

Amor y Posmodernidad: intercambio y mercancía

Ricardo Trujillo Correa¹ y Magali López Lecona²

Los hombres lo han hecho de fácil acceso, un buen
mercado, sin riesgos
R.M.Rilke

El amor como experiencia

El amor es el gran intangible. Comanda un vasto ejército de estados de ánimo, por lo que resulta maravilloso y necesario; pero no se sabe cómo definirlo, medirlo ni cartografiarlo. Es gracias a esta indeterminación que seguimos pensando en cómo aprehenderlo. Por eso el amante no percibe tipologías, triángulos, modelos o normativas; o por lo menos desde el amor no puede comulgar con ellas. Por esta razón, la experiencia amorosa será inédita, inacabada, e íntima. Con esta lógica se vincula al sujeto amoroso, con el principio Nietzscheano del ser como aquel que no es razón, sino vida; no es forma, sino voluntad; no es sustancia sino caos; no es logos sino pathos (Ortíz-Oses, 2003).

Si se habla desde el amor todo es grandioso y desmesurado: la intensidad, la ofrenda, el equívoco, la tristeza. No existe el abismo a medias, ni la eternidad intermedia; no contempla medias tintas, lo que dé en representar, es magnánimo. Es lo estrambótico en medio de lo real (Ortíz-Oses, 2003). Es así, que se le declara como "universal" desde la filosofía (Singer, 1966/1992, p. 38), "lo más grande" desde la novela (Watkins, 2013), "lo incognoscible" desde la semiótica (Barthes, 1977/1998), "un viaje de ida y vuelta a la luna" desde el teatro (Obra de teatro de Puricelli y Ruíz, 2016), "mil días con sus noches de espera" desde la literatura oriental (Anónimo s.f./2015), etc. Es la ruptura de la propia condición y circunstancia, de ahí que resulte un evento azaroso, contingente y sorprendente (Badiou y Troung, 2011). El amor no puede enseñarse, ser motivo de folletos, cursos o libros con pretensiones pedagógicas. Los procedimientos y técnicas son siempre torpezas, porque enamorarse es andar errado intencionalmente, no dar al clavo, no atinar la respuesta correcta. Es el sentido de les non-dupes errent como Lacan lo menciona (en Braunstein, 2011, p. 171): "los que no se dejan engañar, los no embaucados, los muy

¹ Profesor de la Facultad de Psicología, UNAM. Correo electrónico: ricsoft74@yahoo.com

 <https://orcid.org/0000-0003-1659-6390>

² Investigadora independiente: magalipsicreart@gmail.com

advertidos, se equivocan, yerran, viajan a la deriva". Para Jaime Sabines (1962/2011) "los amorosos" son los que "se ríen de las gentes que lo saben todo, de las que aman a perpetuidad, verídicamente (...) juegan a coger el agua, a tatuar el humo"; no tienen propósito claro, solo seguir andando sin importar si su derrotero sea éxtasis u horror. Los amantes violentan la estructura, el orden, lo cotidiano; porque es insoslayable su aspiración de infinitud, hasta en la muerte; en este sentido remedan el romanticismo como movimiento cultural y *modus vivendi*, aspecto mítico, ideal, que toma un punto de giro en la llamada posmodernidad. Cuando se ama, no se es mortal e inmortal; la entidad del amor es eminentemente demoniaca como nos dice Platón (s.f./1998), porque son hijos de Poros y Penia convidados al banquete de Afrodita.

Plenos en su belleza, los que aman, comparten la exuberancia y la embriaguez, el mendigar y la indigencia. Por ello no tienen rubor ni cautela para disolverse, exceder los límites en ausencia de voluntad y mostrarse como locos, complejos, contradictorios, laberínticos. Por lo que únicamente tiene sentido al analizarlo como un acto trágico, profundo, que solo puede ser bordeado estéticamente, como lo puede hacer quien dice: "sentí que mi vida se perdía en un abismo profundo y negro, como mi suerte" (Jiménez, Ella, 1942), "Aguda espina dorada / quién te pudiera sentir / en el corazón clavada" (Machado, Yo voy soñando caminos, 1906) , "tanto contento me produce este querer que sufro con agrado, y tanta alegríame da mi dolor que estoy enfermo de delicia" (Troyes citado por Rougemont, 1957, p.39).

