

Capítulo 1

***Casting* amoroso**

LA ERA NUMÉRICA

Luego de haber concretado diversas citas por Internet, una mujer define esas experiencias en términos de “*casting* amoroso”. Se había sentido examinada, comparada con lo que se esperaba de ella, sometida a una prueba de evaluación. Esta palabra, utilizada clásicamente para la elección de modelos o de actores para participar de una producción, hoy extiende su empleo para otro tipo de situaciones, indicando de qué modo los sujetos son evaluados, mucho más allá de lo laboral. Escuché hace poco a alguien decir, luego de una pronta decepción tras el casamiento, que se había equivocado en el *casting*. El vocablo es inglés y en esa lengua se refiere a la fundición, el molde, la forma, el elenco, el enyesado y también el vaciamiento.

Alguien podría decir que siempre buscamos al otro de acuerdo a un molde previo, que tenemos patrones, que nos interesan determinadas características, que preferimos ciertas cualidades, aceptando de manera muy natural esta forma de elección. ¿No nos dice acaso el psicoanálisis que existen rasgos de fijación que dirigen la orientación hacia determinada persona y no otra? Sin embargo, tales adhesiones son inconscientes, y se distancian de las del mentado *casting* en el que, por el contrario, intentan ser calculadas y sometidas al control.

Por otra parte, Lacan dice que el amor es contingente, no planeado y si hay siempre un misterio, este se enraíza en que en la atracción hacia el objeto amado hay algo inexplicable que trasciende en mucho lo evaluable de sus atributos. Al respecto, expresa Roland Barthes:

En ¡Adorable! ninguna cualidad cabe, sino solamente el todo del afecto.

Sin embargo, al mismo tiempo que “adorable” dice todo, dice también lo que le falta al todo, quiere designar ese lugar del otro al que quiere aferrarse especialmente mi deseo, pero tal lugar no es designable, de él no sabré jamás nada, mi lenguaje tanteará, balbucirá siempre en un intento de decirlo, pero no podré nunca producir más que una palabra vacía, que es como el grado cero de todos los lugares donde se forma el deseo muy especial que yo tengo por ese otro. (1)

EL AMOR Y LA POESÍA

Lacan diferencia entre el acto de amor y hacer el amor: (2) el primero es la perversión polimorfa del macho, pero hacer el amor es poesía: un abismo separa ambos términos. Por ello, del lado de la perversión, no podemos aprender nada de la lírica amorosa ya que “escapa a la observación que cae bajo los sentidos”; (3) quizás por eso cuando el enamorado quiere aludir a la parte corporal conmovida por ese encuentro no le resulta localizable, como podría serlo la excitación genital: “Como hace un momento lo manifesté, es más bien de la sexología de la cual no hay que esperar nada. No se puede, por la observación de lo que cae bajo nuestros sentidos, es decir la perversión, construir nada nuevo en el amor”. (4)

El “*casting* amoroso” rechazaría esta verdad del amor que hizo que Søren Kierkegaard dijese que era tan difícil definir lo que es su esencia como lo es definir la esencia de una persona. (5) Es por ello que Lacan afirma que en el amor se apunta al sujeto: “Un sujeto, como tal, no tiene mucho que ver con el goce. Pero, en cambio, su signo puede provocar el deseo. Es el principio del amor”. (6)

Es que el amor bordea ese núcleo innombrable e inexplicable en la lógica de la evaluación. (7) Cuando se trata de convencer a un enamorado de la no conveniencia del objeto amado, se comprueba que es tan inútil como argumentar en el desierto, ya que la atracción no contempla razones. Y quizás en tal “inutilidad” se revela el corazón del amor, incomprensible en términos de costo/beneficio. No ocurre lo mismo cuando se tasa un producto; sin embargo, en el *casting* se buscan determinados atributos y los sujetos se ofrecen cual mercancías, por lo que el valor de cambio que estas implican se transfiere a los propios sujetos. De ahí la depresión cuando advierten su lugar como objetos desechables: no son el producto buscado.

