

“Te quiero para mí”. El amor en el plano capital “I want you for me.” Love on the capital level.

Por: José Miguel Segura Gutiérrez¹ & Otto Smith Pardo Carrillo²

Recibido: mayo de 2019 Revisado: junio de 2019 Aceptado: julio de 2019

Resumen.

El propósito de este trabajo es reflexionar frente a los efectos que la dinámica del capital presenta ante formas de relacionamiento social tales como el amor. Se argumenta que, a través del mercado y el consumo de bienes y servicios, se despliegan procesos de socialización y subjetivación que afectan la constitución de los sujetos e inhiben el movimiento natural -atraer o invitar- que presenta el amor en tanto fenómeno social y lazo emocional entre los hombres. Esto, ante el respaldo político-institucional que los Estados y sus gobiernos hacen a la economía de mercado, y en particular a la conexión entre espacios, subjetividades y mercancías. Cuestión que termina por propiciar individualidades aisladas y temerosas, dentro de un conjunto de relaciones de poder, producción y estructura social gestadas por el propio capitalismo en tanto forma de racionalidad política-económica.

Palabras clave. Amor; sujeto; vida; capital.

Summary.

The purpose of this work is to reflect on the effects that the dynamics of capital present to forms of social relationship, such as love. It is argued that, through the market and the consumption of goods and services, processes of socialization and subjectivity are deployed, which affect the constitution of the subjects and inhibit the natural movement – to attract or to invite – that presents love as a social phenomenon and emotional bond between men. This, at the support of the political-institutional, which States and their governments make to the market economy, and in particular, to the connection between spaces, subjectivities, and goods. A question that ends up fostering isolated and fearful individualities, within a set of power relations, production, and social structure, which are developed by capitalism itself as a form of political-economic rationality.

Keywords. Love; Subject; Life; and Capital.

¹ Magister en Desarrollo Educativo y Social (Universidad Pedagógica Nacional-CINDE), Especialista en Gerencia Social (Corporación Universitaria Minuto de Dios), Administrador Público (Escuela Superior de Administración Pública) con Mención en Historia (Universidad del Rosario). Profesor Área de Humanidades, Universidad Cooperativa de Colombia (Campus Villavicencio). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0760-5817> Sholar: <https://scholar.google.es/citations?user=oGrJGrcAAA&hl=es&oi=ao> Contacto: jose.segurag@campusucc.edu.co

² Maestría en Economía © (Universidad de Manizales), Economista (Universidad de los Llanos). Profesor Fundación Universitaria Panamericana (Villavicencio), Fundación Universitaria Unipanamericana. Colombia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8759-0661> Sholar: https://scholar.google.es/citations?view_op=new_profile&hl=es Contacto: osmithpardo@unipanamericana.edu.co

Introducción

“El amor es como el embutido: hay lomo embuchado y hay mortadela”.
(Ruíz-Zafón, 2016, p. 233).

La fuerte presencia de capitales financieros de origen extranjero y naturaleza corporativa, azuzados por la globalización, el uso de la internet y suscripción de acuerdos comerciales entre bloques regionales o Estados a mutuo propio, han producido desde una perspectiva civilizatoria, la reorganización del poder hegemónico tanto a escala global como local. Esto, con su inmediata consecuencia en la transformación de las relaciones sociales y en ellas de la dimensión amorosa. Bajo un orden mundial, signado por la directriz capitalista de corte neoliberal, cabe resaltar la aparición de nuevas formas de abordar “los problemas específicos de la vida y la población” (Foucault 2008, p.366). Tanto que ninguna actividad humana o sector de productivo queda fuera de su control.

Incluso el hecho amoroso, hoy se presenta como un elemento de producción en donde el establecimiento de roles, definición de tácticas y presencia de tensiones permanentes, posibilitan la individuación del sujeto, a partir de la aplicación de ciertos mecanismos de gestión necesarios, para asegurar su autorrealización biográfica y seguridad emocional, de lo que se trata es de “consumar, actualizar los posibles que uno ve expresarse como potencialidades en el encuentro con el otro (...)” (Lazzarato, 2006, p.41). El amor constituye una ruptura a nuestra experiencia y la forma en que nos aproximamos a los otros en tanto individuos sociales. Razón, para que, desde el epígrafe arriba citado, sea posible identificar en el epifenómeno del amor factores tales como la selección de sujetos, aplicación de procesos, generación de producto -calidad- y establecimiento de valor diferencial. Según Lazzarato (2006)

(...) Los mundos capitalistas nos abren posibilidades de vidas innobles. Los diferentes

estilos de vida, la proliferación de mundos posibles son en realidad una variación de lo mismo; los modos de vida capitalista producen una homogeneización y no la singularización de las individualidades (p.140).