Sin embargo, hoy día nos encontramos en una inédita configuración ideológica que lo transmuta en una versión acelerada, virtual y des-afectivizada. Esta nueva condición del amor es congruente con el recorrido hacia el ciudadano posmoderno consumado, donde al igual que toda mercancía, se modifica digitalmente para que toda pérdida sea ocluida o anulada. Si bien, existen diversas investigaciones que hablan de la metáfora del mercado como predominio en el amor (Heino, Ellison y Gibbs, 2010), esto generalmente se circunscribe al caso de las citas en línea. Sin embargo, no se han ampliado las reflexiones como prácticas naturalizadas en el cuerpo y el lenguaje a nivel ideológico. En el presente análisis se pretende ahondar en este tema tan particular, dejar de lado el contenido y la estructura gramatical del signo y hacer énfasis en las figuras del discurso amoroso, que aparecen en la vida cotidiana y que pueden ser orales, escritas, representaciones, etc. Estas figuras pueden habitar a su vez en conversaciones, cine, escritos científicos, publicidad, foros presenciales o en línea, redes sociales, etc. En suma, en cualquier lugar donde se reconozca la aparición de un acto amoroso y donde se supone exista una conciencia significativa, capaz de razonar sobre estos elementos (Barthes, 1957/1980).

Como método de análisis se propone trabajar un sistema semiológico de segundo nivel, donde a) por un lado la figura amorosa se reduce a pura significación, es decir, designa, notifica, hace comprender e impone, a saber; se

presenta como una forma que es una imagen vívida, espontánea, rica; b) por otro, la figura postula un saber, una memoria, un pasado que hace referencia a un contexto histórico. Con esta elaboración, encontrando la repetición de conceptos en formas diferentes, se nos permitirá descifrar el mito, como ejemplifica Barthes (2003, p.115): “la insistencia de la conducta es la que muestra la intención”. El análisis del mito nos demostrará las características ideológicas que se establecen en el mundo cotidiano dentro de un contexto social (Ramírez, 1981). Así, el mito amoroso, nos permitirá que brote la comprensión de lo diferente, la mediación entre el ser y el sentido social, como experiencia incrustada que se refleja en la materialidad de la vida cotidiana (Rutland, 2013). Es ese punto intermedio, donde aparece auténticamente el amor que se mete hasta las tripas.

Amor posmoderno

Nos encontramos ante un momento inédito en la historia. Hay algo de parodia y cinismo en los eventos y lo más relevante es, que no se trata de un fenómeno aislado, sino de una constante cultural. La intuición de este texto nace de esa fractura, de la discontinuidad de una experiencia de vida. Proviene de una inquietud que está presente en lo cotidiano, salvo que, en apariencia de verdad, se encuentra oculta a manera de fábula. ¿Es una sociedad posmoderna la nuestra? La palabra en sí misma, provoca disenso para definirlo, porque está inscrito en la razón de espejos “frente a frente”; representaciones virtualizadas de discursos e ideas que dejaron de serlo, porque se desmaterializaron en su aceleración por la búsqueda de sentidos (Zizek, 1999). Sin embargo, se le ha denominado a esta época contemporánea con distintos vocablos y diferentes sentidos: tardocapitalismo, postindustrial, post-historia, globalización, aldea global, segunda modernidad, modernidad reflexiva, ultra-modernidad, neo-modernidad, re-feudalización e ideologías de lo fragmentario, sociedad de la información, mediática, del conocimiento o del riesgo, entre otras. Por tanto “lo posmoderno” presenta múltiples alcances y ámbitos de aplicación, de acuerdo con que desde distintas disciplinas se le otorga un uso muy particular, por lo que es suficientemente vasto como para ser limitado en extensión (Pinillos, 2002).

