

APROXIMACIÓN ETNOGRÁFICA A UN CLUB DE *SINGLES* EN BARCELONA

Sarai Martín¹

Resumen:

Este trabajo presta atención a un modelo de sociabilidad específico encarnado por personas sin pareja estable etiquetados como singles, no en tanto que solitarias o solteras, sino como disponibles, es decir sin compromisos sentimentales formalizados, pero en condiciones de tenerlos. Se basa en un estudio etnográfico desarrollado en reuniones celebradas semanalmente en diferentes bares de copas situados en la zona de l'Eixample de Barcelona. Los objetivos se plantean en orden a describir y analizar la lógica que rige en este tipo de escenarios, donde los participantes se exhiben como objetos de consumo ante el resto aplicando estrategias propias del marketing a su propia apariencia en público. El microcosmos de las fiestas single sirve asimismo como plasmación de las transformaciones de los vínculos humanos – también los de pareja – hacia formas cada vez más laxas y efímeras. Un ámbito al que acuden individuos aparentemente libres y autónomos, pero donde enmascaran con frecuencia los estragos personales de experiencias sentimentales disruptivas.

Palabras-clave: Soltería; Soledad; Pareja.

Abstract:

This work pays attention to a specific sociability model embodied by people without a stable partner labelled as “singles”, not as solitary or unmarried, but as available, that is to say without formalised sentimental commitments, but in conditions to have them. It is based on an ethnographic study carried out in weekly meetings held in different pubs located in the Eixample area of Barcelona. The objectives are set in order to describe and analyse the logic that governs this type of scenario, where participants are exhibited as consumer objects before the others, applying marketing strategies to their own appearance in public. The microcosm of the single parties also serves as an expression of the transformations of human bonds – also those of couple – towards increasingly lax and ephemeral forms. It is an environment to which apparently free and autonomous individuals turn up, and where they frequently mask the personal ravages of disruptive sentimental experiences.

Keywords: Singleness; Solitude; Couple.

¹ Investigadora en Antropología Social y Cultural en la Universidad de Barcelona. E-mail: saraimarlopez@gmail.com.

Introdução

La presente investigación centra su atención en los clubs de *singles*, que pueden definirse como asociaciones semiformales y efímeras en las que participan personas que se presentan y son reconocidas como *singles*, pero no en el sentido sobreentendido de su traducción como *solteros*, sino más bien en la de *solos*, que no solitarios. Lo que define a los concurrentes en este tipo de ámbitos no es su estado civil como sujetos que no han contraído aún matrimonio, puesto que acuden también viudos y, sobre todo, divorciados y separados. Tampoco son individuos que se presenten como afectados por un sentimiento de soledad; más bien al contrario, al menos de entrada se entiende que los *singles* se definen por estar satisfechos de su autonomía personal y acudir a estos encuentros para disfrutarla. Ni solteros ni solitarios, lo que les presume aceptables en ese entorno es que se representan a sí mismos como no emparejados o constituyendo unidades domésticas unipersonales o monoparentales, pero, ante todo, es que se postulan como disponibles para ser eventualmente elegidos como pares entre otros miembros de esa misma comunidad imaginaria en la que se integran y que se cita en determinados espacios y momentos.

En Barcelona existen varios clubs de este tipo,² pero esta investigación centra su atención en Gruppit, empresa constituida como una de las plataformas con mayor impacto a nivel nacional en el sector. Estas empresas, ajustadas al modelo *e-commerce* (MILLER, 2003), comercializan virtualmente con un abanico de actividades pensadas para el esparcimiento y la sociabilización de la población *single*. A través de su página web, los usuarios tienen la posibilidad de acceder, registrándose previamente, a una diversidad de servicios que aseguran encuentros entre iguales, que van desde la programación de viajes hasta citas a ciegas.³ Concretamente, este trabajo atiende a los encuentros semanales (o *afterworks*, publicitados así por la empresa), como una de las actividades ofrecidas por la plataforma. Estas reuniones, programadas los miércoles o los jueves de siete a diez de la noche, acogen a *singles* entre los cuarenta y los sesenta años en diferentes *disco-pubs* ubicados en el centro de diferentes ciudades españolas.

En este análisis se presenta el fenómeno *single* como expresión particular de los procesos de individuación ligados a la modernidad como orden postradicional (GIDDENS, 1998), y las sucesivas transformaciones de los vínculos humanos hacia formas cada vez más laxas y efímeras (BAUMAN, 2009). La figura del “solo” encarnaría, pues, la conquista de la autonomía del sujeto moderno (BECK, 2001), que se deriva de los acuciantes cambios en un mercado de trabajo marcado por la precariedad, la progresiva dislocación de los roles estamentales de género y la paulatina atomización de la familia “tradicional”, todo ello base primordial para el funcionamiento de una sociedad de consumidores (BAUMAN, 2007) en que las personas son empujadas a promocionarse como productos deseables.

² Debido a la naturaleza voluble y diseminada de este tipo de asociaciones, no es posible ofrecer una cifra exacta del número de clubs que existen en Barcelona. Muchas de ellas parecen no responder a organizaciones dirigidas solo a la población *single*, sino más bien a plataformas virtuales que suelen especializarse en actividades concretas – por ejemplo, turísticas (Viajes Singles), deportivas (DIR Singles & Friends), ocio nocturno (pubs y discotecas) – y/o en general al público objeto del presente trabajo donde se procuraría una suerte de parque temático para este, como es el caso de Gruppit.

³ La condición para formar parte de la “comunidad Gruppit”, entendida esta como el modelo de clubs para *singles* a los que aquí se hace referencia, es la inscripción de los individuos en su página web (<https://www.gruppit.com/>). Para poder disfrutar al completo de las ventajas ofrecidas por la plataforma, los participantes deberán cumplimentar toda la información requerida en su perfil: fotografía, datos básicos como la edad o el sexo (únicamente con opción binaria) y algunos datos relativos a cómo los inscritos deciden definir su personalidad ante el resto.

Así, el objetivo de esta investigación es ofrecer una aproximación a las lógicas a través de las que operan espacios diseñados para la sociabilidad *single*. Su pretensión es la de servir como muestra para explicar la relación dialógica que se establece entre las inercias macrosociales y sus reflejos en los contactos cara a cara entre individuos relativamente desconocidos entre sí y en lugares de concurrencia pública. Más en concreto, la pregunta principal está dirigida a esclarecer de qué manera el orden mercantilista marca los encuentros personales entre hombres y mujeres que se autopresentan como “sin compromiso” y “disponibles” en escenarios previstos para ello.

Una definición socio-antropológica del *single*

Como se ha dicho, los y las *singles* no son personas solteras, por cuanto no corresponde su análisis a los estudios sobre soltería provistos desde la historia de la familia (SINGLY, 1997; KERTZER; BARBAGLI, 2003) o la antropología del parentesco (BRANDES, 1976; BODOQUE, 2017). Tampoco son personas solitarias, en tanto víctimas de un devastador sentimiento de soledad, tal y como han sido entendidas desde la sociología, que lo ha presentado como pandemia propia de la vida moderna y las sociedades urbanas (RIESMAN, 1981 [1950]; KAUFMANN, 1993; CAMPÉON, 2015).

En cambio, el o la *single* responden más bien a lo que una cierta literatura (Lamourère, 1988; Laing, 2017) se ha referido como individuos que se reivindican en su situación de *solos*, entendido esto en relación negativa al compromiso más o menos sólido consustancial a la pareja sentimental formalizada. Los personajes del cuento de Herman Melville (2013 [1856]), “La cena de los solteros”, o los que protagonizan el proyecto del Salón de los Solteros de Odile Lamourère (1988, p. 184-194), se corresponden casi de manera exacta al modelo de individuo que se espera en un club como el aquí presentado. En ambos casos, se trata de personas que, a diferencia de otras épocas y sociedades, no sufren la soledad como la razón de un estigma o una marginación – a la manera de nuestra figura del “solterón” y no digamos de la “solterona” –,⁴ sino como una fuente de satisfacciones. Es decir, un estilo de vida que merece la pena sostener y reivindicar.

