

A woman with a voluminous white wig and bright red lipstick. She is holding her right index finger to her lips in a classic 'shh' gesture. The background is a solid, muted olive-green color.

CAPITAL ERÓTICO

El poder de fascinar a los demás

CATHERINE HAKIM



En 2010, la socióloga pionera Catherine Hakim sorprendió al mundo con una nueva y provocadora teoría: además de los tres activos personales reconocidos (capital económico, cultural y social), cada individuo tiene un cuarto activo —el capital erótico— que puede, y debe, utilizar para avanzar en la sociedad. En este audaz y controvertido libro, Hakim explora las aplicaciones y la importancia del capital erótico, desafiando la desaprobación de la que son objeto las mujeres y los hombres que utilizan el atractivo sexual para progresar en la vida. Los científicos sociales han prestado poca atención a estos modos de empoderamiento personal, a pesar de las abrumadoras pruebas de su importancia. En *Capital erótico*, Hakim reúne un conjunto de investigaciones para demostrar que, en lugar de degradar a quienes lo emplean, el capital erótico representa una herramienta poderosa y potencialmente igualadora, que solo despreciamos en nuestro propio detrimento.

Introducción

El capital erótico y las políticas del deseo

Anna perdió un trabajo bien remunerado en los servicios financieros, y tuvo que invertir muchos esfuerzos en la búsqueda de un nuevo empleo. Comió menos, hizo ejercicio, adelgazó y rejuveneció diez años. También fue a la peluquería, se tiñó y salió con un peinado más corto y favorecedor, que le daba un aspecto de mayor juventud y vitalidad. Después se fue de tiendas y se compró un traje caro para resaltar su nuevo tipo, y dar una imagen a la vez atractiva y profesional. Se lo puso en todas sus entrevistas de trabajo. Le daba seguridad. Al cabo de tres meses tenía un nuevo puesto de consultora, y cobraba el 50 por ciento más que en su anterior trabajo.

Anna trabaja en el sector privado, donde las apariencias cuentan bastante más que en el público, pero lo que hizo ella lo podría hacer cualquiera. ¿Por qué no potenciar y utilizar una baza que se añade a la inteligencia, los conocimientos especializados y la experiencia? A quien busca trabajo se le suele aconsejar que recurra a su red social, y aproveche su capital social, pero actualizar la imagen y el estilo puede tener la misma eficacia.

He acuñado la expresión «capital erótico» para definir una mezcla nebulosa pero determinante de belleza, atractivo sexual, cuidado de la imagen y aptitudes sociales, una

amalgama de atractivo físico y social que hace que determinados hombres y mujeres resulten atractivos para todos los miembros de su sociedad, especialmente los del sexo opuesto. Estamos acostumbrados a valorar el capital humano (estudios, formación y experiencia laboral), y desde hace un tiempo también empezamos a reconocer la importancia de las redes sociales y del capital social (no tanto qué se conoce como a quién se conoce). Este libro demuestra la existencia, y describe los efectos, de un talento que siempre se ha ignorado, hasta el extremo de no darle un calificativo: el capital erótico.

El capital erótico es tan importante como el humano y el social para entender los procesos sociales y económicos, la interacción social y la movilidad social ascendente, y es básico para entender la sexualidad y las relaciones sexuales. En las sociedades modernas, sexualizadas e individualizadas, se da cada vez más importancia y valor al capital erótico, tanto en los hombres como en las mujeres. La tradición de fomentarlo, sin embargo, y de sacar provecho de él, es más larga en las mujeres, y me consta que siempre que se estudia el tema se observa un capital erótico más abundante en ellas que en los hombres, algo que los artistas llevan siglos percibiendo.

Los expertos que asesoran a la hora de buscar trabajo recalcan que hay una sola oportunidad de dar buena impresión. Una vez hecha la preselección, todos los candidatos entrevistados para un puesto de trabajo poseen la formación necesaria y la experiencia laboral requerida; y son las entrevistas las que pueden sacar a relucir otros talentos que determinarán al vencedor, como es el capital erótico. Los títulos y la experiencia, Anna ya los tenía, así que invirtió en esta otra baza que tan a menudo se pasa por alto. Para quienes tengan pocas calificaciones, o ninguna, el capital erótico puede ser la baza personal más importante de todas.

