuales, entre otros.

hacerlo a través de WhatsApp, Facebook o el sitio web del evento. Para la organizadora es importante saber cuántas personas asistirán para así poder diagramar la cantidad de citas. Todo está cabalmente organizado. En cada evento, los/as usuario/as tienen diez citas de ocho minutos cada una, en un máximo tres horas. En aquellos eventos donde hay más usuarios y usuarias, la cantidad de citas ronda en alrededor de catorce.

La organizadora y dos empleados se encargaban de las cuestiones centrales del evento y yo los apoyaba en lo que me pidiesen, como por ejemplo acomodar las mesas y las sillas. Esto me permitió tener charlas informales con las personas que concurrían, observar las interacciones y pautar una entrevista con una de las usuarias de este servicio. Asimismo, le realicé tres entrevistas en profundidad a la organizadora del evento y tuvimos charlas informales⁷ cara a cara y por WhatsApp.

Coordenadas teóricas interaccionistas

Me baso en una perspectiva de análisis interaccionista (Goffman, 1970, 1971, 1979; Collins, 2009). Para este tipo de abordaje, de análisis de las situaciones, la co-presencia física deviene en encuentro cuando se transforma en interacción enfocada, con un foco de interacción común y de intensidad entre al menos dos personas (Collins, 2009). Para Goffman (1971, 1979), los encuentros son tipos de interacciones signadas por normas que sincronizan el proceso de obtener la atención del orador y de que este obtenga la de uno.

Las interacciones están cargadas de emociones. La energía emocional durante los rituales de interacción aumentará o disminuirá según haya sinergia o no de emociones, valores, memorias, acciones, estructuras y moralidades entre las partes (Collins, 2009). Ésta genera sentimientos de membresía y, a nivel individual, confianza, contento e iniciativa para la acción, entre otros. Asimismo, durante los rituales de interacción las personas buscan aumentar su propia energía emocional. Pero esta se distribuye de forma desigual, según las posiciones relativas de poder y estatus que tengan los sujetos.

Algunos ejemplos de rituales de interacción que aparecen en la búsqueda de encuentros eróticos y/o afectivos y en las interacciones son una charla, una carcajada compartida, un beso y otras formas de seducción o cortejo. En estos rituales los individuos se sumergen corporalmente y se da una sincronización. En aquellos casos donde el decoro ritual se rompe, los sujetos sienten lo que Collins (2009) denomina una incomodidad moral.

⁷ Los nombres de las personas entrevistadas y con quienes tuve charlas informales fueron modificados como forma de asegurar el anonimato.

Para la perspectiva interaccionista en la cual me sustento, el ritual de interacción es un proceso corporal y posee una lectura del cuerpo basada en los aportes de la teoría fenomenológica de Merleau-Ponty (1970). Para el autor, los cuerpos son productores de sentidos y no son pasivos. Las personas no solo tienen un cuerpo, sino que son en el mundo con el cuerpo. El mundo es entendido a través del cuerpo no solo como experiencia física, sino también como experiencia sensible atravesada y generadora de emociones (García Andrade y Sabido Ramos, 2014). Explica Collins que cuando los cuerpos humanos se reúnen en un mismo lugar ocurre una sintonización de la cual emergen diferentes emociones, como el recelo o el interés.

Los rituales son iniciados por la convergencia de cuerpos humanos en un mismo lugar. Las emociones que generan los rituales se expresan y visualizan a través de la glosa corporal (Goffman, 1979). Goffman explica que los individuos se expresan tanto por lo que dicen como por lo que emanan corporalmente. La energía emocional se observa en las posturas y movimientos corporales, en la mirada, la voz y la expresión facial (Collins, 2009). Estos aspectos se ven por ejemplo en un diálogo. Cuando las personas dialogan y tienen un foco de atención común, tienden a sincronizar sus movimientos corporales con el ritmo que hablan. Esto significa que la energía emocional aumenta. Se miran unos a otros y lo hacen siguiendo un patrón rítmico: miran el rostro del otro, se responden con micro-expresiones. Hay fluidez en el habla y priman expresiones faciales de confianza y entusiasmo.

A partir de esta glosa corporal, en una determinada situación, en este caso las interacciones en espacios de citas y de encuentros, los individuos desarrollan corporalmente un “*display* de intenciones” (Goffman, 1979: 30) que son interpretables y predecibles por el resto de las personas. En el trabajo de seducción, el cuerpo crea situaciones de intimidad o proximidad corporal (Simmel, 2014) que exceden las relaciones sexuales, como por ejemplo el baile. Georg Simmel analiza a la coquetería como una forma de sociabilidad erótica que implica una dinámica del *quizás* –“quizás tú puedas conquistarme, quizás no” (Simmel, 1961: 62). Es en la pendulación entre la aceptación y el rechazo que la coquetería, según este autor, se pone en juego.