La confluencia entre quienes llegan al club reside en su perfil como abiertos y sin ataduras, surgidos, generalmente, de un episodio disruptivo de separación, divorcio o viudedad, precedente a una etapa vital que supone que, en los asistentes, es experimentada como liberadora. Dentro de este escenario, éstos conviven también con aquellas figuras minoritarias en ocasiones autoproclamadas como “el perfecto

⁴ El estatuto de persona sola ha sido en general el de excluido, cuando no de peligroso. Recuérdese el episodio en que Lévi-Strauss (1991 [1974]: 20-21) encuentra a un bororo en un lamentable estado, marginado de todos, y que cuando pregunta sobre la causa de su postración, se le informa de que está soltero, o la reputación que, en la Edad Moderna europea, hacía que las mujeres que vivían solas se arriesgasen a ser acusadas de brujas (Federici, 2010). Ese cambio en la consideración social de la persona sola, incluso como fuente de prestigio, no puede dissociarse de los procesos de individuación que vienen acompañando nuestra incorporación a la modernidad, tal y como han sido planteados por estudios clásicos como los de Louis Dumont (1988) y Norbert Elias (2000). Una ilustración perfecta de este tipo de planteamientos, relativas a la “maldición” social que afecta a los individuos desemparejados, es la película *The Lobster* (“Langosta”), de Yorgos Lanthimos (2015), que imagina una sociedad en que los solteros son un segmento proscrito asediado por la policía. En el film se nos muestra un hotel al que los solteros acuden para encontrar pareja y entretienen su tiempo en cacerías destinadas a cazar a los solteros irredentos que han tenido que replegarse al bosque, donde, reducidos a la consideración de animales, viven en estado de asilvetramiento. El drama reproduce el esquema clásico lévi-straussiano para el que los no casados, quienes se resisten o niegan al vínculo matrimonial, son considerados parte de la naturaleza, que no han dado el paso que les convertiría en civilizados, que es el matrimonio exógamo.

single”, a saber, aquel representado por el sector más joven y caracterizado por la práctica ausencia de relaciones prolongadas en su historial. Veremos enseguida que la experiencia compartida por los informantes es la de su predisposición para emprender nuevas conexiones – en contraposición al concepto de “relación”, del que se distingue por su capacidad para la desvinculación en un sistema de red de relaciones (BAUMAN, 2007, 2009) – en espacios caracterizados por la certeza del estatus compartido de los asistentes.

Ya hemos establecido que el conocimiento de la cultura *single* no se corresponde con los estudios provistos desde la antropología o la historia social sobre la soltería. No obstante, hay una de sus aportaciones que resulta pertinente aquí aludir como referente. Se trata del capítulo en que Pierre Bourdieu (2004, p. 110-124) describe el baile de Navidad en un pueblo del Bearn. En primer lugar, porque, como en nuestro caso, la categoría *soltero* no se corresponde a la de *no casado*, sino a *otra cosa* socialmente significativa: varones maduros que encaran un determinado lugar en el sistema de parentesco campesino, en este caso el de primogénitos célibes que suelen vivir en caseríos. Pero más aun cuando Bourdieu examina los modales, la vestimenta, las técnicas corporales, de los hombres y mujeres que asisten al baile, para subrayar en qué modo el cuerpo del campesino bearnés empieza a ser percibido negativamente ante el influjo del modelo urbano.

Es esa preocupación por la propia presentación que Bourdieu ejemplifica en el soltero bearnés lo que hace indicado remitirse a la noción de *self* o “sí mismo” propuesta por G. H. Mead (1990 [1934], p. 167-248) como la perspectiva que los individuos adoptan intentando asumir la de aquellos con quienes interactúan. Es colocando el concepto de *self* en su centro que Erving Goffman elabora posteriormente su teoría acerca de la autoteatralización de las personas en cada una de los lances sociales en que se ven involucradas, procurando aparecer en todo momento interesadas en resultar aceptables ante un público que espera no ver defraudadas sus expectativas sobre la pertinencia de las acciones ajenas. Pero nos interesa especialmente cuando nos remite a la importancia del trabajo sobre la “fachada” (o *front*) en contextos microsociales, es decir la “dotación expresiva” empleada por el individuo a la hora de conducirse de acuerdo con los requisitos dramáticos de cada situación (GOFFMAN, 2006 [1954], p. 151-252). El objetivo del interactuante social, en este caso, es hacer su personaje verosímil, conseguir que el espectador tome en serio lo que intenta parecer, que resulten creíbles los atributos que se atribuye, por mucho que en todo encuentro haya siempre una dosis consciente de impostura y de juego de farol.

Eso es exactamente lo que sucede en una fiesta de *singles*, en la que la meta de los concurrentes es en todo momento ser tomados por lo que quieren parecer, en este caso “verdaderos *singles*”, en el sentido de seres que ofrecen una actuación como personajes cosmopolitas y sin ataduras, que brindan su propio espectáculo con el fin de mostrarse, en efecto, como vacantes en una suerte de feria en la que lo que se ofrece es una imagen de uno mismo que se pretende atractiva, seductora o, como mínimo, “interesante”. Es, de este modo, el papel que juega como objeto destinado a un tipo de consumo lo que le somete a las mismas reglas del marketing, particularmente a lo que se conoce como “presentación de producto”, consistente en hacer codiciable un determinado objeto destinado al mercado.⁵ No se olvide que en eso con-

⁵ Uno de los momentos especialmente ilustrativos de la teoría que aquí se sostiene es el siguiente: “Fran (el coordinador) me informó, automáticamente después de saludarme, de que había unos chicos haciendo un trabajo ‘igual al mío’ en este mismo local [...]. Eran estudiantes de publicidad, según explicaban, y su tarea consistía en realizar un análisis del *target* (i.e. el destinatario al que se dirige un determinado producto o servicio, el *single* en este caso) mediante la realización de entrevistas grabadas a los clientes, con la finalidad de ofrecerles un producto ‘a su medida’” (Diario de campo, 9 de noviembre de 2016). Este hecho nos sirve para comprobar hasta qué punto es explícito la inspiración mercantil del fenómeno, en que los participantes, pensados en términos de automarketing, son a la vez consumidores y consumidos por el resto de concurrentes.

sisten las fiestas de *singles* y los hace singulares respecto de otras ofertas que emplean las redes de información, de las páginas de contactos en Internet a aplicaciones como Tinder. No solo en que se exige la presencialidad de los miembros del club –que lo son en tanto acuden a la cita y solo en ese momento–, sino que estos aceptan someterse a una lógica que no es la de la red, sino más bien la del haz, puesto que cada participante transige en hacerse accesible *in situ* y someter su aspecto y su conducta al juicio de todos los presentes. Se trata, por tanto, de una forma de “baile de sociedad”,⁶ emparentada con la propia de otros espacios parecidos, del antiguo baile cortés a los bailes de fiesta mayor o las actuales discotecas.

Siguiendo, pues, esta premisa, los *singles* devienen, en efecto, objetos a partir de sus intercambios recíprocos presentándose ante el resto (la unidad organizada) como cree que estos querrían verle. Observamos el modo en que el “otro generalizado” entendido por G. H. Mead (1999 [1934], p. 181-192) – el sujeto concibiéndose y ofreciéndose a él mismo como objeto– cobra forma en la esfera del consumo, espacio de acción donde las elecciones se toman en orden a producir un universo inteligible (DOUGLAS; ISHERWOOD, 1990) junto al resto de coparticipantes. Es así que, de acuerdo con Baudrillard (1988) y más tarde Bauman (2007), se corrobora la premisa de un sistema de consumo en que la finalidad no es satisfacer la demanda del consumidor, sino convertir la personalidad de éste en el bien de cambio disponible para su venta. De esta forma se construye el “valor signo” de los sujetos en su estatus como objeto de consumo, en que, a la manera de Stuart Ewan (1991), el “valor añadido” es manifestado en un estilo particular conformador del “yo público”.

El objeto del presente informe son, pues, las fiestas de *singles* y su objetivo es empezar a dilucidar las formas específicas de sociabilidad que éstos ejercen en tanto que tales, es decir como personas que se acreditan como solas y que hacen acto de presencia con la expectativa sobreentendida de conocer a otras que pueden constituirse en una compañía que se supone por definición perecedera. En otras palabras, no orientada a la estabilidad duradera y menos al matrimonio – a la manera de los clubs de separados y divorciados –, pero tampoco planteados en clave meramente sexual, como ocurre con los de *swingers* (*i.e.* intercambio de parejas). Sin desconsiderar la incidencia de variables como el género o la clase social, la cuestión es establecer también en qué forma el *single* es un personaje circunstancial, que existe solo en la medida en que se escenifica en este tipo de citas, haciendo emerger y encontrarse un tipo relativamente nuevo de perfil social, asignable a individuos que vindican la soledad como situación reivindicable y que se ubican en un estado de apertura afectiva y sexual permanentemente activa, puesto que se consideran y esperan ser considerados como “libres” – en el doble sentido de en libertad y disponibles.