Karl Marx describió que uno de los rasgos fundamentales del capitalismo

es la sustitución del valor de uso por el valor de cambio y ello se extiende al campo de las relaciones personales. (8)

En el capitalismo tardío, “consumir” equivale a pertenecer a la sociedad y así ser “vendible”, es decir, adquirir las cualidades que el mercado demanda. El consumo, en una sociedad de consumidores, no apunta a satisfacer necesidades, deseos o apetitos sino a elevar el estatus de los consumidores al de bienes de cambio vendibles. Por ello, dice Bauman, (9) los miembros de una sociedad de consumidores son ellos mismos bienes de consumo, su desvelo consiste en convertirse en productos vendibles, valorados en la sociedad. Así, el atractivo de los productos se evalúa según su capacidad de aumentar el valor de mercado de quien los consume. Por lo tanto, consumir significa invertir en la propia pertenencia a la sociedad, adquirir valor como objeto vendible.

Jacques Lacan afirma que el discurso capitalista excluye el amor, no solo por el aspecto romántico que hace que los enamorados se basten a sí mismos y en esto se alejen del consumo, sino porque en el amor el otro no es una moneda de cambio: se revela insustituible. (10) Pensemos en la nostalgia que surge del recuerdo de un amor que se ha perdido; seguramente se hará presente el lenguaje privado compartido con el que fue amado, un lenguaje que fue ese, único, no intercambiable con el de ningún otro. Decía Borges que uno está enamorado cuando se da cuenta de que la otra persona es única. (11)

En el lenguaje privado, los epítetos indican la manera en que lo nombrábamos, queriendo de ese modo intentar expresar su unicidad, y el tiempo que demanda el duelo amoroso testimonia, en última instancia, que los seres no pueden sustituirse tan fácilmente por otros, que no son descartables, que lleva tiempo el proceso de desasimiento, que hay apego, viscosidad libidinal. Y a la inversa, Marx descubrió que en el capitalismo el valor de uso, subjetivo, es sustituido por el valor de cambio: las cosas no valen por sí mismas sino por el valor de mercado. El detalle que se agrega en el capitalismo tardío es que lo mismo vale para los sujetos, y de ahí el drama de devenir obsoleto como los objetos.

Claro que la palabra *casting* también remite a “vaciamiento”, y ello nos introduce en la temática de la evaluación. Es que cuando medimos al otro de acuerdo a requisitos previos, lo despojamos de su singularidad. Jacques-Alain Miller la presenta como el fenómeno central de nuestra época y define su operación como el pasaje de un ser de su condición de único al estado de ser

uno entre los demás. (12) Así, los sujetos se prestan a ser comparados, accediendo al estado estadístico, proceso idéntico al descrito por Marx cuando se refiere a la pérdida del valor de uso, subjetivo, por el valor de cambio. En su célebre obra *El capital*, aborda los dos valores de la mercancía: el de uso y el de cambio. El tema del valor tiene una importancia fundamental: ya en el prólogo a la primera edición alemana señala que la forma de valor que reviste la mercancía es la célula económica de la sociedad burguesa. Podríamos resumir diciendo que el valor de uso es subjetivo, es el valor de la cosa en sí misma en su relación al hombre; mientras que el de cambio es el valor de las cosas respecto de otras y será otorgado por el mercado:

Lo que se confirma aquí es la extraña circunstancia de que el valor de uso de las cosas se realiza para el hombre sin el intercambio, o sea, en la relación directa entre cosa y hombre, y que, al contrario, su valor solo se realiza en el intercambio, es decir, en un proceso social. (13)