En el *display* de intenciones, la presencia corporal de otras personas nos genera una impresión sensible (Simmel, 2014). La noción de impresión sensible o de proximidad sensible implica que en las interacciones cara a cara les atribuimos a los/as otros/as diversos sentidos de percepción, a partir de

los cuales establecemos formas de relación (Simmel, 2014; Sabido Ramos, 2007). Desde este concepto es posible llevar a cabo un análisis sobre, por ejemplo, las emociones del asco y el desprecio que podemos experimentar en los momentos en los que nos encontramos con otros/as, aunque sean fugaces.

La percepción sobre el otro está atravesada por “modos somáticos de atención”. Estos son “modos culturalmente elaborados de prestar atención a, y con, el propio cuerpo, en entornos que incluyen la presencia corporizada de otros” (Csordas, 1999: 87). Los modos somáticos de atención incluyen, además de la atención *a* y *con* el propio cuerpo, la atención a los cuerpos de las otras personas. Percibimos y evaluamos, desde nuestra propia experiencia, los movimientos, la posición corporal, los gestos, los olores de los otros. Las formas de percibir, sobre qué es agradable y desagradable, no son naturales, sino que están definidas social y culturalmente. Dependen del *habitus* de los sujetos (Bourdieu, 1987).

Es decir, mi lectura del cuerpo es relacional. El cuerpo no es reductible a un aspecto anatómico, no es inerte, porque el sujeto y su cuerpo se van constituyendo en relación con quienes interactúan en determinado espacio-tiempo (Butler, 2012; Collins, 2009; Giddens, 1997; Grosz, 1994; Le Breton, 1995; Nancy, 2007; Turner, 1984).

Aumento de la energía emocional

El juego del speed dating

Cuando las/os clientas/es ingresan al bar donde tienen lugar los eventos de *speed dating*, las sillas y las mesas están ordenadas para que la dinámica de las micro citas sea cómoda y rápida. La organizadora está atenta a todos los detalles. A medida que las personas van ingresando y comienzan a inscribirse, ella les dice a las mujeres que se acomoden en un sector del bar y a los varones en otro.

Las mujeres, mientras esperan a que el evento inicie, se reúnen con quienes consideran de una edad similar y se preguntan “¿vos cuántos años tenés?” o “¿hace cuánto que no estás en pareja?”. Estos temas —la edad y las relaciones de pareja— son los iniciadores de las conversaciones, el punto en común desde el cual mujeres que no se conocen entre sí comparten experiencias.

En las mujeres la edad es un parteaguas, más marcado que en los varones, al momento de la conformación de los grupos. A partir de mis observaciones noté que las mujeres mayores se juntaban entre ellas y miraban a las más jóvenes “de arriba abajo”. En nuestra sociedad, donde es más proclive que haya vínculos entre varones mayores y mujeres más jóvenes (Torrado, 2007), para las mujeres

más grandes la presencia de mujeres más jóvenes en el mismo espacio social es percibido como lo que he dado en llamar “competencia desleal”. En tanto la belleza y el capital erótico se anclan en gran medida en la juventud (Hakim, 2012), quienes sean más jóvenes se posicionarán de manera privilegiada dentro del evento de *speed dating*. Para Catherine Hakim (2012), teórica del concepto de capital erótico, este capital está conformado por la belleza, el atractivo sexual, el cuidado en la imagen, tener aptitudes sociales —tales como gracia, vitalidad y humor—, la juventud y la propia sexualidad (Hakim, 2012).

Las mujeres suelen concurrir al evento con una amiga, es poco frecuente que ingresen solas. Las que van solas rápidamente generan estrategias para incrementar su sentido de pertenencia. Luego de inscribirse, le consultan a la organizadora dónde deben esperar o cuánto tiempo falta para que empiece el evento. La organizadora las lleva al sector donde se encuentran las demás mujeres y les dice a todas: “mientras esperan charlen, háganse amigas”. De este modo, les da confianza a las nuevas clientas, al mismo tiempo que les baja la ansiedad que les genera experimentar un formato de citas novedoso y distinto como es el de las multicitas.

Por su parte, los varones, aunque en algunos casos concurren con amigos, tienden a ir solos a los eventos de *speed dating*. Cuando llegan hablan de a dos o en grupos reducidos de hasta cuatro y también se aglutinan según la edad que parecen tener. En ningún momento la organizadora se acerca para generar dinámicas grupales entre los varones. Aquellos varones que están solos se sientan en algunas de las mesas y mientras esperan usan el celular. Su ansiedad ante la espera de que comience el evento es expresada mínimamente a la organizadora. En algún caso aislado se acercan a ella y le consultan a qué hora comenzará.

Mientras los varones y las mujeres esperan para que comience el evento, cruzan miradas y se observan. Ponen en juego sus modos somáticos de atención. Examinan si alguna persona les parece atractiva. Para ello tienen en cuenta la edad de las personas que observan. En uno de los eventos una de las participantes, una mujer de 38 años, se quejó con la organizadora porque consideraba que los varones que habían concurrido al evento eran mayores en relación con su edad.