Metodología

Este informe resulta de la información recopilada a lo largo de treinta sesiones de observación llevadas a cabo en encuentros semanales de *singles* convocados en diferentes bares de copas en l'Eixample de Barcelona, así como de varias reuniones programadas por separado. El trabajo de campo,

⁶ Que los llamados “bailes de sociedad” son ámbitos en los que la sociabilidad aparece explícitamente como danza, en el sentido de constante entrecruzamiento y eventual engarce de cuerpos en movimiento, articulándose en un espacio-tiempo concretos, aparece reconocido en uno de los filmes de Maya Deren, “Ritual in transfigured time”, de 1946, en la que la bailarina y cineasta coreografía una fiesta de sociedad a base de hacer desplazarse, intersecándose ininterrumpidamente, a los concurrentes. Cf. https://www.youtube.com/watch?v=Cnf1_ZrwpWw.

desarrollado durante aproximadamente año y medio – de octubre de 2016 a febrero de 2018 –, sustenta su grueso metodológico sobre la observación participante como técnica de investigación efectiva para el análisis situado de las prácticas sociales. Así, los datos sensitivos y discursivos producidos durante el trabajo de campo surgen de un ejercicio microanalítico sobre la interacción directa encarada con y por los participantes. Sin embargo, la observación adopta formas diversas en el escenario investigado. En este caso, cabe distinguir mi incorporación e integración en los corros y las diferentes conversaciones de otro gran grueso consistente en la observación no obstrusiva (WEBB, *et. al.*, 2000 [1966]), es decir, en atender a los flujos de acción sin intervenir activamente.⁷ Por otra parte, puede distinguirse, de acuerdo con Roigé *et. al.* (1999, p. 109-111), una doble dimensionalidad en la observación. Focalizada, en la medida en que se delimita prácticamente el conjunto de la investigación a una porción del universo *single*, de por sí inasible, y longitudinal, en tanto ha sido posible realizar un seguimiento de un grupo de personas a lo largo de un dilatado período. Los tiempos sobre el terreno coincidían con los horarios establecidos para las reuniones que, como se apunta más arriba, eran de 19,30 a 22,30. Con todo, y a pesar de no haber sido rigurosamente contabilizadas, pueden calcularse hasta unas cien horas aproximadas de observación.

La finalidad de emprender este proyecto es, fundamentalmente, el descubrimiento de un fenómeno con más implicaciones sociales de las que aparenta, a pesar de haber sido – probablemente por su carácter reciente– poco o nada investigado en el marco de los estudios antropológicos. Esto se manifiesta, por ejemplo, en una ausencia casi total de bibliografía sobre la cuestión.⁸

Esta prolongación del trabajo de campo es la que ha permitido dar cuenta de uno de los datos más enriquecedores de cualquier investigación. Me refiero a las transformaciones de diversa índole que a lo largo del proceso sacan a relucir las lógicas internas a través de las que opera un determinado grupo social, algo que de otro modo hubiese sido imposible percibir. En relación a esto, y con motivo de la ya mencionada naturaleza voluble y móvil del objeto teórico y sus unidades de acción, el escenario de las reuniones ha variado hasta cinco veces durante el proceso de investigación.⁹ Esta característica es la que hace pertinente otorgarle la etiqueta de “etnografía multisituada” (MARCUS, 1995) en tanto que, inevitablemente, presta atención a las relaciones constituidas en diferentes escenarios y permite observar la vinculación entre ellos (FERRÁNDIZ, 2011, p. 205; JOCILES, 2018, p. 135).

⁷ Durante el proceso de observación se plantean paradojas inmanentes al trabajo de la etnógrafa. Por ejemplo, cuando ésta pasa a ser el objeto de atención de los sujetos estudiados, es decir, el momento en que nuestros objetos de conocimiento vindican su condición de sujetos que no solamente aceptan ser mirados, sino que poseen asimismo la capacidad de mirar. La siguiente podría ser una de las situaciones que reflejarían esta cuestión: “Mientras Pe. (57) y yo charlábamos, se acercó a nuestra mesa un hombre de unos 45 años [...]. Se mantuvo de pie mientras dialogaba con mi acompañante. Durante aquellos minutos únicamente fui capaz de atender al tipo de mirada que dirigía hacia mí este nuevo (des)conocido. De vez en cuando rompía el contacto visual con Pe. para posar su mirada “indiscreta” sobre mí, que deslizaba de arriba abajo [...]. Me inquietaba su presencia, de modo que me alegré cuando abandonó nuestra mesa” (23 de agosto de 2017). Otro hecho contribuye a corroborar la condición hipervisible de la etnógrafa, al mismo tiempo que plantea uno de los dilemas éticos clásicos surgidos durante la investigación. Tiene que ver con la contraprestación exigida por los informantes a cambio de su testimonio. En este caso, uno de mis informantes clave, Lu. (46), se negaba a concederme una reunión privada si ésta no se celebraba en su domicilio.

⁸ Hay que mencionar que, si bien no parecen existir aproximaciones sobre fiestas de *singles*, este no es el caso de los *singles bar* en Estados Unidos, que desde los años '60, nombran un tipo de lugar de encuentro al que asisten personas solteras o sin pareja que esperan conocer a otras en su misma situación, pero no con fines nupciales, sino más bien hedonistas. Véase, por ejemplo, Murray, 1984, y Huber y Herold (2006).

⁹ Los bares de copas donde ha sido realizada la observación son los siguientes, por orden cronológico: Ivy Resto Lounge (de octubre del 2016 a enero del 2017), Village Pub Bar (de febrero a mayo de 2017), Hotel Center Barcelona (de mayo a octubre de 2017), Alba Cocktail Bar (de octubre a diciembre de 2017) y Snooker (febrero de 2018).

En cuanto a la selección de informantes, no puede especificarse el número exacto de participantes con los que mantuve contacto en las fiestas, de los cuales, como exigía el propio contexto, sé poco más que su nombre de pila o el lugar de residencia. Sin embargo, de todos ellos destaco especialmente a diez individuos que por su accesibilidad y capacidad de expresión se convirtieron en una fuente de información privilegiada, ya sea en el mismo o en diferentes momentos durante el trabajo de campo. Algunos de ellos formaban parte de uno de los equipos constituidos cuya actividad se extendía más allá de las quedadas semanales.

También como se verá, se han recogido hasta cuatro entrevistas semiestructuradas realizadas a algunos informantes clave. En este caso el uso de la entrevista, en tanto complementaria a la observación, responde a dos motivos principales: por un lado, recoger la forma en que los propios sujetos racionalizan sus experiencias en los encuentros semanales, y, por otro, dar cuenta de sus motivaciones y trayectorias vitales para permitir un conocimiento lo más integral posible de la problemática. Como acompañamiento de la observación, ha sido imprescindible a la hora de contrastar el relato (también durante las charlas informales) con sus propios comportamientos (ROIGÈ *et. al.*, 1999, p. 147-148). Entre ellos se encuentran dos mujeres – Ca. (45) y Na. (45) – y dos hombres – Xa. (60) y An. (36)¹⁰ – separados o divorciados, con más de un año de experiencia en este tipo de reuniones, obteniendo así una cierta diversidad y representatividad en la población etnografiada. Por último, el proyecto etnográfico se completó con conversaciones informales mantenidas en varias citas personales y tres eventos grupales al margen de las reuniones vespertinas.¹¹

Finalmente, no querría dar por concluido este apartado sin hacer alusión a mi posicionamiento particular en el terreno de campo y la importancia de explicitar la variable de género en la experiencia etnográfica. En este juego de máscaras constante, como sabemos, toda la información exigida sobre una misma es significativa para definir una situación. Es por esta razón que, reflexivamente, decidí presentarme como “mujer-joven-y-sinpareja-que-investiga”. Esto hizo de mi presencia una anomalía recordada reiteradamente bajo malentendidos y diferentes expresiones de extrañamiento, algo que es casi consustancial al trabajo etnográfico, pero que ofreció en mi caso aspectos que merecen ser resaltados.¹² Sin embargo, la determinación de catalogarme a mí misma como lo que en otra época se hubiera dicho “soltera

¹⁰ A lo largo del trabajo se mostrarán únicamente las dos primeras letras de los nombres de los informantes a fin de preservar su anonimato.

¹¹ Asistí a tres eventos organizados por los informantes, al margen de la coordinación de la empresa. El primero de éstos consistía en una cena promovida por An. (36) –mi portero en este trabajo de campo– entre inscritos de una página de contactos vinculada a Gruppit, <http://www.singlesbarcelona.es/>, donde ellos mismos pueden convocar sus propias actividades. Los dos encuentros restantes constaban en una comida y una cena planificadas por dos de los grupos de *singles* formados en el marco de los *afterworks* semanales.

¹² El siguiente episodio extraído de mi diario de campo sirve como ejemplo para ilustrar lo dicho: «Miré la hora en mi móvil e informé a Jo. de que debía irme si quería coger el autobús. (Se trataba de un encuentro individual de alrededor de una hora entre Jo. (47) y yo, durante el que compartimos un café y algo de charla). Insistió: “Pero, ¿no quieres subir a casa un momento a ver lo que te he dicho?”. Por cortesía, y atraída por una cierta curiosidad etnográfica, accedí: “Vale, pero no podré estar mucho rato”, le recordé [...]. Crucé el umbral de la puerta que daba a su domicilio y él tras de mí [...]. Una vez finalizada la muestra de souvenirs y fotografías turísticas que decoran su reducida sala de estar, me dirigió a un espacio rectangular que, aunque en otro momento debió ser un balcón, ahora acogía una pequeña biblioteca [...]. Señaló su colección de libros de Joan Amades. Acto seguido extrajo un ejemplar del *El antropólogo inocente* de Nigel Barley, que puso en mis manos. Estaba nerviosa por la escasa distancia entre nosotros, de modo que abrí el libro y empecé a ojearlo para hacerle entender que estaba por otras cosas [...]. De pronto, desde mi izquierda, se abalanzó y me propinó un besó en el cuello. Reaccioné apartándome levemente: “No”, le dije tajante, pero tratando parecer sosegada. Continué con la mirada fija en el libro» (Diario de campo, 21 de abril de 2017).

y sin compromiso” ambicionaba auto-instrumentalizarme – igual que ellos en relación consigo mismos, al fin y al cabo – para un mayor grado de participación y mimetismo con mi objeto de estudio. Esta era una información declarada cuando mis informantes me interpelaban, no pocas veces, acerca de mi situación sentimental.