El quid consiste en entender que el trabajo mismo se convierte en mercancía y ello ocurre cuando grandes masas son despojadas súbitamente de sus bienes de subsistencia y lanzadas al mercado de trabajo. Entonces, el valor de uso de la fuerza de trabajo, el trabajo mismo, deja de pertenecer al vendedor. De manera que el valor de uso de la fuerza de trabajo ya no es del obrero. Marx da el ejemplo de una fuerza de trabajo que se paga como media jornada laboral, aunque su valor de uso corresponda al doble de su valor de cambio. Así, Karl Marx y Martin Heidegger se dan la mano, ya que el proceso analizado por Marx se entrama con lo que Heidegger describió en términos de dominio de la cifra y de la técnica. Cuando se habla de “recursos humanos”, no nos engañemos creyendo que son “humanos”, pues en verdad son numéricos. Por ello, Miller sostiene que el siglo XXI es el siglo de las listas, de la evaluación cuantitativa, y considera que esto, de modo profético, fue muy bien captado por el escritor Robert Musil en su gran novela *El hombre sin atributos*. El hombre sin atributos es aquel cuyo destino es ya no tener ninguna cualidad. En esta obra, el “hombre sin cualidades” es Ulrich, alguien muy parecido al autor, un matemático escéptico e idealista, que medita incansablemente, sistemático y extremo. Tiene 32 años; detrás de él solo ve ruinas y adelante, un precipicio: la crisis de una civilización desbocada. Ulrich se convence de ser un hombre sin atributos cuando

reconoce que su época, no muy distinta de la actual, es capaz de considerar “genial” a un caballo de carreras: “Un campeón de boxeo y un caballo superan a un gran intelectual en que su trabajo puede ser medido sin discusión, y el mejor entre ellos es reconocido como tal por todos”.

En definitiva, el hombre sin atributos es el hombre numérico. Cuando el ser se cifra, lo que no reacomoda a la cifra se elimina, de ahí el dramatismo de no valer lo suficiente. El “*casting* amoroso” obedece a este principio; sin embargo, puede darse en esas citas por Internet un encuentro con el “adorable” descripto por Barthes. Seguramente allí el *casting* ha fallado, ya que ese encuentro habría dado lugar a lo que excede toda forma de evaluación. Surge, entonces, lo contingente del amor como lo no calculado, lo no computable.

[1](#)- Barthes, R., *Fragmentos de un discurso amoroso*, Buenos Aires, Siglo XXI, 1985, p. 27.

[2](#)- Lacan, J., *El seminario, libro 20: Aun*, Buenos Aires, Paidós, 1981, p. 88.

[3](#)- Lacan, J., “Televisión”, en *Radiofonía y televisión*, Barcelona, Anagrama, 1977, p. 118.

[4](#)- *Ibíd.*

[5](#)- Kierkegaard, S., *Las obras del amor*, Salamanca, Ediciones Sígueme, 2006.

[6](#)- Lacan, J., *El seminario, libro 20: Aun*, ob. cit., p. 64.

[7](#)- En la misma línea, Juan José Saer relata: “Un día, a mediados del siglo IX, en el noreste de la China, en el monasterio que dirigía Lin Tsi, el maestro de la secta budista T chang (en japonés *zen*, ambas pronunciaciones locales del sánscrito *Dhyâna*, «meditación»), subió a la cátedra y dictó la más célebre de sus lecciones: «Sobre vuestro conglomerado de carne roja hay un hombre verdadero sin situación, que sin cesar entra y sale por las puertas de la casa. ¡A ver qué opina de esto alguno que no haya hablado todavía!». Uno de los monjes salió del grupo y preguntó cómo era el hombre verdadero sin situación. El maestro bajó de su banco de meditación y atrapando al monje e inmovilizándolo, le ordenó: «¡Dilo tú mismo, dilo!». El monje vaciló. El maestro lo soltó y dijo: «El hombre verdadero sin situación es un montoncito cualquiera de excremento». Y se volvió a su celda.’ La expresión ‘un montoncito cualquiera de excremento’ es en el original mucho más cruda y, para su publicación en este diario, ha sido sustituida por la presente, que aparece en otra versión de esta misma escena. El eminente sinólogo francés Paul Demiéville, traductor en 1977 de las *Lecciones* de Lin Tsi, comenta así la brutal comparación, que resulta todavía más sorprendente cuando sabemos que también se la utiliza a menudo para designar a Buda: ‘Toda definición del hombre verdadero solo puede ser impropia, vil, sucia, puesto que por definición es lo que escapa a toda definición’” (Saer, J. J., “Genealogía del hombre sin atributos”, *El País*, 1º de enero de 2005).