Las personas, como forma de generar agrado y volverse deseables dentro de este espacio, van perfumadas y con ropa prolija. En el sitio web de los eventos de *speed dating* se indica que, si bien no hay una manera predeterminada para vestirse, aconsejan a sus clientes/as que se vistan de “modo elegante

sport” y que estén cómodos/as. Les recuerdan que la primera impresión es la que cuenta y que es importante ser auténticos. En tanto estos eventos son un negocio dentro del mercado de citas, ofrecen, tal como escriben en su sitio web, seminarios de “*fashion workshop*” para quienes aún “no encontraron su estilo”.

Tanto las mujeres como varones visten atuendos sobrios. Los varones están afeitados, usan chombas o camisas y pantalón. Ellas usan pantalones largos o polleras con medias, camisa y suéter. Su ropa es principalmente de color negro y la combinan con blanco. La mayoría de las mujeres están teñidas de rubio o tienen mechones de cabello aclarados. Se maquillan con colores claros y de forma sobria. Performan una estética elegante y una exhibición moderada del cuerpo (Bianciotti, 2013). María Celeste Bianciotti (2013) explica que los actos de seducción femenina deseables dentro de las pautas de cortejo heterosexuales son “*performances* de seducción medidas (sutiles)”. Según la autora, así las mujeres se muestran *sexys*, simpáticas y sensuales, pero “(...) sin los excesos adjudicados a la figura del *gato* (exhibicionismo excesivo del cuerpo y la seducción exacerbada) o la *puta* (excesiva cantidad de compañeros eróticos)” (Bianciotti, 2013: 608).

Luego de las acreditaciones llega el momento en que la organizadora llama a los/as participantes a que se reúnan en el centro del bar donde están ubicadas las mesas. Las personas se sientan o se quedan paradas a los costados. Ella se coloca un micrófono inalámbrico con forma de vincha y pide silencio. Se para delante de todos/as y a través de su presencia sonriente e imponente —es alta, usa tacos y tiene una postura erguida— pasa a ser el centro de atención del grupo. Ella es quien dará las pautas de cómo se desarrollará el evento de *speed dating*. Es el objeto (sujeto) sagrado que posee el saber y la capacidad organizativa para que los/as usuarios/as puedan llegar a entablar encuentros eróticos y/o afectivos. El objeto sagrado es aquel que centra la atención del grupo y deviene receptáculo simbólico de sus energías emocionales (Collins, 2009: 170).

Cuando la organizadora da las pautas de interacción lo primero que dice y que marca, una y otra vez a lo largo de su explicación, es que “esto es un juego, dejémonos llevar”. Ella propone un tipo de cortejo y seducción basado en los preceptos agápicos del amor romántico, que implican la entrega y la irracionalidad (Bataille, 2010). Lo primero que postula es no preguntar la edad del otro. El hecho de no preguntar la edad se vincula, según explicita la organizadora, con que cuando sabemos la edad de nuestra cita comienzan a operar los prejuicios. El

criterio de selección basado en la edad cronológica de una persona actúa fuertemente al momento de las búsquedas de pareja en las personas heterosexuales. Para contrarrestar este criterio, dice que “preguntar la edad solo aumenta los prejuicios y no hacen a la persona. Cuando les pregunten cuántos años tienen, digan ¿cuántos años te son suficientes?”. La idea de amor como ágape postula que amamos sin tener en cuenta ningún tipo de equivalencia ni interés social o emocional (Boltanski, 2000).

Asimismo, la organizadora apela a un ideario romántico basado en la caballerosidad y la pasividad femenina. Para ella, el hecho de que un varón pregunte la edad es una “falta de caballerosidad” en las pautas de cortejo, dentro de los cánones de masculinidad que ella espera por parte de sus clientes. La caballerosidad, entendida como la adulación y la adoración de la mujer como claves de conquista, es parte del discurso del amor cortés (Tin, 2012) que se perpetúa dentro de las pautas de cortejo románticas actuales. El amor cortés emergió dentro de las sociedades cortesanas del siglo XII en Europa y permitió el pasaje de las sociedades homosociales a la cultura heterosexual, que postula a la heterosexualidad como una “naturaleza ‘natural’” (Tin, 2012: 7). En tanto las mujeres son el “objeto” de deseo deben ser cortejadas de forma tal que no se le hagan preguntas que las desprestigien, entre ellas la edad. Aunque la organizadora diga que no se debe preguntar, la edad es un capital que actúa posicionando a los sujetos. Será más “cotizado” dentro de este espacio social quien sea más joven. Este criterio opera tanto para mujeres como para varones, pero sobre todo para las mujeres, dado que los varones de cualquier edad tienden a elegir y a ser elegidos por mujeres más jóvenes.

Otro de los postulados dentro de la seducción corporal es el contacto visual. La organizadora sugiere que cuando las personas estén en las citas miren a quien tienen delante y le sonrían. En términos de Hochschild (1983) proyecta cuál es *emotional work*⁸ adecuado para tener una cita “exitosa”. El contacto visual implica la existencia de energía emocional entre los sujetos que interactúan. Este tipo de contacto, a través de las miradas, es una forma de seducción en las búsquedas. Se basa en hacer sentir al otro nuestro centro de atención. El hecho de hacer sentir al otro nuestro centro de atención, aunque sea por el tiempo que dura la interacción, es dentro del contexto de citas un guion romántico.