Lo común en la mayoría de estas visiones, consiste en considerar las características de esta época como un síntoma social, no por criterios de proximidad cronológica, sino basándose en que se trata de una realidad, en la cual se proyecta la tendencia, de que la historia se reduzca al plano de la simultaneidad, a través de las técnicas de los medios de comunicación y la de-historización de la experiencia (Vattimo, 1990).

A la par de estas reflexiones sobre la cultura vigente, también hay autores críticos a las tematizaciones “pos”. Aquí se identifica el pensamiento alemán de la Escuela de Frankfurt, pero particularmente por Habermas (Benhabib y

Passerin d'Entrèves, 1996) quien calificó de conservadores y relativistas a estos esfuerzos teóricos. Aquel que advertía del agotamiento de las viejas imágenes del mundo, en el sentido Weberiano, era tildado de poco académico y atrapado en los laberintos del lenguaje. Lo cierto es, que la teoría comunicativa resulta creíble, cuando se mantienen como referentes los principios de universalización (Montesinos, 2003). Sin ello, nos encontramos con un proyecto hegemónico y eurocéntrico que no es satisfactorio como referente de diálogo ante la alteridad y la diferencia. Por lo tanto, consideramos que estas teorizaciones parten más de una revisión crítica que en lugar de un antimarxismo, representan una prolongación de los planteamientos marxistas y nietzscheanos, llevando como punto de partida el fin de los proyectos de racionalidad y unidad comunicativa. Estas reflexiones, llaman la atención dado que representan la problematización radical de una sociedad inédita en la historia de la humanidad.

Al igual que en una ficción, estamos y tal vez siempre hemos estado, en un mundo inatrapable, irracional y misterioso. El de las intimidades congeladas de Illouz (2007), donde los discursos emocionales y económicos se moldean mutuamente. Todo se conmodifica, hasta el conocimiento que será producido para ser vendido y es consumido para ser intercambiado. Es también la era de las rupturas donde convive la vanguardia superada, el cuerpo cortado, la sociedad fraccionada, el conocimiento atomizado y por supuesto, la aventura de las diferencias (Montesinos, 2003). El tiempo de la lógica informática que nos impone un nuevo saber (Lyotard, 1984) donde las nuevas tecnoemociones median la abstracción de lo que vivimos en nuestros cuerpos a través del dispositivo, es decir, el Ipod en una emoción (Belli, 2010). La prisa empuja y no permite detenerse y demorarse, ni guardar admiración por las cosas que rodean (Fernández, 2004). Sorprende encontrar que ya se esbozaba esta condición desde el siglo XIX, por ejemplo, en las intuiciones de Benjamin (1985/2005) sobre el personaje de Flaneur, ese hombre de las multitudes que habita el mundo de los aparadores que van y vienen, en una embriaguez anamnética y se apropia de los datos muertos como experimentado y vivido.

Por supuesto que este "orden" impacta en las relaciones amorosas, ya que la condición de ideal cultural se encarna en la subjetividad, produciendo una experiencia personal del sentimiento amoroso, irrepetible para cada sujeto (Vega & Aguirre, 1996). Por ejemplo, el amor de "hasta que la muerte nos separe, no era redundante ni era percibido como opresivo o limitante" (Bauman, 2005, p. 71), debido a que las condiciones socio-culturales no lo consideraban como opresivo o restrictivo de la libertad individual. Los vínculos amorosos son así trastocados por la nueva moral y ética que postula "la tiranía de la actividad" (Lindon, 2000, p. 129), siempre estar haciendo algo, a final de cuentas y congruente con la lógica estructural: producir. Por eso un adolescente tardío que no hace nada se ve muy mal, no produce. De cara a la alienación respecto al cuerpo, la separación de la emoción y razón, llevan al extremo del uso del cuerpo como máquina. Se separó el sexo del Eros, por la trivialización de los

medios (May, 1969/2000). La sociedad se vuelve esquizoide porque esta falta de contacto evita las relaciones íntimas y es incapaz de sentir; por lo que propone tener contactos efímeros e individualizados, donde uno tiene la ventaja de elegir libremente. El último hombre, el hombre esquizoide, es producto de la cultura industrializada. El sistema neoliberal propone un sujeto sin falta, sin errancia y sin angustia, que, como Arnold Schwarzenegger, un héroe de telenovela o cualquier rapero, no expresa ninguna emoción.