El capitalismo a lo que se orienta es a construir y captar públicos, audiencias que ya no producen, pero que además subordinan sus deseos y creencias a los imperativos del capital y sus formas de subjetivación, tanto que el acople a ciertas modelos de racionalidad apropiados por las instituciones, posibilitarían en el hombre su devenir hacia un organismo-máquina, limitando así el acercarse de forma espontánea al otro, pero sin la renuncia a experimentarlo todo. Desde las palabras de González (2010) “La perspectiva del amor es el encanto del viajero, el encanto de todo lo que vive, la ilusión de todo lo que existe, desde el átomo hasta Dios” (p.62).

Por eso, en lo que sigue del texto se reflexionará frente a los efectos que la dinámica del capital tiene sobre el amor, además de construir la relación entre este último y las prácticas de consumo gestadas por el mercado en tanto dispositivo para la constitución de sociedades y subjetividades dentro del orden capitalista, parte final del presente texto. “¡El amor! Todo él está en los ojos y en los actos” (González, 2010, p. 56).

¡Tesoro! Eres para mí

Afirma Schopenhauer (1985) que “cada cual ama precisamente lo que le falta” (p.63) y con esta sentencia abre la posibilidad para elaborar al menos desde este texto, una aproximación frente a las limitaciones que enfrenta el amor en tanto acto libertario bajo el sistema de capital. Esto en razón, a que si bien es cierto cuando se habla del amor persiste una visión romántica e ilusoria del asunto, “(...) no es lícito dudar de la realidad del amor ni de su importancia” (Schopenhauer, 1985, p.43). El amor define un trayecto biográfico, cargado de marcas y situaciones, que ya sean visibles u ocultas,

terminan por revelar esa capacidad de darse a los otros -querer- que tienen los sujetos en tanto seres sociales. Esto incluso, cuando “(...) vivimos siempre en desface; con respecto de la actualidad de nuestras experiencias. Somos íntimos de ese incesante socavamiento de modos de existencia promovidos por el mercado que hace y deshace mundos” (Rolnik y Guattari, 2006, p.21).

El amor puede verse “(...) como una construcción cultural que los sujetos utilizan para dar sentido a sus experiencias afectivas individuales. También es posible decir que supone una vinculación afectiva entre por lo menos dos personas y que esta vinculación es de intensidad fuerte” (García-Andrade, 2015, p.38). De donde se desprende, que la idea de amor presentada en este texto no sea otra que aquella que eleva su virtud como mecanismo social y experiencia de vida, dentro de unas condiciones histórico-sociales definidas por el sistema capitalista, pero que no agotan el potencial creativo y reconciliador con la vida misma y las personas, que el amor posee. Según Rolnik y Guattari (2006):

El orden capitalista produce los modos de relaciones humanas hasta en sus propias representaciones inconscientes: los modos en los cuales las personas trabajan, son educadas, aman, fornican, hablan...y eso no es todo. Fabrica la relación con la producción, con la naturaleza, con los hechos, con el movimiento, con el cuerpo, con la alimentación, con el presente, con el pasado y con el futuro, en definitiva, fabrica la relación del hombre con el mundo y consigo mismo (p.57).