“No generen falsas expectativas”. Esta es otra de las máximas que brinda la organizadora cuando

8 El *emotional work* implica que una persona induzca o suprima sus sentimientos con el fin de mantener la apariencia externa que produce en otros el estado mental apropiado (Hochschild, 1983: 7).

está por comenzar el “juego”. Las personas deben marcar, en una tarjeta, para cada una de sus citas el nivel de agrado a partir de los siguientes emoticones:

“Me encantó” , “Me gustó” , “No somos compatibles” .⁹ Según la explicación que da la organizadora, “Me encantó” implica tener interés en la otra persona vinculado a lo erótico y afectivo; “Me gustó” conlleva un interés en generar una amistad, que quizás pueda devenir en el futuro en otro tipo de vínculo; y “No somos compatibles”, ningún tipo de afinidad.

La regla del juego, que hace que una cita sea ubicada en uno u otro casillero, depende de lo que la organizadora denomina “la piel”. Explica la organizadora: “si no me gustó es porque no sentí la piel. Pero si me cae bien puede ser un amigo, ahí le ponemos ‘me gustó’”. Para decir qué implica tener piel se toca su brazo y hace referencia con sus manos a cuando la piel se eriza, lo que ella denomina “se nos pone la piel de gallina”.

Desde la perspectiva de que nuestros cuerpos son cuerpos vivos, entiendo que el cuerpo es una superficie que siente y que “sostiene las representaciones, envuelve los afectos, deja que se inscriban las sensaciones como letras de tinta visibles e invisibles que abandonan sus marcas en la piel” (Frigerio, 2006: 34). Es desde y sobre la piel, para Nancy (2007), que se efectivizan los sentires. Desde la piel nos abrimos hacia el afuera, al mismo tiempo que es el envoltorio que contiene nuestro adentro —nuestros afectos, representaciones—. La piel es el umbral (Grosz, 1994) o frontera (Nancy, 2007) donde se inscribe la tensión entre el adentro y el afuera, desde la cual tocamos y somos tocados.

La organizadora da claves para realizar una *performance* de seducción (Hakim, 2012) supuestamente exitosa, como la sonrisa y “ponerle sentido del humor a la situación”. Ser simpáticos/as es parte del capital erótico para Hakim (2012). Actuar de esta manera implica un *emotional work* (Hochschild, 1983) a partir del cual no se entrevea el enojo, el desagrado, la distracción o falta de interés en lo que el otro nos está diciendo, sino que lo que debe primar es estar abiertos/as y dispuestos/as a conocer gente.

Mientras la organizadora brinda las pautas de interacción deseables, las/es clientas/es, en especial las mujeres, la miran y escuchan atentamente. Ella es el objeto sagrado de la escena, dado que es considerada por sus clientes/as como “la experta en el amor” y quien les facilitará la posibilidad, mediada

por el dinero que pagan para ingresar a los eventos, de entablar vínculos eróticos y/o afectivos. A partir de las conversaciones con clientes/as de eventos de *speed dating* y conversaciones informales se desprende, a nivel discursivo, que ellos/as acceden a este espacio principalmente para entablar vínculos de pareja. Me comentan que las citas que les dicen que no buscan conocer a alguien para formar un vínculo estable no les generan interés.

Luego de que la organizadora da las pautas de interacción, les explica cómo completar las tarjetas que les fueron dadas cuando se inscribieron. La organización le da a cada una/o de las/os clientas/es dos tarjetas y una lapicera. En la tarjeta más grande, las personas escriben el nombre de fantasía de su cita, su número de identificación¹⁰ y el nivel de agrado o desagrado que les generó. Allí hay espacio para que indiquen brevemente alguna referencia o descripción para acordarse de sus citas. Esta es de uso personal y no será entregada a la organizadora cuando termine el evento. La que será entregada es la tarjeta más pequeña. En ella las personas escriben el nombre de fantasía de sus citas, su número de identificación y señalan el nivel de agrado. También colocan su número de identificación personal.

Por último, la organizadora invita a las mujeres a que se ubiquen en las mesas. Ellas, bajo los patrones de caballerosidad que rigen en ese espacio, son el sujeto de divinidad. Se mantendrán sentadas a lo largo de la noche y serán los varones quienes roten de mesa en mesa mientras ellas esperan a su próxima cita.

Entre cita y cita, de ocho minutos cada una, la organizadora toca la campana para indicar la finalización de una y el pasaje a la otra. Al cabo de cinco citas hay un corte de alrededor de quince minutos para que las personas puedan consumir en la barra del lugar o pasar al baño. Luego se tienen cinco citas o más. Cuando finaliza el evento, la organizadora incentiva a que las/os clientas/es se queden en el bar consumiendo y charlando.