Al vínculo amoroso se le asume como signo positivo para que pueda hacerse accesible como cualquier producto de consumo y se evalúe en función de su beneficio de intercambio y valor de uso. Esta nueva mercancía debe contar con los dos requisitos que la hacen atractiva en su adquisición: entretenimiento y superficialidad. La máscara, el velo, el misterio, se vuelven signos de simulación sin poder destructivo ni ambivalencia. Es por eso que las investigaciones psicológicas desarrollan temas como el estudio del "sexo constante" (V. gr. Hicks, et.al., 2016) o el sexo y el amor (Vanuzia, 2012; Gley 2011); el "amor pleno, maduro" (Kernberg, 1974; Woodward, 2003); la forma de medir el amor con escalas (Colman, 2015; Hernandez, 2016; Cassepp-Borges y Pasquali, 2012; Wada, 1994); la relación pasional, el enamoramiento como fase inicial y su fisiología (Loving, et.al., 2009; Hatfield, et.al., 1987; Takahashi, et.al., 2015); la lógica evolutiva de la atracción (Adams, 1977; Fink & Penton-Voak, 2002; Wade & Abetz, 1997), entre otras, dado que se vincula con la medición de "felicidad", la capacidad de ocio y la posibilidad de una forma de relacionarse sin angustia: "no hay mejor medicina que el sexo compulsivo para evitar la depresión"³. Esto que altera y define la construcción del amor como un objeto positivo manipulable, que produce recetas, juegos y técnicas para conquistar; o se le reduce como problema de comunicación, autoestima o falta de conocimiento.

Lo que en un principio correspondía a un acto sagrado de unidad mística (Xirau, 1940), se convierte en la materialización del intercambio y apreciación. Se puede argumentar que en toda época la ofrenda era prenda común en la demostración del amor, sin embargo, nunca fue mediada como utilidad práctica y valor de uso. ¿En qué ha devenido el amor? ¿En paradigma de pareja, como una forma de individualidad, o como acompañamiento para evitar la soledad? ¿En una forma más de entretenimiento como tónico contra la angustia? ¿En su versión digital, sin referencia, como un proceso sexual o de comunicación eficiente? La idea es simple, mediante el consumo toda pérdida puede ser anulada. Es el mundo de la asepsia afectiva, sin angustia, sin alteridad u oposición. Por tanto, la lógica fantasmática de lo social consiste en la actitud de adquirir todo lo que se pueda, como amores y relaciones casuales, y ver de qué manera se resuelve así el hueco. Esto define una nueva escala social competitiva donde la cúspide la ocupan los que no padecen, los que lo tienen todo y por lo tanto no sufren, no está delimitada por la capacidad económica sino por la

³ Declaración de Alec Baldwin y Kim Basinger, tres años antes de su conflictivo divorcio

capacidad de mostrar que no se tiene indigencia o miedo. Esto es válido para un alto ejecutivo, como un pandillero o un estudiante de secundaria. Así, el logro y la adquisición se vuelven la norma, por lo que las actitudes están dirigidas a permanecer completos, integrales, en armonía, felices, con comunicación eficiente; por eso descarta la posibilidad del acto errante, del caminar sin propósito. La cultura actual "atenta contra el encuentro fallido, no es propicia para el amor, para ese logro que conlleva el fracaso" (Ons en Giraldi, 1997, p. 183).