El orden capitalístico es proyectado en la realidad material del mundo, pero también en la realidad psíquica de cada individuo, afectando así su constitución subjetiva. Es decir, los diferentes modos en que nos producimos a nosotros mismos, a partir del ofrecimiento de múltiples espacios de socialización, que no solo buscan la producción y reproducción de las estructuras sociales, sino también la limitación del deseo, ya que este “sólo

puede ser vivido en vectores de singularización” (Rolnik y Guattari, 2006, p.62). En otras palabras, de poder vivir ajustado a determinados espacios y tiempos que posibilitan ser nosotros mismos. Incluso, cuando se sabe que “(...) un individuo siempre existe, pero sólo en tanto terminal; esa terminal individual se encuentra en la posición de consumidor de subjetividad” (Rolnik y Guattari, 2006, p.47). “Los individuos son el resultado de una producción en masa. El individuo es serializado, registrado, modelado” (Rolnik y Guattari, 2006, p.46). Cuestión que sugiere, con base en estos mismos autores que:

Lo que es producido por la subjetividad capitalística, lo que nos llega a través de los medios de comunicación, de la familia, de todos los equipamientos que nos rodean, casi no son ideas; no son la transmisión de significantes, ni modelos de identidad o identificaciones con polos maternos, paternos, etc. Son, esencialmente, sistemas de conexión directa entre, por un lado, las grandes máquinas productoras y de control social y, por otro, las instancias psíquicas, la manera de percibir el mundo (p.87).

Planteamiento, que contrasta de forma afirmativa con lo declarado por Schopenhauer (1985) con respecto al amor, ya que:

Por desinteresada e ideal que pueda parecer la admiración por una persona amada, el objetivo final es en realidad la creación de un ser nuevo, determinado en su naturaleza; y lo que lo prueba así es que el amor no se contenta con un sentimiento recíproco, sino que exige la posesión misma, lo esencial, es decir el goce físico (p.47).

Una pasión fugitiva, producto de la sociedad en que vivimos, y en donde tal y como lo afirma Schopenhauer (1985) “Una vez satisfecha su pasión, todo amante experimenta un especial desengaño: se asombra de que el objeto de tantos deseos apasionados no le proporcione más que un placer efímero, seguido de un rápido desencanto” (p.55). El amor se halla hoy confinado en el cuerpo

físico de un yo -experiencia individual-, que no sabe cómo o no le interesa conocer las implicaciones que dicha vinculación trae para su constitución como humano, y la realización de un proyecto de vida más allá de las condiciones de precariedad, fragilidad del vínculo social e instrumentalización que acompaña la época actual. De acuerdo con Rolnik y Guattari (2006):

Una característica de la crisis que estamos viviendo, es que no se sitúa solo a nivel de las relaciones sociales explícitas, sino que implica formaciones del inconsciente, formaciones religiosas, míticas, estéticas. Se trata de una crisis de los modos de subjetivación, de los modos de organización y de sociabilidad (...). Esta crisis es mundial, pero es aprendida, semiotizada y cartografiada de diferentes maneras de acuerdo con el medio (pp.217-218).

Razón para que el amor constituya una alternativa para encontrarnos consigo mismos, dentro de un plano que se ubica más allá del intercambio económico y mercantil que configura al dinero como eje de las sociedades capitalistas, para ahora ofrecerse bajo una perspectiva quizás estoica al interior de una sociedad dividida por el trabajo y con intención de convertir todo en mercancía. Esto en virtud, a que tal y como lo plantean Rolnik y Guattari (2006):

Otra función de la economía subjetiva capitalística es la de la infantilización. Piensan por nosotros, organizan por nosotros la producción y la vida social. Más allá de eso, consideran que todo lo que tiene que ver con cosas extraordinarias- como el hecho de hablar y vivir, el hecho de tener que envejecer, de tener que morir- no debe perturbar nuestra armonía del puesto de trabajo y los lugares de control social que ocupamos, comenzando por el control social que ejercemos sobre nosotros mismos (p.56).

En ocasiones, se olvida que el amor, es un gesto legítimo de la aspiración humana por vivir y atravesar el núcleo duro del sujeto, dentro de unas

coordenadas de respeto, tolerancia y consideración, que debieran superar “(...) cierto tratamiento serial y universalizante del deseo que consiste precisamente en reducir el sentimiento amoroso a esa suerte de apropiación de lo otro, apropiación de la imagen del otro, apropiación del cuerpo del otro, del devenir del otro, del sentir del otro” (Rolnik y Guattari, 2006, p.327). Dimensiones vitales, hoy controladas por la máquina estatal y valoradas por el mercado capitalista, en razón a su importancia en la constitución de individuos y subjetividades. Al decir de Rolnik y Guattari (2006):

La subjetividad parece estar caracterizada de una doble manera: por un lado el hecho de habitar procesos intrapersonales (la dimensión molecular) y, por otro, el hecho de estar esencialmente agenciada en el nivel de agenciamientos sociales, económicos, maquínicos, de estar abierta a todas las determinaciones socio-antropológicas y económicas (p.85).