La sinergia durante las micro citas

La organizadora toca el primer campanazo. Los varones caminan a la primera mesa que les corresponde. Van con el cuerpo erguido y comienzan a practicar la sonrisa ganadora, de la cual les habló la organizadora. Las mujeres esperan atentas. Nadie utiliza el celular durante las dos horas y media que dura el evento. Todas/os están concentradas/os en sus citas. A cada mesa que los varones llegan saludan a sus citas con un beso en la mejilla. Este tipo de

⁹ Las imágenes de los emoticones que marcan el nivel de agrado fueron fotografiadas de las propias tarjetas que el espacio de *speed dating* entrega a sus usuarios/as.

¹⁰ Los datos del nombre de fantasía y el número de identificación están impresos en un pequeño cartel que las personas se abrochan en su ropa.

saludo es un ritual interpersonal positivo (Goffman, 1979) habitual entre las personas en la Argentina que se aplica a cualquier contexto, incluido al inicio de una cita.

Durante las citas se dan distintas escenas de interacción donde es posible identificar un aumento de la energía emocional de las personas, por ejemplo, cuando un varón le invita a una mujer un trago. Los mozos del lugar están atentos a servir rápidamente, dado que hay muy poco tiempo entre cita y cita. La tensión de estar delante de personas desconocidas y tener tan poco tiempo para hablar genera risas de nerviosismo acompañadas de expresiones como “no sé bien qué decir” o comentarios como “¡qué raro es este sistema!, ¿no?”. Pero también aparecen preguntas concisas que operan como rituales forzados (Collins, 2009: 78) para generar focos de interés común y que definen con rapidez si hay congruencia de intereses entre las partes. Estos rituales se basan en preguntas como “¿cuánto hace que no estás en pareja?”; “¿es la primera vez que venís acá?”; “¿de qué trabajás?”; “¿cuántos años tenés?”, o “¿cómo te llamás?”. Aunque cada una/o lleva un nombre de fantasía como forma de mantener el anonimato, siempre se preguntan el nombre y/o el porqué de determinado sobrenombre. Estos son disparadores frecuentes que se escuchan y que son realizados tanto por varones como por mujeres. Estas preguntas marcan la afinidad electiva (Bourdieu, 1987) o la consonancia de criterios de selección entre los/as usuarios/as. Más allá de un discurso romántico basado en la premisa agápica, lo que aparecen son *habitus* y expectativas racionales que volverán al otro deseable o no. Es decir, también se ponen en juego, dentro de las búsquedas, guiones de amor realista (Illouz, 2009). Tener *habitus* similares les permite a las personas saber si será posible, dentro de sus idearios, una “construcción” de pareja. El modelo realista que implica sentidos comunes similares se opone al “fantasioso” (“de Hollywood” o “de novelas”) (Illouz, 2009: 217-218).

Al evento concurren personas que, según me explica la organizadora, son clientes/as frecuentes. Estos/as durante sus citas desarrollan un discurso prefabricado y organizado, a través del cual cuentan su trayectoria afectiva: a qué edad tuvieron su primera pareja, su condición civil actual, si tienen hijos/as, por qué están allí y qué buscan.

Una escena de caballerosidad/cortejo masculina que observé sucede cuando los varones les preguntan a sus citas si tienen frío. Cuando, ante esta pregunta, algunas respondían que sí, ellos, como forma de caballerosidad y de demostrar interés, les proponían cambiar de lugar para que estuvieran más lejos de la puerta o la ventana y así se sintieran más a gusto.

El corte intermedio de quince minutos que tiene lugar durante el evento permite que las personas se conozcan, hablen con más tiempo y con quienes quieran. Este es un momento en el cual algunos/as profundizan sobre lo que hablaron durante la cita y/o intercambian teléfonos. Lo mismo sucede cuando termina el evento, algunas personas se quedan en el bar y allí se vinculan de a dos o hablan en grupos mixtos, de mujeres y varones.

Durante las citas, las mujeres y los varones sonríen, realizan movimientos corporales medidos —no exagerados— dado que el espacio entre las mesas es reducido y también para no mostrarse como desesperados/as ante los/as otros/as. El tono de voz suele ser elevado debido a que hay demasiado bullicio. Se suceden muchas citas en simultáneo. Las miradas atentas a lo que la otra persona dice son otras formas de seducción que aumentan la energía emocional. No obstante, hay escenas donde eso no se cumple y se observan situaciones de displacer en las que prima el silencio y la falta de solidaridad a través de la mirada —por ejemplo, las personas miran hacia el costado—.

Disminución de la energía emocional: los minutos eternos

Escenas donde la energía emocional dentro de la cita decrece son aquellas donde las personas se preguntan la edad. Si bien, tal como expliqué, la organizadora no sugiere este tipo de preguntas en el contexto de las multicitas, escucho que es realizada tanto por varones como por mujeres en algún momento de la cita. Cuando esa pregunta es enunciada cada una de las partes sabe que operará un filtro que potenciará el “no somos compatibles”.