La fiesta

Las reuniones para *singles* son eventos festivos celebrados en la ciudad destinados al encuentro y esparcimiento de personas “solas” –en el sentido ya apuntado de “sin pareja”– que, reivindicándose como sujetos disponibles, coinciden en su búsqueda de individuos en su misma situación para relacionarse y “romper con la rutina”. A pesar de antojarse un fenómeno de reciente aparición, encuentran sus antecedentes históricos de manera más o menos lejana adquiriendo, por supuesto, formas concretas dependiendo de sus condiciones de existencia. A diferencia de los bailes descritos por Bourdieu (2004), o los acontecimientos festivos rurales que relata Bodoque (2017), que responderían a la imagen que podemos tener de los “bailes de pueblo”, los encuentros de los que se ocupa este trabajo emergen en ecosistemas sociales urbanos. Estos acontecimientos se enmarcan dentro de la actividad de los clubs de *singles* aludidos anteriormente. En el caso que aquí se contempla, la empresa mencionada se encarga de poner a disposición de la imaginaria comunidad *single* toda una red social habilitada para la puesta en contacto entre los potenciales interesados, así como la oferta de un amplio espectro de servicios para la satisfacción de su tiempo de ocio (viajes, comidas y cenas grupales, fiestas, entre otros eventos recreativos). Dentro de esta variedad, son las actividades promovidas bajo la denominación de *afterworks* o “quedadas” las que corresponden a este tipo de citas. Aproximadamente, y dependiendo de la época del año, bares de copas como los mencionados acogen a una media de setenta individuos procedentes de distintas partes del área metropolitana de Barcelona y comarcas cercanas. Su período de actividad suele ser continuo durante todo el año, a excepción del descenso de asistentes durante las fiestas navideñas o cuando se produce un descontento compartido hacia alguno de los locales,¹³ lo que comporta un lapso de suspensión en tanto la entidad pacta una colaboración con otro establecimiento.

El acceso a los locales, dependiendo del acuerdo entre éste y la empresa, está mediado por la compra de un ticket de entrada cercano a los cinco euros, el equivalente a una consumición, o bien con la condición de una “consumición obligatoria” sobre la que no existe ninguna suerte de registro.

La mayoría de concurrentes son, ante todo, hombres y mujeres cuyo aspecto parecería corresponder a una indeterminada “clase media”, divorciados o separados y estando el rango de edad entre los 45 y los 60 años, salvo contadas excepciones. En las convocatorias se solicita que los concurrentes acudan con la “vestimenta apropiada”, que se concreta en un estilo que podríamos describir como arreglados pero informales.

Es fácil observar que la presencia prevista es la de personas de “mediana edad”. No es escenario para viejos, pero tampoco lo es para jóvenes. Se supone que para este tipo de público existen otro tipo de espacios y otro tipo de escenarios de interrelación limitados por rango de edad, lo que hace que su presencia en estos contextos sea insólita, a pesar de estar abiertos a todos los públicos. Una clara evidencia la obtuve de los malentendidos en los que me vi comprometida. Las presentaciones con algún *single* siempre

¹³ El cambio de emplazamiento es realizado asimismo durante la temporada estival, en que es común trasladar los eventos a terrazas de hoteles de la ciudad.

ibas sucedidas de la misma pregunta: “¿Tú no eres muy joven para estar aquí?”. O, de un modo más indirecto y presuponiendo mi desubicación: “¿Sabías que en Gruppit también hacen eventos para gente más joven?”. La sospecha parecía planear permanentemente sobre mi presencia, expresando a veces su probable desconfianza ante mi argumento de estar realizando un trabajo de investigación. En alguna ocasión se insinuó, exclusivamente por parte de hombres, la posibilidad de que mis intenciones tuvieran que ver con una presumible atracción sexual hacia varones “maduros”. En otras, algunos de mis informantes parecían otorgarme el rol de “disponible” al no excluirme del ejercicio del flirteo, lo cual podría sugerir que exponerme como investigadora no entrañaba mi indisponibilidad para el cortejo. En términos comerciales, “estoy en el mercado”, o, a la manera como señalaba Scheper-Hughes, me situaba en el “mercado de mujeres disponibles” (cit. FERRÁNDIZ, 2011, p. 93).

A diferencia de formas de asociación similares, mencionadas a lo largo del trabajo, no podemos olvidar su carácter previamente organizado. Dicha característica se hace patente en la propia figura del coordinador que, en representación de la empresa, ejerce el papel de algo parecido a un maestro de ceremonias. Esta especie de mediador o anfitrión tiene el papel de recibir a los asistentes, dinamizar el contacto y mantener el orden, además de promocionar la marca de la entidad que posibilita los encuentros. De un modo más encubierto, se encarga de recabar por sí mismo o a partir de terceras opiniones, estados de ánimo, actitudes u otras consideraciones en relación a los asistentes. Una labor que, al fin y al cabo, ya se ha apuntado que no se alejaba demasiado de mis funciones encomendadas como etnógrafa.

Aunque no cabe ahora desarrollar una descripción detallada de todos los espacios de encuentro observados, el modelo etnográfico se corresponde a aquel recogido por Dominique Desjeux *et al.* (1999, p. 43-82) en su estudio sobre encuentros entre jóvenes en el Café d'Oz de París, en que se describen de forma pormenorizada el ambiente del local, la distribución de sus elementos mobiliarios, las luminosidades, los comportamientos espaciales de los presentes, etc. El ambiente de las reuniones de *singles* a las que asistí difiere del de los *singles bars* analizados por Hubert y Held (2006, p. 135), donde el baile se instituye como la principal forma de comunicación cuerpo a cuerpo orientada al diálogo sexual implícito.

Las dimensiones y la disposición del lugar están calculados para el aforo previsto para la tarde, pero sobre todo para propiciar el contacto entre los asistentes y el establecimiento de formas de sociabilidad específicas basadas en la reunión simple y momentánea de personas, como la tertulia o el baile, esos formatos de encuentro breve a los que Simmel (1986 [1908]) dedicará algunos de los capítulos de su *Sociología*. Por esta razón, la noción *emic* de *afterwork* (“después del trabajo”) evoca un estilo particular de establecimiento, cuyo ambiente y configuración remite a la forma de los típicos *pubs* o *lounges*. Al servicio de una sociabilidad individualista, igualitaria, informal y democrática, propia de la modernidad (Manning, 2012, p. 70). En ellos, el marco auditivo es el que determina la proximidad física. El volumen de la música implica, por tanto, un determinante en orden a generar un tipo específico de vínculo en términos proxémicos: ni muy cercano, forzosamente íntimo, como al que obliga el ambiente de una discoteca, pero tampoco el de la distancia entre cuerpos que permitiría un sitio abierto.

En un escenario organizado siguiendo el “modelo cóctel”, rondando de pie las mesas-isla o en torno a las mesas bajas, se van configurando territorios móviles de interacción por parejas o círculos, con lo que las conversaciones podían pasarse el tiempo transitando entre lo público, lo privado y hasta lo íntimo.

Noté unos toques en mi hombro mientras hablaba con Lu. (46). Era Xa. (58). Me giré y nos saludamos con dos besos. Tenía las manos muy frías. Le pregunté que cómo estaba, además de hacerle una apreciación acerca su temperatura corporal. Me “despedí” de él sin dar demasiadas explicaciones para retomar la conversación con mi acompañante. Entonces Lu. profirió una sonrisa [...]. Insistí en preguntarle por qué se reía. Me dijo que le había “maravillado” que le hubiese “dado la espalda” (a Xa.) para priorizar la conversación con él, puesto que eso mostraba consideración por la persona con quien interactuaba en aquel momento. Según él, era de mala educación tanto dejar una conversación a medias como interrumpir cuando puede observarse que dos personas están hablando apartadas del resto. Entonces le pregunté si no hubiese sido más correcto haberle invitado a integrarse dentro de la charla, a lo que me respondió que tampoco hubiese estado bien, puesto que era una “conversación privada”.