El capital erótico, como la inteligencia, tiene valor en todos los aspectos de la vida, desde la sala de reuniones hasta el dormitorio. Las personas atractivas llaman a otras personas: amigos, amantes, colegas, clientes, fans, seguidores, votantes, partidarios, patrocinadores... Tienen más éxito en la vida privada (con más parejas y amigos entre los que elegir), pero también en la política, el deporte, el arte y los negocios. Lo que pretendo en *Capital erótico* es descifrar los procesos sociales que ayudan a las personas atractivas a obtener más resultados, y a obtenerlos antes. ¿A qué edad empieza a ser importante el atractivo? ¿Son conscientes de su ventaja las personas más guapas? ¿Existe algún vínculo entre la belleza y la inteligencia que otorgue doble ventaja a unos pocos afortunados? ¿Es posible fomentar el atractivo si no se nace guapo?

Ya en su primera fase, mi estudio topó con un enigma: ¡según las investigaciones, los beneficios económicos de un capital erótico elevado todavía son mayores para los hombres que para las mujeres! En lo que sí se cumplieron mis expectativas fue en que las mujeres puntuasen más en los niveles de atractivo social y físico (probablemente porque invierten más esfuerzos en estar guapas y ser agradables), aunque a los hombres, en contrapartida, se les recompensa más por esforzarse menos. Todo apunta, en suma, a que el capital erótico de las mujeres recibe menor recompensa que el de los hombres, y donde más se puede demostrar este fenómeno es en el mercado laboral. El motivo, y las posibles soluciones, son temas que analizo a lo largo del libro.

Una parte de la explicación parece radicar en lo que llamo «déficit sexual masculino»: el mayor deseo sexual de los hombres, que provoca frustraciones desde la juventud, y ejerce una influencia oculta en las actitudes masculinas frente a las mujeres, no solo en las relaciones privadas, sino en la esfera pública. Este déficit sexual masculino lo descubrí por casualidad, al leer los resultados de las últi-

mas encuestas sobre sexo en todo el mundo. Para los hombres, ya lo dice la sabiduría popular, nunca hay bastante sexo. El déficit sexual masculino interactúa con el capital erótico, y tiñe así las relaciones entre hombres y mujeres, tanto en casa como en el trabajo. El patriarcado se ha esforzado mucho por esconderlo bajo una niebla moralizadora que controla la forma de vestir y comportarse en público de las mujeres. A mi modo de ver, el feminismo radical se ha metido en un callejón sin salida por culpa de la adopción de ideas similares que denigran el atractivo de las mujeres. ¿Por qué las convenciones masculinas sobre el decoro en el vestir y la conducta femenina no han sido cuestionadas por las feministas? ¿Por qué no se ha defendido la feminidad, en lugar de abolirla? ¿Por qué nadie anima a las mujeres a explotar a los hombres siempre que puedan? El feminismo radical puede parecer más limitador que liberador.

En este libro no se exponen opiniones ni prejuicios personales. Todos los argumentos se basan en (y parten de) un amplio abanico de pruebas que se exponen en los capítulos siguientes, y que son fruto de la investigación en el campo de las ciencias sociales. Mis dos conceptos centrales (el del capital erótico y el del déficit sexual masculino) son nuevos, pero descansan sobre una base objetiva^[1].

El concepto de capital erótico se expone en el primer capítulo, donde explico por qué adquiere cada vez más importancia en las sociedades acomodadas de nuestros días. Del mismo modo que el coeficiente intelectual ha aumentado ininterrumpidamente durante el último siglo (más o menos a razón de un 6 por ciento cada década), también los niveles de atractivo físico aumentan poco a poco con el tiempo. Probablemente exista alguna relación entre ambos procesos, como la hay entre la estatura y las habilidades cognitivas y sociales^[2]. ¿Se puede medir el

capital erótico, como el coeficiente intelectual y la estatura? ¿Qué es más importante, el atractivo físico o el social?

Es bien sabido que ser alto proporciona ventajas sociales y económicas, sobre todo para los hombres. La mayoría de los presidentes de Estados Unidos han sido altos, o al menos más altos que sus contrincantes. De la misma manera, todo indica que el atractivo social y físico aporta una amplia gama de importantes beneficios en el entorno laboral y social, así como en las relaciones privadas. En la segunda parte analizo cómo funciona en la vida cotidiana el capital erótico, y presento datos científicos sobre los beneficios y las ventajas del poder erótico en todas las actividades.