[8](#)- En la sección “Tercer manuscrito” de los *Manuscritos económico-filosóficos de 1844* consagrada al dinero (“El poder del dinero”) –si se quiere, prehistoria de *El capital*–, Marx describe en forma expresiva la trascendencia del dinero: “El *dinero*, en cuanto posee la propiedad de comprarlo todo, en cuanto posee la propiedad de apropiarse de todos los objetos es, pues, el objeto por excelencia. La universalidad de su *cualidad* es la omnipotencia de su esencia; vale pues como ser omnipotente. [...] Lo que mediante el dinero es para mí, lo que puedo pagar, es decir, lo que el dinero puede comprar, es o

soy yo, el poseedor del dinero mismo. [...] Lo que soy y lo que puedo no están determinados en modo alguno por mi individualidad. Soy feo pero puedo comprarme la mujer *más bella*. Luego no soy feo, pues el efecto de la fealdad, su fuerza ahuyentadora, es aniquilada por el dinero. Según mi individualidad soy *tullido*, pero el dinero me procura veinticuatro pies, luego, no soy tullido; soy un hombre malo, sin honor, sin conciencia y sin ingenio, pero se honra al dinero, luego, también a su poseedor. El dinero es el bien supremo, luego, es bueno su poseedor; el dinero me evita, además, la molestia de ser honesto, luego, se presume que soy honesto; soy *estúpido*, pero el dinero es el *verdadero espíritu* de todas las cosas, ¿cómo podría carecer de ingenio su poseedor? [...] El *dinero* en cuanto *medio* y *poder* universales [...] para hacer de la *representación realidad* y de la *realidad pura, representación*, transforma igualmente las *reales fuerzas esenciales humanas y naturales* en puras representaciones abstractas y por ello en *imperfecciones*, en dolorosas quimeras, así como, por otra parte, transforma las *imperfecciones y quimeras reales*, las fuerzas esenciales realmente impotentes, que solo existen en la imaginación del individuo, en *fuerzas esenciales reales y poder real*” (Marx, K., *Manuscritos: economía y filosofía*, Madrid, Alianza, 1984, 11ª ed., pp. 177-180). Sin duda el dinero (o el capital) no solamente se limitan a “invertir” lo inmediatamente dado, lo natural, como sostiene Marx, sino que lo alteran de todos los modos posibles, subvirtiéndolo, trastrocándolo y determinándolo absolutamente desde su “abstracción”, y esto es lo que importa. Lo más interesante del texto del joven Marx es su reconocimiento azorado de la potencia ilimitada de la subjetividad absoluta; aquí, el dinero.

[9](#)- Bauman, Z., *Vida de consumo*, Buenos Aires, FCE, 2007.

[10](#)- Lacan, J., “El saber del psicoanalista”, en *Hablo a las paredes*, Buenos Aires, Paidós, 2012, p. 106.

[11](#)- Por ello, remata Barthes, “querer escribir el amor es afrontar el embrollo del lenguaje y sus confines: esa región donde el lenguaje es a la vez excesivo y al mismo tiempo escaso, excesivo por el ímpetu emotivo, escaso para dar cuenta adecuadamente de tal desborde” (Barthes, R., ob. cit.) “Todo lo que se escribe –le dice Søren Kierkegaard a Regina Olsen– no es sin embargo más que un débil murmullo” (Borges, J. y Ferrari, O., *En diálogo*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2005).

[12](#)- Miller, J.-A., “Piezas sueltas”, en *Los cursos psicoanalíticos de J.-A. Miller*, Buenos Aires, Paidós, 2013, caps. XI y XII.

[13](#)- Marx, K., “Mercancía y dinero”, en *El capital*, t. I, Madrid, Akal, 2000, libro 1, sec. I, p. 117.