Diario de campo, 9 de noviembre de 2017

No quiere decir esto que algunas de las agrupaciones *in situ* no trasladen su existencia a otros marcos en forma de reuniones privadas. Normalmente sucede entre aquellos grupos formados durante los encuentros, los miembros de los cuales convocan actividades por su cuenta y formalizan su vínculo mediante grupos de chat en WhatsApp. Dicho esto, los nodos de interacción se forman en la reducida pista de baile, a lo largo de la barra del bar y en medio del escaso espacio que resta para el tránsito. Cada concurrente disfruta con el resto de coparticipantes de su consumición, que sostiene en la mano o deja descansar sobre alguna de las mesas repartidas por el establecimiento, envueltos siempre por la atmósfera proporcionada por los temas de moda que el Dj haga sonar desde su mesa de mezclas. Así, iluminados por una variedad colorida de luces y flashes o por la luminosidad natural de una terraza a última hora de la tarde, hombres y mujeres charlan e intercalan *selfies* que luego comparten. Otros merodean de un lado a otro, atentos al encuentro de algún conocido o corro al que adosarse. Algunos asistentes acompañan el ritmo de la música con leves movimientos corporales al tiempo que conversan. Raras veces se tiene la oportunidad de presenciar intensas y generalizadas escenas de baile, quizá por el retraimiento de los asistentes, quienes en caso de animarse lo hacen en momentos más avanzados de la fiesta, corriendo la primera iniciativa a cargo de los más extrovertidos.

Las fiestas para *singles* plantean una cuestión interesante en términos de identidad. Los concurrentes parecen emerger en ellas como si lo hicieran a una suerte de limbo, un espacio abstracto al que los individuos entran y salen –o mejor, aparecen y desaparecen– procedentes de una nada social, eludiendo cualquier referencia a contingencias personales que pudieran ubicarle, por ejemplo, en una clase social, una ideología política, una creencia religiosa, un apellido o incluso una ubicación física, como un barrio, cualquier cosa que pudiera delatar un lugar en el mundo real del que se procede y al que se regresará al final del encuentro. La irrupción en escena de los asistentes es la de personajes sin biografía, que llegan a compartir una experiencia compartida de desafiliación. En el interior de este microcosmos los participantes son y pretenden continuar siendo anónimos, un anonimato que únicamente puede romperse, salvo raras excepciones, para saber como mucho el nombre de pila, puesto que lo único que cuenta es la mera presencia y la presentación. Solamente en una oportunidad vi como los individuos eran literalmente etiquetados – con una pegatina – con su nombre, se supone que real. El siguiente ejemplo extraído del diario de campo basta para ilustrar este aspecto:

Da. (33) y yo iniciamos la travesía hacia la barra, cuando, tres pasos más adelante, me miró un asistente al que he reconocí. Nos presentaron en el Village Pub Bar, pero nunca llegamos a entablar ninguna conversación [...]. Acepté su saludo, nos dimos dos besos, y le pedí, a continuación, que refrescase mi memoria porque no recordaba su nombre: “Perdona, ¿cómo te llamabas?”. Contestó con un chascarrillo: “Me llamaba, y me sigo llamando”. Me reí (por compromiso) [...]. A continuación anotó que habían pasado tres semanas desde la última vez que visitó al terraza, a lo que respondí que yo también. Insinuó que se había producido algún tipo de conexión telepática por la cual ambos habíamos coincidido: “Porque sabía que ibas a venir”, dijo. Ambos reímos. Después le dije que, si no le importaba, seguiría mi camino.

Diario de campo, 28 de junio de 2017

La forma de sociabilidad que se desarrolla en las fiestas de *singles* se corresponde con la idea de *mundanidad* analizada por Isaac Joseph (1988, p. 30), que obliga a cada participante a mantener en todo momento una pluralidad de lenguajes que le permita sentirse cómodo en la variedad de marcos sociales en que se inmiscuye. Esa versatilidad relacional presupone un cierto soslayamiento de la propia identidad a fin de facilitar su adaptabilidad, tal y como ya lo planteaba Simmel con su teoría de la sociedad secreta. Como se ha advertido, los concurrentes tienen la expectativa de conocer a gente que, como ellos, se pretende y quiere permanecer relativamente desconocida. Se trata de un ejemplo en miniatura de lo que John Lofland (1984), llama, refiriéndose a la vida social en lugares públicos en general, “una sociedad de extraños”. Este asunto vuelve a aparecer más tarde en una entrevista en la que se interpela acerca del atractivo de este tipo de reuniones:

Me compensa por muchos aspectos. Por el hecho de salir de Mataró, de romper la rutina, de amigos que he hecho [...]. Y, bueno, es el hecho de-de ponerte un poco más guapa de lo que normalmente vas a trabajar; bueno, cambiar un poco [...]. Pasa que yo prefiero venir a Barcelona porque ya me conozco mucha gente de allí. Estoy más, no sé... Aquí yo vengo más... Cojo el coche, vengo a Barcelona y soy otra. O sea..., es diferente. Mataró es como, “uy, este me conoce...”.

Entrevista a Na. (mujer, 42), en Barcelona el 30 de agosto de 2017

Se trata pues de una sociabilidad indeterminada, abierta a un constante “verlas venir” para el que resulta indispensable esa abstracción de su identidad social y el privilegiamiento de la máscara y el disfraz. Cada cual se comporta como *ser de relaciones*, que entiende que ser aceptado en una relación implica conocer y saber practicar el lenguaje de esa relación, al margen de cualquier expresión de una “sinceridad” que pudiera ser considerada impertinente. De ahí que quien participa de la fiesta comparta el terror del ser mundano a ser descubierto en su impostura, es decir al desvelamiento de lo que oculta o disimula.

Puesto que los asistentes se incorporan a cada relación como personajes indeterminados, deben hacerlo convirtiéndose en sociólogos o etnólogos espontáneos en condiciones de pasarse todo el tiempo interpretando lo que hacen los demás, lo cual resulta fundamental para saber qué actitud deben tomar en cada momento. Ello podía ser del todo explícito. Por ejemplo, la mayoría de mis informantes varones presumían de sus perfeccionadas habilidades sociales y su profunda capacidad de “leer el pensamiento”, como referiría Xa., es decir para analizar conscientemente el lenguaje no verbal de sus interlocutores.

De pronto, Lu. y yo coincidimos en observar a una pareja de *singles* apoyados en la baranda que delimita la terraza. Estaban separados del resto, hablando entre ellos, y podría inferirse que en mutua actitud coqueta. Mi acompañante me instaba a que observara con disimulo para fijarme en el “lenguaje no verbal” de los interactuantes. Me informaba de que, evidentemente, flirteaban, y que por su “comunicación corporal” podía predecir si esa noche “acabarían juntos”. Intentó demostrarme que aquella noche no pasaría nada entre ellos, a pesar de conocerse de antes –me dijo que de estos eventos, contactando desde la página web o, directamente, de los mismos encuentros–. Expuso las pruebas que confirmaban su conjetura: él se había encendido un cigarrillo después de ofrecerle uno a ella, que aceptó. Según mi informante, se trataba de una medida para tomar distancia, deduciendo así que el hombre empezaba a sentirse incómodo; ella había introducido su mano en el bolsillo del pantalón, pero no con el dedo pulgar fuera, lo que indicaría tranquilidad y apertura, sino con toda la mano dentro, algo que se traduciría en inseguridad; ella tenía los brazos cruzados, indicativo de su hermetismo frente al otro, pudiendo significar también que “está más cómoda”

Diario de campo, 30 de mayo de 2017

Pero la interiorización de toda una gramática del comportamiento que les capacita para ser inteligibles en un universo hecho para la interacción, implica al mismo tiempo la existencia de un sistema de correcciones, incluso de sanciones.

Mientras mantenía aquella conversación con Pe. (57), se acercó un hombre de unos cincuenta años. Iba vestido con unos pantalones tejanos y una camisa semiabierta por arriba. Su atuendo podía dar la impresión de una cierta dejadez, de algún modo, una falta de compromiso con el protocolo de la fiesta. Era pelirrojo, de tez pálida, con barba y ojos claros. Llevaba una copa en la mano. Nos preguntó si la silla a la derecha de Pe. (frente a mí) estaba ocupada, y si podía tomar asiento si no era el caso. Mi compañero de mesa le respondió que lo sentía, pero que sí estaba reservada. Cuando el hombre se fue le miré extrañada, puesto que sabía perfectamente que aquella mesa de cuatro únicamente estaba ocupada por nosotros. Entonces me hizo saber que esta persona era, utilizando su expresión, un “satélite”, es decir, una persona que “una vez te pillas, no se despegas de ti, no te lo puedes quitar de encima”.

Diario de campo, 23 de agosto de 2017

Tal participante parecía incapaz de controlar su propio aspecto, algo que implicaba una infracción de quien no parecía saber mantener las formas y el aspecto, siendo estos los elementos que allí hacen vida social, que es precisamente una vida social entre apariencias. En este caso, la señal de alarma era que parecía no encontrar asiento en ninguno de los “equipos” o corros que se conformaban sobre la marcha, confirmando así problemas de aceptación que le convertían, en efecto, en satélite de cada círculo de conversadores. Simbolizaba, en efecto, la nota *discordante* de la fiesta.¹⁴

¹⁴ La escena descrita recuerda las que protagoniza Hrundi, el personaje que encarna Peter Sellers en *The Party* (1969), de Blake Edwards, que se caracteriza precisamente por su incompetencia para adaptarse a las situaciones que se plantean en el contexto de una reunión social, en este caso, una fiesta social de “alto nivel”. Es especialmente ilustrativa una de las secuencias iniciales en que el protagonista trata de introducirse, inútilmente, en alguno de los corros de conversación desplegados en un escenario análogo al de esta etnografía. De forma parecida, el individuo descrito en el diario parece no entender el código de interacción que rige en este tipo de eventos.