Los capítulos 4 y 5 resumen una serie de estudios que demuestran lo beneficioso que es el atractivo físico y social para ambos sexos en la vida cotidiana: la amistad, las citas, el cortejo, el matrimonio, la seducción, las aventuras extraconyugales, el hacer amigos, el ser considerado como una persona buena y recta y, en términos generales, tenerlo más fácil en la mayoría de los contextos. A veces estos beneficios que aporta el capital erótico a lo largo de la vida se tildan de «discriminación», algo fuera de toda lógica, puesto que la escasez confiere valor a cualquier mercancía, talento o habilidad, tanto a la de ser encantador y convincente como a las de dominar programas informáticos, pilotar un avión o correr más deprisa que los demás.

El capital erótico puede ser crucial en las parejas estables, en la medida en que altera sutilmente las negociaciones cotidianas entre los dos miembros sobre roles y deberes. La mayoría de los estudios se han centrado en las parejas heterosexuales, pero en las homosexuales con un miembro más joven y sexualmente más atractivo se observan pautas similares. El resultado es la «economía sexual» de las relaciones privadas^[3], o, por usar mi terminología, la «sexonomía» que subyace en todos los intercambios y relaciones entre hombres y mujeres.

En el capítulo 6 redefino el ocio erótico, el sexo comercial y gran parte del sector publicitario como sectores que comercializan el capital erótico. Los hombres y las mujeres del sector del ocio en sentido lato, vendan o no servicios sexuales, tienden a ser jóvenes (más, en todo caso, que la mayoría de los clientes), atractivos, frecuentemente guapos, en buena forma física y vitales, con mucho atractivo sexual, y a menudo ofrecen otras habilidades sociales o talentos artísticos adicionales, como baile, canto o acrobacias. Incluso la industria musical se ha erotizado, y hay cantantes a los que se capta sobre todo por su capacidad de proyectar *sex-appeal* y vitalidad en vídeos y conciertos. Los anuncios de ropa y perfumes se han sexualizado mucho. La publicidad recurre con frecuencia al despliegue de atractivo sexual y belleza femenina para vender toda clase de productos, desde detergentes hasta coches, o aceite de motor.

El capítulo 7 analiza el valor comercial del capital erótico: cómo ayuda a vender productos, servicios, ideas y medidas en la política, los medios de comunicación, el mundo laboral, el deporte y las artes. En el sector servicios, el factor de aptitud social del capital erótico puede ser de especial importancia para infundir al servicio prestado un estilo especial y un toque personal, por ejemplo en un club o en un bar. También es importante el desempeño social en todos los trabajos de oficina, sobre todo en la dirección y en las profesiones que implican contacto con los clientes. Actualmente, incluso los políticos y el mundo universitario han constatado que ser atractivo y cuidarse ayuda mucho, y que no todo se reduce a estar bien informado, puesto que lo que expone la televisión a la mirada pública no son solo sus ideas, sino sus personas. Aunque la rentabilidad del poder erótico se concentre en ocupaciones concretas, varios estudios han demostrado que existe un «plus de belleza» significativo (entre el 10 y el 20 por ciento) que afecta a los ingresos a lo largo y ancho del

mundo laboral, comparable al 10 o 20 por ciento de más que reporta ser alto.

El capital erótico parece una idea tan obvia que hay que preguntarse por qué no se había identificado hasta ahora. Mi argumento, en la primera parte, es que las políticas del deseo condujeron a una derrota en toda regla de las mujeres. El capital erótico desempeña un papel muy importante en la estimulación del deseo masculino, y también, aunque no tan agresivamente, en el deseo femenino. Los debates sobre el capital erótico y su valor llevan por sistema la impronta del deseo y las necesidades sexuales del género masculino. Los hombres, por lo general, se han negado a reconocerlo, por si a las mujeres se les ocurriese explotar esta «debilidad» masculina; y así, el capital erótico de las mujeres se confunde con el déficit sexual masculino, el ego de los hombres y toda la retórica en torno a las luchas de poder entre hombres y mujeres. Las políticas sexuales modernas niegan constantemente el valor del capital erótico y la sexualidad de las mujeres en la vida privada.