Así, el amor eliminado como un problema existencial, trágico, estético (incluso desde la psicología) el "afecto mismo", deja de ser el fin para asumirse como una mercancía misma, una forma de permuta, un acto de conveniencia, un negocio redondo. No en vano, desde la conceptualización conductista se puede pensar al amor como un intercambio de reforzadores (Álvarez, 2004). El objeto se desacraliza como místico, para tornarse un signo de producción, del cual se extrae todo artificio. Esto produce una profunda nostalgia por los orígenes y obsesión por la autenticidad. El amante se pregunta si el anillo de bodas es auténtico, o en el caso de las grandes estrellas, cuántos millones costó. De símbolo deviene fetiche no de su precio, sino de su juego como realidad, por eso una boda falsa es una gran- terrible-inimaginable ofensa (como lo constató Victoria Ruffo ante la boda falsa que le organizó Eugenio Dérbez, aunque sepamos que él es muy bromista). Esto demanda signos nuevos de identidad, demanda de realidad "real", aunque sea en metonimia con un tatuaje compartido o una transfusión de sangre. ¿Es verdadero el amor que siento o siento por mí? ¿Es verdadero el amor? La intuición sirve para sospechar que la realidad ha muerto, sustituida por la simulación. La pareja, su finalidad "objetiva" se convierte en consumo de objetos, entre otros, de los objetos de antaño que fueron simbólicos de la relación (Montesinos, 2003).

Si se asume la posición ideológica de equiparar los beneficios del intercambio, que también consiste en valorar en función del placer que genera, las principales cotizaciones (no las únicas) corresponden también a la tasación social de la persona exitosa y/o bella; es por lo que una "relación se mide por el costo-beneficio" (Bauman, 2005, p. 64). A saber, es seguro que no se ven matrimonios entre supermodelos o estrellas de cine con personas "normales", sino que deben congeniar con alguien del mismo valor o superior, es decir; debe haber una equivalencia, lo que permite observar el canon de relaciones amorosas públicas (que no perennes): Brad Pitt y Angelina Jolie; Ben Affleck y Jennifer Garner; Salma Hayek y François-Henri Pinault; los Beckham; las Kardashian; Yadira Carrillo y Juan Collado; Luis Miguel y Araceli Arámbula; Santiago Creel y Edith González; Bibi Gaytan y Eduardo Capetillo; Lucero y Mijares y Juan Osorio con Niurka. El trato puede ser poder-belleza, poder-poder, belleza-belleza; no en vano política y farándula como nunca van de la mano. En este nivel no hay sorpresa, no hay claro-oscuros, ni siquiera el acto equívoco; sino que una decisión perfectamente racional (que no consciente) a la

hora de crear una relación. O como lo propone Eva Illouz (2007) cuando describe la experiencia de usuarios de citas en línea; predomina una dosis de cinismo y cansancio.