Pero no debemos confundir la figura de quien “no sabe estar” con la de quien “está fuera de lugar”. Mientras la primera infringe las reglas de conducta que gobiernan una situación, la segunda se caracteriza por antojarse descontextualizada respecto del escenario en que se representa la acción. Siguiendo el modelo dramático, como si se tratase de un personaje que se ha equivocado de obra. Parece el caso del sujeto descrito a continuación:

En este mismo grupo se encontraba un hombre (Jn., 50) de estatura baja y complexión robusta, de tez morena y pelo corto. Vestía con una camisa a cuadros y unos pantalones tejanos. Me explicaba que es de Vic [...] y que trabaja en una casa de payés. Realmente transmitía un aura rural, no solo estéticamente, sino por las señales que dejaban entrever su carácter introvertido. Cuando bajaba a las quedadas para *singles* pasaba la noche en casa de su hermano residente en el centro, quien de vez en cuando pasa unos días en Vic para despejarse de la ciudad [...]. Percibí que le gustaban este tipo de encuentros.

Diario de campo, 9 de noviembre de 2016

Este individuo recordaba al soltero del baile de Bourdieu, que se sentía desplazado por su aire “paleta”. Alguna cosa en su aspecto parecía fuera de lugar, en el doble sentido de ajeno al sitio en que estaba y de inoportuno, en tanto que su estilo no se correspondía con el aire de modernidad urbana que caracterizaría la sociabilidad *single*. Estaba lo que en un lenguaje ordinario llamaríamos “colgado”, en el sentido de sin ubicación, viviendo la experiencia de descolocación de quien, de pronto, descubre que aquel no es su sitio o que no hay sitio para él allí.

El *single* como objeto de consumo

De acuerdo con lo considerado en la definición del *single*, esta figura no puede desvincularse de las inercias socioculturales que lo engendran y sujetan. El material del que está formado es, precisamente, el del conjunto de valores que conforman la ya referida “sociedad de consumidores”, entendida como un sistema en que sus miembros son elevados al estatus de bienes de cambio vendibles (BAUDRILLARD, 1988, p. 223-229; BAUMAN, 2007, p. 83), es decir marcados de aquel “valor fetiche” de la mercadería al que se refería Karl Marx, que en este caso, como en cualquier otro producto comercial, consiste en exhibirlo – en este caso en exhibirse – como atractivo, interesante, fascinante, encantador..., virtudes que son todas ellas relacionales y que se basan en la producción no tanto de objetos, sino en verdaderos “sujetos de consumo”.

Es aquí donde vale situar la problemática planteada por la sociedad *single* en calidad de síntoma de la modernidad. Las fiestas para *singles* actúan, en efecto, como un mercado de individualidades donde los miembros se autopromocionan procurando ser adquiribles, en tanto sujetos-objetos, por el resto de consumidores. Por consiguiente, el análisis esbozado es el de un microcosmos situacional regido por lógicas mercantilistas, pero enmarcada en un organismo empresarial dentro del cual los consumidores deben también activar su racionalidad de elección. Lo segundo se vincula con la aparición de un nicho de mercado dirigido al encuentro – que no a la búsqueda, a la manera de las agencias matrimoniales – de parejas sexuales, afectivas o ambas, un nicho estrechamente relacionado con el comercio del ocio y que encuentra su hábitat en plataformas virtuales destinadas al contacto. La diferencia entre esto último y las

reuniones hasta aquí descritas es de escala y de preferencias. Ya se ha indicado que las personas que acuden a estos eventos no lo hacen por fuerza con la sola finalidad de emparejarse, puesto que ya existe un arsenal de aplicativos en red para ello. La singularidad de la oferta reside en la presencialidad literal de unos sujetos que se abandonan al mero aparentar.

Es un ejemplo de hasta qué punto se trata de un escenario pensado en términos de mercado, la conversación mantenida con Lo., una participante anotada el 31 de enero de 2018 en el diario de campo, en que relata su percepción en torno a las reuniones y su posición en ellas. Giraba en torno a las dificultades que se presentan a “estas edades” –refiriéndose a la suya, de cincuenta años hacia arriba–, en que la “oferta es más reducida”. De algún modo, lo que mi acompañante quería darme a entender es que la “calidad” del producto –y usaba literalmente estos términos– decae a medida que se avanza en edad, mientras que, por el contrario, cuando se es más joven se disponen de más oportunidades, así como de medios para conseguirlo. Lo. sostenía la teoría de “la Ley del yo no soy tonto”, así nombrado por ella. Consiste en que, por lo menos entre la población más joven habituada a las aplicaciones de ligues, es muy difícil también encontrar una pareja estable, puesto que especialmente los hombres tienden a confiar en la infinita “oferta” de posibilidades existentes dentro del “mercado”, de modo que se niegan a comprometerse conociendo la disponibilidad permanente de “productos mejores”.

Sirve como prueba de esto mismo cuando los informantes exigen incluso una “renovación de la oferta”, por continuar empleando términos comerciales, pareciendo esperar la irrupción de un producto novedoso.

Bueno, llega un momento que si quieres conocer a alguien, pues te da un poco de rabia decir “bueno, a este ya lo he visto, a este también lo he visto”, “me suena”, “no me interesa”. Te da un poco de rabia porque ves que no hay variedad, ¿no?, que no viene gente nueva.

Entrevista a Ca. (mujer, 51), en Barcelona el 13 de septiembre de 2017

Preguntémosnos, pues, de qué manera los engranajes a través de las que opera el mercado económico se imprimen en ese “cara-a-cara” y cómo interviene el modelo que presta la publicidad en tanto que interconexión de símbolos (BAUDRILLARD, 1988, p. 224) incorporables e incorporados en los individuos. La premisa estriba en que cada uno despliega corporalmente un conjunto de herramientas de autopromoción para aumentar su “valor de cambio” mediante “atributos” que reflejen una personalidad “comercial”, o si se quiere, “competitiva”. Todo ello gestado en un código de significados dialogados entre la publicidad y los sujetos receptores de ésta como forma de creación de identidades “para la ocasión”.

En el contexto de una fiesta para *singles*, este enfoque asigna importancia a la comunicación no verbal para comprender cómo se presentan los individuos en su naturaleza cosificada, es decir como productos, pero no como algo estático exhibido en una vitrina o escaparate, sino como cuerpos en acción en que lo que cuenta por encima de cualquier cosa es justamente el modo en que se manejan a sí mismos. La mayor parte de personas que había allí no parecían caracterizarse por ser “atractivos” sexualmente, lo cual pondría de manifiesto hasta qué punto confían en que lo que importe no sea únicamente la bondad de su estado físico, sino especialmente sus habilidades sociales. Esperan ser atractivos en orden a convertir su conducta en público como lo que llamaríamos el banderín de enganche para una eventual relación. Bajo ningún concepto puede darse a entender que alguien se interese por algo que no sean las aptitudes sociales de sus interlocutores, lo cual nos retorna a la voluntad de los concurrentes de permanecer en un anonimato relativo. De ahí el esfuerzo de éstos por aclarar que no vienen a ligar sino a “conocer a gente”, “pasarle bien” o “apartarse de la rutina”.

Así, un interés manifiesto de un miembro hacia otro acerca de, por ejemplo, su profesión, podría ser considerado una desfachatez –sobre todo por parte de ellos, que es posible que entiendan que han de ser cuidadosos con las mujeres únicamente interesadas por su poder adquisitivo–, en tanto en cuanto lo que sugiere es una preocupación por su estatus económico. Lo mismo sucede cuando ellas se sienten asqueadas por un comportamiento explícitamente sexual por parte de una población masculina de la que puede presuponerse que “siempre va a lo mismo”. En términos coloquiales, parece no permitirse “ir al grano”.

La comprensión de la puesta en escena de la persona como emparentada con las imágenes publicitarias ya había sido aplicada por Goffman (1991[1976]) para referirse a la “hiperritualización” de las conductas femeninas en público, es decir el proceso por el cual la publicidad ritualiza exageradamente los ideales sociales manifestados en la vida cotidiana y, al mismo tiempo, en ciertos escenarios, tratamos de emular las figuras creadas por el sistema de marketing. De hecho, la publicidad correspondería al discurso a propósito de este “objeto-signo”, a través de cuyo mensaje construido el sujeto objetuado adquiere las propiedades que lo harían vendible ante sus potenciales consumidores (BAUDRILLARD, 1988, p. 186), de donde una sociabilidad *single*, que, como corresponde a toda relación cortés, se fundamenta en el halago al otro. Así, la fetichización procurada por la publicidad no es, pues, la del producto, sino la del consumidor – en nuestro caso, aquel con quien que se interacciona–, inserto en el entramado de relaciones reales y simbólicas, o en el marco de la empresa analizada –en tanto que “marca” significada en la conexión de una red de signos – la de los asistentes representantes de un “estilo de vida”, de una “personalidad”, una “experiencia” (KLEIN, 2005) del *single*. De esta forma se construye el “valor signo” (o de “identidad”) de los sujetos en su estatus como objeto-sujeto de consumo, es decir el “valor añadido” manifestado en un estilo particular incorporado.