Durante las citas suceden escenas de seducción que devienen en descontento. Entre cita y cita el orden previo que la organización le da a las sillas suele modificarse. En una de las citas que observé, un varón y una mujer hablaban, se reían y se miraban fijamente. Ante esta sinergia, el varón aprovechó que las sillas no estaban ordenadas y movió sutilmente la suya para estar más cerca de ella. Con ese movimiento, entendido como un *display* de intenciones, él quiso hacerle notar a ella su interés en acercarse y profundizar en la interacción. La mujer interpretó que la seducción de él desbordaba los límites de la coquetería (Simmel, 2003) basada en el *quizás* e implicaba un acercamiento excesivo. Esto llevó a que ella se levantara de su lugar y corriera su silla a un costado de la mesa alejado del contacto corporal con el varón. Él ante esta situación emanó una gestualidad referente a la disculpa, se corrió también más lejos de ella. La disculpa es una práctica

correctiva que este varón esgrimió para mejorar su actuación (Goffman 1971). A partir del empleo de esta práctica correctiva intentó equilibrar ritualmente su cara en pos de que no se destruyera totalmente su *performance* de seducción. No obstante, luego de esa escena la mujer se puso seria y no le sonrió en ningún otro momento de la cita.

Entre cita y cita las personas tienen pocos segundos para anotar en su tarjeta una breve reflexión o descripción sobre qué les pareció su última cita. En uno de los eventos observé que un varón se quejó con una de sus citas porque cuando comenzó su turno ella continuaba escribiendo sobre su cita anterior. Si bien ella lo había saludado, el hecho de que le hubiera pedido más tiempo para continuar escribiendo le generó molestia. Él le dijo con tono de chiste: “¿Tanto vas a escribir?”. A partir de un trabajo emocional, en términos de *emotional work*, pudo expresarle el descontento, pero de una forma graciosa. Esto generó empatía con su cita, quien también se rio, y dio pie al desarrollo de su conversación.

Por último, hay citas donde la energía emocional decrece al punto de que esos ocho minutos devienen “eternos”, tal como explica Cintia (39 años), clienta de estos eventos. Esto sucede cuando las personas, a partir de sus modos somáticos de atención, no consideran agradable a su cita y cuando los temas de conversación que tienen lugar durante la charla no generan un interés común. Cuando las preguntas iniciales, entendidas como rituales forzados, no generan sinergia entre las partes sino una “fatiga de interacción” (Collins, 2009: 78), devienen en lo que el autor denomina “rituales fallidos”. Esto se visualiza en que las personas dejan de hablar entre sí, no se miran y la expresión facial marca la ansiedad porque esa cita se termine. Cuando suena nuevamente la campana, las personas se saludan con un beso en la mejilla o solo diciendo adiós. Dan por finalizado ese encuentro y vuelven a posicionarse corporalmente de manera simpática para la próxima cita.

Otras citas donde los minutos se hacen eternos son aquellas en las cuales no hay puntos de acuerdo entre las partes sobre un tema de conversación. Si bien se evitan temas que puedan socavar la energía emocional de forma rápida, como por ejemplo la política, visualicé escenas donde se plantean discusiones en torno a temáticas que a un/a observador/a externo/a le pueden parecer banales. Por ejemplo, una discusión entre un varón y una mujer sobre el aumento de la construcción de edificios en la Ciudad de Buenos Aires. Luego de decirse uno al otro sus profesiones, ella, como forma de entablar un diálogo, le consultó a su cita, un arquitecto, su opinión sobre el hecho de que en la Ciudad de Buenos Aires

se estén derribando casas antiguas para construir edificios nuevos. El tono de respuesta del arquitecto, defensor de esta nueva forma de construcción, estuvo marcado por la agresividad. Subestimó la opinión de ella y defendió su punto de vista con un tono de voz por demás alto. Esto no fue bien recibido por ella, quien le respondió sorprendida por la reacción de su cita que su opinión estaba fundamentada y que no entendía por qué él le respondía de ese modo. Luego de ese intercambio, el diálogo se volvió entrecortado. Las expresiones faciales de ambos, pero sobre todo de ella, emanaban seriedad y desinterés. El hecho de tener varias citas a la vez genera un ámbito prolífero para que las personas estén atentas de manera más tajante a los movimientos corporales y actitudes de los/as otros/as. Esto facilita la posibilidad de descartar de forma rápida a un/a candidato/a cuya forma de vincularse no resulte acorde o, como en este caso, sea agresiva.

Una tercera y última situación donde los minutos parecen eternos es cuando una de las partes de la conversación monopoliza la palabra. En estos casos el diálogo se vuelve antagónico a la conversación sociable, que incluye que se pueda cambiar fácil y rápidamente de tema (Simmel, 2003: 95). La persona que monopoliza la palabra no está atenta a si está generando un foco de atención común y a las emociones que atraviesan la subjetividad del/a otro/a durante la charla. Estas dinámicas se alejan de los guiones de una cita romántica donde cada una de las partes es ponderada en su singularidad y donde hay una circularidad de la palabra. Cuando esto sucede, la parte que solo escucha y que no puede emitir su opinión comienza a mirar a los costados o realiza expresiones faciales que demuestran hastío o desinterés.