El "vínculo" amoroso además se ve condenado a la velocidad, satisfacción inmediata y la novedad; pues es partidaria de los productos de uso inmediato, soluciones rápidas, resultados sin esfuerzos prolongados, recetas infalibles, seguros contra todo (Bauman, 2005). La cultura del zapping rompe con la soledad y a la vez la intensifica, como efecto de los lazos de solidaridad por la inserción del mercado. La prisa empuja y no permite detenerse y demorarse, ni guardar admiración por las cosas que le rodean (Fernández, 2004, p.166). El amor por tanto no se puede detener, hay una obligación al movimiento, al flujo, la circulación, la innovación acelerada, promesa contingente, por lo tanto, como el capital, es necesario que no tenga un punto fijo. Se venden nuevas técnicas para amar, posiciones sexuales no antes vistas, nuevas formas de demostrar el amor, o libros cargados de frases esperanzadoras, con títulos nobiliarios académicos y figuras felices; porque saben que la satisfacción del producto se queda hasta ahí, en la portada. Por ejemplo, se hace uso de acepciones "new age", como el Feng Shui que nos ofrecen: "sencillas e ingeniosas maneras para crear espacios íntimos que nutran e incrementen la vida amorosa" (Koppel, "Feng shui para el amor") o entender el misterio, la magia y causalidad con los números secretos del amor (Liberato, "Los números secretos del amor"). De entrada, la violencia simbólica nos golpea, porque ¿quién puede resistirse a lo sencillo y lo ingenioso? Es el ideal de todo ciudadano posmoderno, con solo apretar el botón o tomar pastillas se pretende resolver cualquier carencia afectiva. Existen también libros que nos orientan, convirtiendo al amor en un problema educativo. Por ejemplo, enseñan a amar después de los cuarenta, ya que esa edad "no está revestida de la misma inocencia ni la misma fantasía. No posee ese sentido de omnipotencia que nos lleva a creer en lo absoluto", (Sinay, "El amor a los 40"). También se lanzan preguntas por el impacto de las nuevas tecnologías, como: "¿realmente se puede encontrar pareja en internet? ¿miente tanto la gente como se dice? ¿cómo reconocer a un ciberadúltero?" (Grey, "E-love"). Podemos dejar de sufrir por amor y aprender para que éste no se escape: "ayudará a vencer miedos y cadenas invisibles que lo sujetan al pasado para recuperar la alegría que lo conducirá a la verdadera felicidad" (García, "Salvemos al amor"). La inmadurez personal por supuesto que está involucrada, por tanto, es importante adquirir un libro que busca "revolucionar las bases de la convivencia en pareja, porque ofrece un nuevo paradigma para afrontar sus problemas y superar sus crisis" (Bolinches, "Amor al segundo intento"). O podemos ejercitar las llamadas "habilidades de convivencia" para amar mejor y usarlas de manera eficaz. (Guell, "Amores y desamores"). Abordar sin exposiciones superficiales e imprácticas "desvelando toda la verdad acerca de la atracción, las fantasías secretas y la magia del amor verdadero" (Ramtha, "Ese elixir llamado amor"). Nuevos métodos, mejores relaciones, vencer miedos,

develar toda la verdad. Nos hablan sobre cómo identificar el amor peligroso, patológico o negativo: cuando se sustituye el amor con comida (Roth, "Cuando la comida sustituye al amor"); se identifican los estilos amorosos peligrosos (Riso, "Amores altamente peligrosos"); se reconoce una relación destructiva (Lammoglia, "El amor no tiene por qué doler") o cuando esta se vuelve adictiva (Schaffer, "¿Es amor o es adicción?") para que podamos superar el apego afectivo (Riso, "Los límites del amor"). Por tanto la ideología se muestra como ordenadora del sentido de nuestras relaciones: debemos de ser independientes, sanos y no bulímicos. También te impulsan a nuevos horizontes, hacia el paradigma del desarrollo personal y la desmitificación, por ejemplo: cómo se reconcilian el desarrollo personal con el amor (Beck, "El normal caso del amor") porque es mejor estar viuda que casada (Vázquez Mota, "Dios mío hazme viuda"), y se debe ser escéptico con los príncipes azules para liberarse como mujer (Aguilera, "El estúpido príncipe azul y otros mitos sobre el amor"). En fin, como en "Sex and the city", existe la sensación de que uno no encuentra la persona indicada o para siempre, ya sea porque no sabemos o no queremos. El ser humano occidental, es el mito del ser individualista, independiente, sano, civilizado, educado, emancipado, joven, hedonista "como si fuera el último día". Es importante reconocer que no se trata de simples slogans mercadológicos. Las palabras no están hechas de individuos, sino de discursos, afectos y sociedades. La elección del orden y su significación tienen sentido para la cultura y para la vivencia. El que un libro declare un método para sanar en el amor, nos habla de una sociedad que se siente equivocada, enferma, doliente, escéptica y sin amor; sin tiempo para profundizar, contemplar o tocarse. Se debe mutar en algo que se adapte al ritmo de vida, por eso emergen las "relaciones de bolsillo" que se pueden sacar en caso de necesitarse, "al igual que la Ribena, deben diluirse para ser consumidos" (Bauman, 2005, p.10).