Post-divorcio y post-separación: retejiendo la red

Si bien es cierto que la realidad *single*, entendida ahora como una tipificación de “situaciones solteras” creada a partir de los intereses del mercado, en su conjunto es diversa, es necesario remitirse a las condiciones concretas durante los eventos. Como digo, el perfil mayoritario es el de individuos entre los 45 y 60 años, ya divorciados o separados. Entre ellos existe una serie de concomitancias como sus percepciones en torno a la “soledad”, el valor de reconstruir lazos afectivos en los encuentros o su vivencia en oposición al tedio del ámbito laboral. Es en estas sensaciones, preocupaciones y deseos compartidos donde se concretan las transformaciones de la familia en la modernidad, tal y como se reflejan en las trayectorias personales posteriores a la ruptura de las parejas (BECK; BECK-GERNSHEIM, 2001; HOULÉ *et. al.*, 2006; SOLSONA, 2009; GARCÍA PEREIRA; SOLSONA, 2011).¹⁵

“La soledad en la ciudad puede ser muy dura”,¹⁶ me decía Ma. (53). Le expliqué que era importante para la investigación analizar el fenómeno *single* como algo gestado en la ciudad. Enseguida manifestó

¹⁵ Así, por ejemplo, Xa. me explicaba que, después del divorcio, para completar el “vacío” suscitado, encontró tres fuentes con que compensar lo que le proporcionaba una sola relación: sus compañeras de piso, quienes le ofrecían el componente afectivo; sus hijos, el elemento familiar, y la prostitución, el componente sexual.

¹⁶ Recuerda a algo ya expresado por Rousseau (2008 [1758]) en una de sus cartas morales: “La soledad es más triste en una ciudad” (p.162).

que “la ciudad te hace sentir muy solo, sobre todo si eres una persona divorciada”, como ella. Se presentaba como una persona “muy activa”, pero que no soporta los fines de semana, en los cuales “no tiene nada que hacer”. Después confesó que estaba siendo una mala época para ella, que necesita de apoyo y acompañamiento (Diario de campo 9 de noviembre de 2017).

Fue Lo. (52), en otra ocasión, que, mientras hablábamos de la situación de los divorciados que acuden a estos eventos, me invitó a darme la vuelta para que tuviera una imagen general del escenario, una que todavía yo no había sabido ver. Me invitó a fijarme en las caras de los presentes. Propuso que imaginara que acababa de divorciarme después de años de matrimonio y me preguntara si la imagen no era desconsoladora, “triste”. Hasta ahora no lo había visto con esos ojos y tuve que darle la razón. Y me preguntó entonces: “¿No buscan cobijo?”. Me hacía notar que todos o la mayoría de presentes acaso estaban allí esperando encontrar un cierto consuelo, un lugar en que volver a retomar vínculos, unos momentos proveedores de afecto, otra manera de experimentar las relaciones afectivas (que no sexoafectivas, aunque también). En las entrevistas aparece la cuestión de ese “vacío”.

S- ¿A qué crees que viene la gente aquí?

N- ¿Aquí? Pos a ligar. A..., a mirar a ver si conoce a alguien o... Y buenas amigas, claro. Mira, con Mr. hace dos meses que la conozco. Y bueno, estamos todo el día “whatsappando”.

S- Eso también abre el círculo, ¿no?

N- También ya no estás tan sola cuando vienes... Pues yo vine sola. También nos hemos montado el grupo este del Jr., el Gu. [...]. A veces necesitas hablar un poco, como no tienes tu pareja, pos la llamas a ella (a Mr.): “Hosti, necessito parlar...”¹⁷, y entonces hablas con ella y ya está. Es como un apoyo que tenemos ahora.

Entrevista a Na. (mujer, 42), en Barcelona el 30 de agosto de 2017.

En mi diario de campo, el 3 de enero de 2017, anoto cómo, en la fiesta de aquel día, en un instante inesperado se alteró el ambiente. Los presentes giraron la cabeza y se empezaron a escuchar las primeras estrofas del “Cumpleaños Feliz”. Volteé la cabeza. Detrás estaba el camarero caminando con una bandeja en las manos con varias porciones de tarta de diferentes sabores y con un par de bengalas chispeantes a modo de velas. Acto seguido vino el discurso de Jr. (64), solicitado en parte por el público. Emocionado, Jr. habló y dijo que todos sabían acerca de su “buena situación laboral” y de su “no tan buena situación sentimental” por la que había estado pasado (un divorcio, un cambio de casa...). Pero que ahora estaba en uno de los momentos más felices de su vida, y dijo: “...y gran parte de la culpa la tenéis vosotros”.

La referencia a estados de ánimo de esta naturaleza se repite tanto en las conversaciones informales durante las fiestas como en las entrevistas.

Yo ahora mismo estoy aprendiendo ahora a... a saber estar sola. Porque a veces una pareja, eh, no deja de que tú has de aprender a estar sola, porque una pareja es una pareja, pero tu vida es tu vida, o sea que tienes tus cosas. Tu pareja te puede acompañar, te puede amar, pero tu vida es tu vida. Tú puedes hacer mil cosas tú sola o cosas con tu

¹⁷ En catalán. Traducción: “Hostia, necesito hablar”.

pareja. Pero..., lo que es verdad es que una-una-una misma o uno mismo ha de aprender a saber estar solo para que encuentre una pareja.

Entrevista a Na. (mujer, 42), en Barcelona el 30 de agosto de 2017

Yo estoy muy contenta porque..., porque ha sido un escape y..., y una manera de volver a empezar un poco, de otra-de otra manera diferente en mi vida. Porque claro, me había quedao colgada. Colgada y sin-y sin amigos con que poder salir y entonces, esto ha sido como ¡puf! "tengo un sitio donde poder ir, y he conocido gente estupenda y me río con ellos y salgo con ellos..." [...]. Para mí fue como una tabla de salvación. De decir, "bueno, estoy aquí y... y... y a ver qué sale". Y bueno, y funciona, y funciona [...]. Habrá gente que no le funcione porque si te quedas en un rincón desde luego no te comes nada. Y si te mueves un poco y bueno y tienes ganas de conocer, pos sí, te-te-te funciona. Y bueno, es eso. A mí, yo estoy muy encantada, porque la otra vez que me apunté, estuve muy bien y estuve con gente estupenda, y esta vez, pues también [...]. La tarde y al día siguiente, tienes otra-otra..., un subidón, como un subidón.

Entrevista a Ca. (mujer, 51), en Barcelona el 15 de febrero de 2017

He ahí la aparente paradoja. A aquellos encuentros los congregados, autoidentificándose no como solteros ni solitarios, sino como *singles* –sin pareja, desemparejados–, se supone que habían llegado para ostentar su condición de individuos libres, sin lazos, dispuestos a ejercerse como seres emancipados de toda servidumbre sentimental. En eso consistía ser *single*: soltero voluntario y orgulloso de serlo. En cambio, cualquier oportunidad parecía buena para que los congregados reconocieran la comedia que estaban representando, que era la del escamoteamiento de su fracaso a la hora de conformar lo que en otros tiempos se hubiera llamado “una pareja feliz” y menos de crear o mantener algo parecido a un hogar. Como la mínima ocasión para la franqueza sirviera para que, a la manera del momento final de *Las amistades peligrosas*, la novela de Choderlos de la Clos, en las que la marquesa de Merteuil se desmaquilla ante el espejo, los presentes se desenmascararán para reconocer que, realmente, estaban solos; es decir, sin nadie.

Conclusiones

El surgimiento compulsivo de servicios virtuales pensados para la puesta en contacto de personas necesita, como se viene diciendo, comprenderse dentro de una ética del consumo que ha ido calando hasta nuestros días en las formas más microscópicas de relación. Las reuniones para *singles* descritas y analizadas en este trabajo son una muestra en miniatura de la deriva del paradigma relacional. Todavía más cuando en ellas concurren individuos que, por una cuestión generacional, han experimentado las contradicciones entre el modelo ideal de intimidad y la necesidad de reinención de sí mismos. Sus relatos coinciden en la necesidad de retejer un haz de conexiones, más o menos esporádicas, más o menos estables, pero siempre dispuestas a su contrario, que es la desconexión en beneficio de la modulación de las prioridades personales, maleables, laxas, de acuerdo a un ecosistema socioeconómico movedido que demanda flexibilidad. La otra cara de la moneda es que estos encuentros sirven, al mismo tiempo, para contrarrestar el sentimiento de soledad que parece dominar en un contexto de individualización disfrazada de “libertad” y “autonomía” del sujeto moderno.