Conclusiones

En este artículo describí y analicé las fluctuaciones de la energía emocional, en términos de Randall Collins, en situaciones de interacción que tienen lugar en eventos de *speed dating*. Para poder llevar a cabo dicho objetivo, me valí de otras dimensiones que actúan interrelacionadamente como, por ejemplo, las pautas de cortejo y seducción y los modos somáticos de atención entre varones y mujeres.

Hay una diversidad de situaciones donde la energía emocional dentro de un espacio aumenta o disminuye, tanto a nivel individual como grupal. Para analizar el aumento de la energía emocional examiné una escena grupal: el momento que la organizadora, quien es vista como quien tiene el saber experto, brinda las pautas de interacción sobre

qué es el *speed dating* y cómo tener una cita exitosa. Ella enuncia a la modalidad de las multicitas como un juego, lo cual genera sinergia, entusiasmo e interés entre sus clientes/as, tanto en términos grupales como individuales. Asimismo, desde la idea de juego apuesta a que ellos/as amplíen sus umbrales sobre quién y qué es deseable. Les hace llegar a las personas que hay que dejarse sorprender y no coercionar por criterios de clase y de edad. Si bien esta propuesta es recibida con contento por sus clientas/es, al momento de la seducción los sujetos optan por otros criterios de selección de tinte más reales, en términos de Illouz, como preguntar la edad y la profesión.

La edad, como delineé, no sólo actúa al momento de la seducción sino también como un parteaguas entre las propias mujeres al momento de elegir con quiénes sociabilizar durante la espera de que comience el evento.

Otras interacciones donde la energía emocional aumenta, y que también fueron sugeridas como modos de seducción deseables por la organizadora, es el contacto visual y la escucha activa, basados fuertemente en el postulado de la caballerosidad masculina.

Por último, indagué en interacciones donde la energía emocional disminuye, a saber, escenas de seducción masculinas fallidas – por ejemplo, un acercamiento corporal indeseado por la mujer–, cuando una de las partes le habla de manera agresiva a la otra, cuando no hay temas de conversación en común o cuando una de las dos personas de la cita monopoliza la palabra. Estas situaciones llevan a que el tiempo que dura cada cita (ocho minutos) sea experimentado como “eterno” por las personas.

La observación de la energía emocional al momento de escenas de cita permite observar, para un momento y espacio dado, cuáles son los guiones de seducción aceptados e indeseables, tanto por mujeres como por varones, cuando se está conociendo a otras personas con quienes potencialmente vincularse erótica y/o afectivamente.

Bibliografía

- AGUSTÍN, L. (2005) “La industria del sexo, los migrantes y la familia europea”. *Cadernos Pagu*, Nº 25, p. 107-128.
- BATAILLE, G. (2010) *El erotismo*. Buenos Aires: Tusquets.
- BIANCIOTTI, M.C. (2013) “Género, erotismo y subjetividad: Formas de clasificación estético-erótico-morales jerarquizantes entre mujeres jóvenes heterosexuales”. *RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção* Nº 12, p. 594-616.
- BLUMER, M., ANSARA, G. y WATSON, C (2013) “Cisgenderism in Family Therapy: How Everyday Clinical Practices Can Delegitimize People’s Gender Self-Designations”. *Journal of Family Psychotherapy*, Nº 24 (4), p. 267-285.
- BOLTANSKI, L. (2000) *El amor y la justicia como competencias*. Buenos Aires: Amorrortu.
- BOURDIEU, P. (1987) *Cosas dichas*. México: Gedisa.
- BUTLER, J. (2012) *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*. Buenos Aires: Paidós.
- COLLINS, R. (2009) *Cadenas de rituales de interacción*. Barcelona: Anthropos.
- CSORDAS, T. (1999) “Embodiment and Cultural Phenomenology” en: Weiss G. y Haber H. (eds.) *Perspectives on Embodiment*. Routledge: Nueva York.
- DA SILVA, A. P. y BLANCHETTE, T. (2005) “«Nossa Senhora da Help»: sexo, turismo e deslocamento transnacional em Copacabana”. *Cadernos Pagu* nº 25, p. 249-280.
- DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS DEL GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (2014) *Matrimonios en la Ciudad de Buenos Aires. Años 1990-2013*. Ciudad de Buenos Aires: Dirección General de Estadística y Censos.
- ELIZALDE, S. y FELITTI, K. (2015) “<Venía a sacar a la perra que hay en vos>: pedagogías de la seducción, mercado y nuevos retos para los feminismos”. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de género* Nº 1 (2), p. 1-32.
- FRIGERIO, G (2006) “Lo que no se deja escribir totalmente”, en Frigerio, G. y Diker, G. (comps.) *Educación: figuras y efectos del amor*. Buenos Aires: Del Estante Editorial.
- GARCÍA ANDRADE, A. y SABIDO RAMOS, O. (2014) *Cuerpo y afectividad en la sociedad contemporánea. Algunas rutas del amor y la experiencia sensible en ciencias sociales*. Ciudad