Como reza el slogan: "Cada vez hay menos príncipes, por fortuna cada vez hay más palacios... Soy totalmente palacio". Por lo tanto, el amor se considera como un estorbo en la vida personal (Sangrador, 1993), una fantasía caduca más en la época de la productividad. La única salida posible es desarrollar relaciones afectivas productivas, de lo contrario se pueden desarrollar "comportamientos adictivos" (Retana y Sánchez, 2005). Esto conlleva múltiples derivaciones para la cultura, si quien ama requiere acceder a su debilidad e indigencia para acceder al amor. Esto se sanciona en cualquier aparato productivo; ninguna empresa consentirá que se falte al trabajo por razones de infatuación romántica, invalidez afectiva o acoso emocional. Se pugna entonces por un sujeto autosuficiente, narcisista, independiente, con alta autoestima, el cual por coincidencia es la antítesis de "Los amorosos" de Sabines. Se considera un pretexto para satisfacer las ganas, en vez de un deseo que implica contemplación, estrategia, velar, dejar la puerta abierta. En esta lógica el deseo se concentra en el objeto dejando de lado sus atributos de seducción. Es información que circula y alimenta el empuje de tener relaciones sin alteridad o

trasmutar en su versión edulcorada de misterio, dolor y oscuridad (como “Las 50 sombras de Grey” de Taylor-Johnson, del sadomasoquismo como metonimia del deseo). Esto da pie a que el slogan se torne realidad: “Me amo, desde el primer momento en que me vi... Granola Sport”⁴, uno puede vivir el enamoramiento sin necesidad de contar con otro, sin necesidad de la angustia, del deseo, de la muerte. El otro se minimiza en apéndice de la autosatisfacción y epítome del poder: “yo sé cómo me veo, si pregunto es para saber cuánto te gusto... Soy totalmente palacio”. Es el narciso digital en lugar del Edipo triangular, por lo tanto, el amor eres tú mismo (Baudrillard, 1981).

Conclusiones

La vida de los enamorados ya no parece estar orientada por los grandes principios románticos; la muerte y el tiempo. Sospechamos que esos principios se fueron; huyó la tragedia y quedó el drama; se marcharon la muerte, el caballo y la espada; quedaron el sofá y el televisor; se fue el honor y quedó el disimulo (Hernández, 2002). Queda una vida a medias, sin poesía, ni disposición a morir, sin angustias, pero con estrés; mientras el estrés es una carrera por el éxito y la ostentación. La cultura es un intento de abolir el fantasma de la muerte; supervivencia y eternidad para las religiones; la verdad para la ciencia y productividad para acumulación en economía. La seguridad se ha convertido en nuestra fatalidad de las especies demasiado protegidas, que mueren de seguridad en la domesticación (Baudrillard, 1981).

En conclusión, el advenimiento del posmodernismo lastra al amor, lo transmuta al intercambio, el mercado, la ley de la oferta y la demanda, dejando solo su inercia en carencia de su profundidad afectiva. Por esa razón, desde una visión materialista, se reniega con incredulidad del objeto de amor por no poder sostener indefinidamente la intensidad, se cataloga por tipo de vínculo, se le denomina “etapa del amor” o “ilusión”. Desde esta perspectiva, esta lógica demanda al objeto no ser perenne, mantenerse eternamente como enervante, sin embargo, como todo objeto de consumo, dicha necesidad es fallida, por lo tanto, se desecha. El amor posmoderno es eterno mientras se sostiene favorable, positivo, intenso; minutos después no tiene importancia y se busca el nuevo producto. Bajo este contexto, la vivencia amorosa tiene poco tiempo para asentarse, echar raíz, brotar y enredarse en los brazos de la persona amada.

REFERENCIAS

Anónimo, (s.f./2015). Las mil y una noches.

Badiou, A. y Truong, N. (2011). Elogio del Amor. Madrid: La esfera de los libros.