Por cuanto respecta a las propiedades del *single*, deducimos que éste no siempre lo ha sido, sino que en un momento u otro de su vida se inicia como tal. En el caso planteado, suele ser a partir de un hecho disruptivo en relación a la ruptura de la unidad íntima conyugal o de hecho, lo que bien podría deducirse como la pérdida del “hogar”. Un factor que prueba que se trata de sujetos ya no solo dedicados al esparcimiento, sino surgidos de él, como lo demuestran sus temas de conversación, centrados en compartir lugares y actividades de ocio (bares, discotecas, restaurantes...). La figura del *single* solamente existiría, pues, en su tránsito y hospedaje intermitente a través de un circuito de encuentros cuyas características varían en función del tipo de sociabilidad que se pretenda.

La falta de modelos etnográficos más o menos recientes que se adecúen al tipo de reuniones descritas no solo dan cuenta del vacío existente en el conocimiento de una realidad en auge. Lejos de haber agotado el tema en estas páginas, se han ofrecido lo que serían apenas los primeros pasos para abrir camino hacia nuevos frentes de estudio de los que aquí se ha presentado únicamente un esquema general. Partiendo de la base planteada, merece la pena ampliar y profundizar mediante el análisis microetnográfico los modos en que se manifiesta un código comercial en relaciones cara a cara programadas, en este caso, para ser consumidas. Aspectos como la forma en que inciden variables como el género, cuya presencia es ineludible en interacciones puramente heterosexuales, o esa clase social que se soslaya, son imprescindibles para contribuir a lo que podría ser una especie de antropología de la soledad, en un escenario urbano poblado de sujetos que transitan, mapean y crean sociabilidad en la copresencia de soledades.

Referencias

- BAUDRILLARD, Jean. “La publicidad”. In: *El sistema de los objetos*. Madrid: Siglo Veintiuno, 1988. pp. 186-223.
- BAUMAN, Zygmunt. “Introducción o el secreto mejor guardado de la sociedad de consumidores y Una sociedad de consumidores”. In: *Vida de consumo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2007. pp. 11-43 y 77-115.
- _____. “Prólogo”. In: *Amor líquido*. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2009. pp. 07-15.
- BECK, Ulrich; BECK-GERNSHEIM, Elisabeth. *El normal caos del amor*. Las nuevas formas de la relación amorosa. Barcelona: Paidós, 2001.
- BODOQUE, Yolanda. “Caravanas de mujeres en España: migraciones, soltería y desigualdades”. In: *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, v. 72, n. 1, 2017. pp. 67-84.
- BOURDIEU, Pierre. “El campesino y su cuerpo”. In: *El baile de los solteros*. La crisis de la sociedad campesina en el Bearne. Barcelona: Anagrama, 2004. pp. 110-127.
- BRANDES, Stanley. “La soltería, or why people remain single in rural Spain”. In: *Journal of Anthropological Research*, v. 32, n. 3, 1976. pp. 205-233.
- CAMPEON, Arnaud. “Solitude en France: mise en forme d’une expérience sociale contemporaine”. In: *Informations sociales*, v. 2, n. 188, 2015. pp. 20-26.

- DESJEUX, Dominique (org.). “Une approche ethologique du Cafe Oz, des déplacements a la happy hour, entre contraintes spatiales, normes sociales et choix stratégiques”. In: *Regards anthropologiques sur les bars de nuit: espaces et sociabilités*. París: L’Harmattan, 1999. pp. 43-82.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *El mundo de los bienes*. Hacia una antropología del consumo. México, D.F.: Editorial Grijalbo, 2009.
- DUMONT, Louis. *Ensayos sobre el individualismo*. Una perspectiva antropológica sobre la ideología moderna. Madrid: Alianza, 1987.
- ELIAS, Norbert. *La sociedad de los individuos*. Barcelona: Península, 2000.
- FEDERICI, Silvia. *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2010. Disponible en línea: <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Caliban%20y%20la%20brujaTdS.pdf>. Consultado el 15 de julio del 2018.
- FERRÁNDIZ, Francisco. “El proceso etnográfico”. In: *Etnografías contemporáneas*. Anclajes, métodos y claves para el futuro. Barcelona: Anthropos, 2011. pp. 41-195.
- GARCÍA PEREIRO, Thaís; SOLSONA, Montserrat. “El divorcio como nudo biográfico. Una revisión de la literatura reciente desde la perspectiva de la vulnerabilidad postdivorcio”. In: *Documents d’Anàlisi Geogràfica*, v. 57, n. 1, 2011. pp. 105-126.
- GOFFMAN, Erving. “La ritualización de la feminidad”. In: *Los momentos y sus hombres*. Barcelona: Paidós, 1996 (1971). pp. 135-168.
- _____. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 2006 (1954).
- HALL, Edward Twitchell. “El espacio habla”. In: *El lenguaje silencioso*. Madrid: Alianza Editorial, 1989. pp. 173-195.
- HOULÉ, René; SOLSONA, Montserrat; TREVIÑO, Rocio. “Divorcio y trayectorias familiares postrup-tura. ¿Un fenómeno nuevo?” In: Roigè, X.. *Familias de ayer, familias de hoy*. Barcelona: Icaria/Institut Català d’Antropologia, 2006. pp. 395-417.
- HUBER, Jonathan; HEROLD, Edward. “Sexually overt approaches in singles bars”. In: *The Canadian journal of human sexuality*, v. 15 n. 3-4, 2006. pp. 133-146.
- JOCILES, María Isabel. “La observación participante en el estudio etnográfico de las prácticas sociales”. In: *Revista Colombiana de Antropología*, v. 54, n. 1, 2018. pp. 121-150.
- JOSEPH, Isaac. *El transeúnte y el espacio urbano*. Barcelona: Gedisa, 1988.
- KAUFMANN, Jean-Claude. *Celibat, menages d’une personne, isolement, solitude*. Un état de savoirs. Bruxelles: Commission des communautés européennes, 1993.
- KERTZER, David; BARBAGLI, Marzio (org.). *La vida familiar desde la Revolución Francesa hasta la Primera Guerra Mundial (1789-1913)*. Barcelona: Paidós, 2003.
- KLEIN, Naomi. “El nuevo mundo de las marcas”. In: *No Logo*. Barcelona: Paidós, 2005. pp. 31-54.

- LAING, Olivia. *La ciudad solitaria*. Madrid: Capitán Swing, 2017.
- LAMOURÈRE, Odile. “El Salón de los Solteros”. In: *Los que vivimos solos: la soledad ya no es lo que era*. Barcelona: Paidós, 1988. pp. 184-194.
- LÈVI-STRAUSS, Claude. La familia. In: LÈVI-STRAUSS, Claude; SPIRO, Melford; GOUGH, Kathleen. *Polémica sobre el origen y la universalidad de la familia*. Barcelona: Anagrama, 1991 (1974). pp. 07-49.
- MARCUS, George. “Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography”. In: *Annual Review of Anthropology*, v. 24, 1995. pp. 95-117.
- MEAD, George Herbert. “La persona”. In: *Espíritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós, 1999 (1934). pp. 167-244.
- MELVILLE, Herman. “El paraíso de los solteros”. In: *La mesa de madera de manzano*. Madrid: Barataria, 2013 (1856).
- MILLER, Daniel. Could the Internet defetishise the commodity?. In: *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 21, 2003. pp. 359-372.
- MANNING, Paul. “Gin”. In: *Semiotics of Drink and Drinking*. London: Bloomsbury, 2012. pp. 60-86.
- MURRAY, Thomas. “The language of singles bar”. In: *American Speech*, v. 60, n. 1, 1985. pp. 17-30.
- RIESMAN, David. *La muchedumbre solitaria*. Barcelona: Paidós, 1981 (1950).
- ROUSSEAU, Jean Jacques. “Las cartas Morales”. In: *Cartas morales y otra correspondencia filosófica*. México: Plaza & Valdés, 2001 (1758). pp. 33-36.
- SINGLY, François de. *La famille. L'état des savoirs*. París: La Découverte, 1997.
- SIMMEL, Georg. *Sociología: estudios sobre las formas de socialización*. Madrid: Alianza, 1986 (1908).
- SOLSONA, Montse. “Narrar la propia biografía después de un divorcio. Notas de un estudio cualitativo de interés para la demografía”. In: *Estudios Geográficos*, v. 70, n. 267, 2009. pp. 633-660.
- BECK, Ulrich; BECK-GERNSHEIM, Elisabeth. “Libertad o amor. Sobre el vivir separados, juntos o enfrentados dentro o fuera de la familiar”. In: *El normal caos del amor*. Las nuevas formas de la relación amorosa. Barcelona: Paidós, 2001. pp. 29-63.
- WEBB, Eugene (org.). *Unobtrusive measures*. Thousand Oaks: Sage, 2000 (1966).