- de México: Biblioteca de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM- Azcapotzalco.
- GIDDENS, Anthony (1997) *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.
- GOFFMAN, E. (1970) *Ritual de la interacción*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- _____ (1971) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu
- _____ (1979) *Relaciones en público*. Madrid: Alianza.
- GREGORI, M.F. (2011) "Mercado erótico: notas conceituais e etnogáficas" en: Piscitelli, A.; De Oliveira, A. y Nieto Olivar, J.M (org.), *Gênero, sexo, amor e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil*. Campinas: Pagu / Núcleo de Estudos de Gênero UNI-CAMP.
- GROSZ, E. (1994) *Volatile Bodies*. Bloomington: Indiana University Press.
- GUERRA, P. (2006) "Dilemas éticos en el mercado: un análisis desde la economía solidaria con aplicación en los mercados del sexo". *Otra economía*, Nº10 (18), p. 91-105.
- HAACK, K. y Falcke, D. (2014) "Love and Marital Quality in Romantic Relationships Mediated and Non-Mediated by Internet". *Paidéia* Nº 24 (57), p. 105-113.
- HAKIM, C. (2012) *Capital erótico: El poder de fascinar a los demás*. Madrid: Debate.
- HEINEMAN, J.; MACFARLANE, R.; BRENTS, B. (2012) "Sex Industry and Sex Workers in Nevada" en: Shalin, D. (eds.) *The Social Health of Nevada: Leading Indicators and Quality of Life in the Silver State*. Nevada: UNLV: Center for Democratic Culture Publications
- HOCHSCHILD, A. (1983) *The Managed Heart: commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California Press.
- ILLOUZ, E. (2007) *Intimidades congeladas*. Buenos Aires: Katz.
- _____ (2009) *El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Buenos Aires: Katz.
- _____ (2012) *Por qué duele el amor. Una explicación sociológica*. Buenos Aires: Katz.
- LE BRETON, A. (1995) *Antropología del cuerpo y la modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- LIPOVETSKY, G. (2000) *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- MERLEAU-PONTY, M. (1970) *Fenomenología de la percepción*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MORCILLO, S. (2012) "De cómo vender sexo y no morir en el intento. Fronteras encarnadas y tácticas de quienes trabajan en el mercado sexual". *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad* Nº 7 (3), p. 17-28.
- NANCY, J. (2007) *58 indicios sobre el cuerpo. Extensión del alma*. Buenos Aires: Editorial La Cebra.
- PAIVA, V. (2006) "Analizando cenas e sexualidades: a promoção da saúde na perspectiva dos direitos humanos" en: Cáceres, C.; Careaga, G.; Frasca, T. y Pecheny, M. (eds.) *Sexualidad, estigma y derechos humanos: desafíos para el acceso a la salud en América Latina*. Lima: FASPA/UPCH.
- PISCITELLI, A. (2009) "Tránsitos: circulación de brasileñas en el ámbito de la transnacionalización de los mercados sexual y matrimonial". *Horizonte Antropológico* Nº 15, p. 101-136.
- PISCITELLI, A.; DE OLIVEIRA, A. y NIETO OLIVAR, J.M. (2011) *Gênero, sexo, amor e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil*. Campinas: Pagu / Núcleo de Estudos de Gênero UNI-CAMP.
- PRUITT, D. (1995) "For love and money: romance tourism in Jamaica." *Annals of Tourism Research* Nº 22, p. 422-440.
- SABIDO RAMOS, O. (2007) *Georg Simmel. Una revisión contemporánea*. México: Anthropos y UAM Azcapotzalco.
- SATZ, D. (2015) *Por qué algunas cosas no deberían estar en venta. Los límites morales del mercado*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- SAUTU, R. (2016) "La formación y la actualidad de la clase media argentina" en Kessler G. (comp.) *La Sociedad argentina hoy*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- SERANO, J. (2016) *Whipping Girl: A Transsexual Woman on Sexism and the Scapegoating of Femininity*. Berkeley: Seal Press.
- SIMMEL, G. (1961) *Cultura femenina, y otros ensayos*. Madrid: Revista de Occidente.
- _____ (2003) *Cuestiones fundamentales de sociología*. Barcelona: Gedisa.
- _____ (2014) *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización*. Buenos Aires: Espasa Calpe.

- TIN, L. (2012) *La invención de la cultura heterosexual*. Buenos Aires: Cuenco del Plata.
- TORRADO, S. (2007) *Población y bienestar en la Argentina del primero al segundo Centenario. Una historia social del siglo XX*. Buenos Aires: EDHASA.
- TURNER, B. (1984) *The Body and Society*. New York: Basil Blackwell.

Citado. PALUMBO, Mariana (2019) "¡A jugar! La energía emocional en los eventos de speed dating" en Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad - RELACES, N°30. Año 11. Agosto 2019-Noviembre 2019. Córdoba. ISSN 18528759. pp. 35-46. Disponible en: <http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/598>.

Plazos. Recibido: 30/04/2018. Aceptado: 07/06/2019