Según las feministas, es un mito que los varones tengan una libido más fuerte; dicen que se ha usado como simple excusa para disculpar la mala conducta de los hombres, e insisten en que sexualmente no hay ninguna diferencia de relieve entre ambos géneros, como no la hay en otros ámbitos. Para demostrar que se equivocan, en el capítulo 2 analizo las pruebas con detenimiento, y planteo las implicaciones, de cara al capital erótico, de que el nivel de deseo difiera entre hombres y mujeres. Lo que me interesa es el impacto de esta ubicua diferencia en la importancia del capital erótico, y en su relación con el poco o nulo valor que se le asigna. Para justificar mi conclusión de que esta diferencia en el deseo (para la que he acuñado la expresión «déficit sexual masculino») es un fenómeno universal, se presentan con cierto detalle los datos de una serie de encuestas sobre sexo realizadas en

varios países del mundo. Es esencial lograr que se acepte como un nuevo hecho social, ignorado hasta ahora por la mayoría de los estudiosos de las ciencias sociales, y analizar su influencia en las relaciones entre hombres y mujeres, tanto en la vida privada como en la pública.

En vista de lo sustanciales que son los beneficios del capital erótico, debemos preguntarnos por qué hasta ahora no se había reconocido de manera explícita esta baza personal. En el capítulo 3 afirmo que las ideologías patriarcales trivializaron a conciencia el capital erótico de las mujeres, para evitar que lo usaran en detrimento de los hombres. Dado que, por lo general, las mujeres poseen un capital erótico mayor que el de los hombres, estos niegan su existencia o su valor, y han tomado medidas para asegurarse de que las mujeres no puedan explotar legítimamente su ventaja relativa. En la actualidad, por desgracia, las feministas radicales se suman a las objeciones «morales» del patriarcado contra el despliegue de capital erótico. Muchos textos feministas contemporáneos coinciden con las ideas machistas en perpetuar este desprecio por la belleza y el atractivo sexual femeninos. La ideología del aspectismo (*lookism*), y la rebelión de los gordos, son las manifestaciones más recientes de esta negación del valor social y económico del capital erótico.

El feminismo es una iglesia muy amplia, en la que compiten muchos elementos. En general, los feminismos francés y alemán han reconocido y valorado el capital erótico de las mujeres (sin usar el concepto). Su conciencia de este capital erótico es uno de los factores que explican la gran brecha que separa a las feministas radicales puritanas anglosajonas de la mayoría de sus hermanas europeas.

El capital erótico pone de relieve un aspecto de la vida en el que no cabe duda de que las mujeres se hallan en ventaja respecto a los hombres, ventaja reforzada por el déficit sexual masculino. De momento, los hombres se han

negado a admitirlo, y el reconocimiento del capital erótico como cuarto activo personal revela que en el siglo XXI las ciencias sociales continúan siendo sexistas y patriarcales, a pesar de las aportaciones de las pensadoras feministas. Dicho reconocimiento conduce asimismo a una nueva perspectiva sobre algunos aspectos de la vida pública que generan enconados debates, como la prostitución y los vientres de alquiler.

El concepto de capital erótico surgió de un amplio análisis de los datos científicos sobre la posición de las mujeres en el mercado laboral y en las relaciones privadas, y de las carencias que se observan en las teorías existentes sobre los factores que llevan a tener éxito en la vida, y en la visión popular del funcionamiento de las relaciones. Mi objetivo es brindar una nueva perspectiva que arroje luz sobre todos los aspectos de las relaciones, tanto en la vida pública como en la privada, y con algo de suerte, animar con ello a las mujeres a negociar mejores condiciones.

PRIMERA PARTE

**El capital erótico y las políticas
sexuales modernas**

1

¿Qué es el capital erótico?

Las personas atractivas destacan: llaman la atención, atraen y predisponen positivamente. El presidente Barack Obama tiene muchas facultades, y es una persona inteligente, sumamente formada, pero es probable que el hecho de ser guapo y delgado, estar en buena forma física y vestir bien le ayudase a convertirse en el primer hombre de raza negra elegido presidente de Estados Unidos, sobre todo cuando su mujer, Michelle, también cumple todos, absolutamente todos los requisitos. La belleza de Elizabeth Taylor, radiante ya de niña, iluminaba la pantalla en sus películas. Los hombres siempre la consideraron atractiva. A lo largo de su vida, se casó ocho veces.