⁴ <http://play.tojsiab.com/a1BSUXFQbVZLUDAz>

- Barthes, R. (1957/1980). *Mitologías*. México: Siglo XXI.
- Barthes, R. (1977/1998). *Fragmentos de un discurso amoroso*. México: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (1981). *De la seducción*. Madrid: Cátedra.
- Bauman, Z. (2005). *Amor líquido: acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. México: FCE.
- Belli, S. (2010). Construcción y deconstrucción social de una emoción: tecnociencia, amor y performance. *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle*, julio-diciembre, 49-70.
- Benhabib, S. y Passerin d'Entrèves, M. (1996). *Habermas And the Unfinished Project of Modernity*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Benjamin, W. (1985/2005). *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal.
- Braunstein, N. (2001). *Ficcionario del psicoanálisis*. México: Siglo XXI.
- Fernández Christlieb, P. (2004). *La sociedad mental*. Barcelona: Anthropos.
- Giraldi, G. (1997). *Diálogos sobre el amor*. Buenos aires: Homo Sapiens.
- Heino, R., Ellison, N., y Gibbs, J. (2010). Relationshopping: Investigating the market metaphor in online dating. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2010; 27; 427.
- Hernández, M. (2002). Deudas y resabios del amor de por estos días. *Espacio Abierto*, 11 (3), 475-496.
- Illouz, E. (2007). *Cold intimacies*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Lindon, A. (Ed.). (2000). *La Vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. México: Colegio Mexiquense.
- Lytard, J. (1984). *La condición postmoderna*. Barcelona: Altaya.
- May, R. (1969/2000). *Amor y voluntad*. Barcelona: Gedisa.
- Montesinos, D. (2003). *El poder y los signos. Baudrillard y la incertidumbre de la crítica*. Tesis de doctorado inédita, Departamento de Filosofía, Universitat de Valencia, Valencia, España.
- Ortiz-Oses, A. (2003). *Amor y sentido: una hermenéutica simbólica*. Barcelona: Anthropos, 2003.
- Pinillos, J. (2002). Postmodernismo y psicología, una cuestión pendiente. *Anales de Psicología*, junio, 18 (001), 1-11. España: Universidad de Murcia.
- Platón, (s.f./1998). *El Banquete; Platón*. Traducción y Notas de Luis Gil. Madrid: Tecnos.
- Ramírez, H. (1981). Roland Barthes, mito e ideología. *Márgenes*, septiembre-diciembre 1981, no. 1, p. 132-136. Veracruz: Facultad de Sociología, Universidad Veracruzana.
- Retana, B. & Sánchez, R. (2005). Construcción y validación de una escala para medir adicción al amor en adolescentes. *Enseñanza e investigación en psicología*, enero-junio, 10, 001, p. 127-140.
- Rougemont, D. (1978). *El amor y occidente*. Barcelona: Kairós.
- Rutllant, A. (2013). Un amor estratificado: narrativas, prácticas y la infraestructura del amor de tres mujeres chilenas de diferentes estratos sociales. *Revista Latinoamericana de Estudios Sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, vol. 5,

- núm. 12, agosto-noviembre, 2013, pp. 9.21. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Sabines, J. (1962/2011). Recuento de poemas 1950 /1993. México: Joaquín Mortiz.
- Sangrador, J. (1993). Consideraciones psicosociales sobre el amor romántico. *Psicothema*, año/vol. 5, numero Sup. Universidad de Oviedo España, pp. 181-196 septiembre, año/vol. 11, número 003. Venezuela, 475-496.
- Singer, I. (1966/1992). La Naturaleza del Amor; Tomo 1. México: Siglo XXI.
- Vattimo, G. (1990). La sociedad transparente. México: Paidós.
- Vega, E. & Aguirre, A. (1996). Amor y saber; pasión por la ignorancia. México: Plaza y Valdés.
- Xirau, J. (1940). Amor y Mundo. México: El Colegio de México.
- Zizek, S. (2000). Dije economía política, estúpido. *The Ticklish Subject*. Londres: Verso. 1999. Publicado por Página/30, Núm. 118, Mayo 2000.

Publicado el 7 de septiembre de 2018



"Amor y posmodernidad: intercambio y mercancía" de Ricardo Trujillo Correa y Magali López Lecona está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)