La belleza excepcional, según parece, es atractiva en todo el mundo. La actriz china Gong Li, una de las grandes bellezas del planeta, ha tenido el mismo éxito en una película estadounidense, *Corrupción en Miami*, que en las que rodó a las órdenes del director chino Zhang Yimou. Dicen que el jugador de golf estadounidense Tiger Woods es el primer deportista que ha ganado más de mil millones de dólares, pero no tanto por sus actividades deportivas como por sus acuerdos publicitarios, y eso porque su atractivo no se limita a su país, sino que llega al mundo entero^[4]. A ese gancho se sumaban, también en este caso, una esposa y unos hijos atractivos.

Todos estos ejemplos son de gente famosa, pero en la vida cotidiana se observa la misma pauta: las personas dotadas de atractivo físico y social tienen una ventaja, una

gracia que les puede ir muy bien en todos los aspectos de la vida, y en todas las ocupaciones.

Con dinero, es bien sabido, se consigue casi todo. Ahora que las economías occidentales se han convertido en meritocracias, nos hemos acostumbrado a no hablar solo de «capital económico», sino de «capital humano», en referencia a los enormes beneficios económicos y sociales que reporta una buena educación y una buena experiencia laboral. El capital humano abarca asimismo las aportaciones de los empleados a cualquier empresa dentro de la economía del conocimiento. Otro concepto, acuñado más recientemente, es el de «capital social», que designa el valor económico y social de los amigos, los parientes y los contactos laborales, distinguiendo así entre a quién se conoce y qué se conoce. El «capital erótico» es el cuarto activo personal, un activo al que hasta ahora no se hacía caso, aunque la vida cotidiana esté llena de recordatorios sobre su importancia.

En el capital erótico se aúnan la belleza, el atractivo sexual, la vitalidad, el saber vestirse bien, el encanto, el don de gentes y la competencia sexual. La sexualidad es uno de sus componentes, fácilmente pasado por alto al restringirse solo a las relaciones íntimas^[5]. No obstante, las encuestas sobre sexo realizadas en todo el mundo indican que en las sociedades ricas la gente se acuesta más a menudo y con más parejas distintas de lo que era factible, por lo general, antes de la invención de los anticonceptivos modernos; de ahí que en la vida moderna la sexualidad tenga una presencia más marcada que antes, e impregne cada vez más la literatura, la cultura popular y la publicidad, a la vez que alimenta una expansión a gran escala del ocio adulto de todo tipo. Algunos acogen con los brazos abiertos esta nueva «liberación sexual»; otros muchos, en cambio, la aborrecen. La ubicuidad de las imágenes eróticas en la publicidad dirigida al gran público provoca tantas iras feministas como lo hicieron en décadas

anteriores las imágenes de amas de casa embargadas por la dicha doméstica^[6].

Lo que nadie discute es que en la vida moderna la sexualidad se ha vuelto más importante para todo el mundo, no solo para la élite y para los ricos (como en el pasado, con los harenes de los reyes, y las concubinas de los aristócratas); y una de las consecuencias de este fenómeno es el aumento de valor del capital erótico femenino, aunque solo sea porque la demanda masculina de ocio sexual parece inagotable, algo que no acaban de entender del todo muchas mujeres.

LOS SEIS (O SIETE) ELEMENTOS DEL CAPITAL ERÓTICO

El capital erótico es polifacético. Según la sociedad y la época, pueden destacar unos aspectos más que otros. La belleza siempre es un elemento central, aunque las ideas acerca de lo bello cambien con las culturas, y con el tiempo. También varían los gustos personales. Algunas sociedades africanas, muy en especial Sudáfrica, admiran a las mujeres de cuerpos grandes, voluptuosos. En Europa occidental, las modelos de pasarela suelen ser altas y delgadas hasta el punto de parecer anoréxicas. En siglos anteriores se atribuía una belleza delicada a las mujeres de ojos pequeños y boquitas de piñón. El énfasis moderno en los rasgos fotogénicos ha llevado a que se dé prioridad a los hombres y las mujeres de ojos y boca grandes, y de rostros «esculpidos». Según los estudios más recientes, el convencionalismo, la simetría y la homogeneidad del color de la piel contribuyen al atractivo, tal como queda recogido en el Apéndice A.

El atractivo, sin embargo, es en gran parte algo adquirido, como ilustra la *belle* o *jolie laide*. El concepto francés de *belle laide* (o *beau laid*, en el caso de los hombres) designa a una mujer fea que se vuelve atractiva gracias al