Hablo de una descripción quizás descarnada de la realidad, pero no por ello carente de verdad en razón a que desde la dinámica capitalista en muchas ocasiones no es posible precisar la causa de nuestras vinculaciones afectivo emocionales, esto en razón a que todo ya está homogenizado gracias a la manipulación comercial de las imágenes, que obligan a segmentar una cierta parte de ese todo -realidad- para ser amada, en otras palabras a elegir un rostro al cual ofrecerle nuestra cercanía dentro de un estilo de vida -individual- que se desliza hacia una cultura de consumo. Desde lo expuesto por Rolnik y Guattari (2006):

Es la producción de subjetividad capitalística la que tiende a individualizar el deseo y cuando sale victoriosa en esa operación toda posible acumulación procesual se disuelve. Se instaura un fenómeno de serialización, de identificación, que se presta a toda suerte de manipulaciones por parte de los equipamientos capitalísticos (p.274).

No se habla de una ley, sino de la disposición del

saber y el poder de forma que sean aceptados libremente, “es decir, utilizar tácticas más que leyes, o, como mucho, utilizar al máximo leyes como tácticas; hacer de modo que, por ciertos medios, tal o cual fin se pueda alcanzar” (Foucault, 2010b, 846-847). Desde el régimen de verdad que impone el capitalismo, el sujeto se ve obligado a elaborarse ética y estéticamente si quiere vivir, pero sin la posibilidad de superar los vínculos momentáneos y definir una singularidad que le permita existir de manera libre. “Todos los devenires singulares, todas las maneras de existir de modo auténtico chocan contra el muro de la subjetividad capitalística. o bien los devenires son absorbidos por ese muro, o bien sufren verdaderos fenómenos de implosión” (Rolnik y Guattari, 2006, p.66). Desnudos, e incapaces de ver el corazón, seguimos abalanzándonos sobre el otro, con la firme intención de ir por más.

Cuestión que revela, como el amor no es solo un discurso sino una actitud singularizante que nace desde el mismo sujeto que ama, cuando el resplandor de lo imaginado asalta sus ojos, para reconducir la mirada hacia la sensibilidad que reside en el otro. Desde la perspectiva de Kristeva (1987) “El amor es el tiempo y el espacio en el que el “yo” se concede el derecho de ser extraordinario” (p.4). En otras palabras, de advertir que no solo se trata de vivir, sino de reconciliarse con el otro para así inventarse nuevamente, dentro de un mundo ya sin códigos, pero si con fuertes desarrollos con respecto a los deleites que trae la vida individual. En la época actual, y de acuerdo con Rolnik y Guattari (2006):

El capital ha desvalorizado nuestra manera de amar: estamos completamente fuera de la escena. A partir de ahí son muchos los caminos que se esbozan: del apego obsesivo a las formas que el capital ha vaciado a la creación de otros territorios de deseos. Nos topamos con innumerables peligros, a veces fatales (p.3330).

En otras palabras, a la producción de otros sistemas de valores y formas de vivir, que para su

consolidación requieren estar alojados en el nivel de la subjetividad de los individuos y grupos, y de esta manera asegurar la generación de nuevas actitudes, sensibilidades y prácticas, dentro de un contexto en el cual, según Bustos (2009):

(...) El hombre deja de ser sujeto de vínculos que lo ligan a la sociedad a la cual pertenece, al resto de sus miembros y al pasado, para convertirse en alguien que flota en el tiempo, que no tiene (u-topos), que se basta así mismo, aunque solo pueda hacerlo aparentemente (p. 126-127).

Lo que recuerda, que nuestra realización como seres humanos se da en lo social, es decir, a través del conjunto de interacciones que establecemos con los otros, dentro de entramados institucionales que modelan nuestras prácticas de existencia. “No hay encuentro entre dos personas que no tenga alguna consecuencia para las dos” (Fromm, 1991, p.39). Solo que éstas deben ser comprendidas bajo el contexto sociocultural en que se enmarcan. De acuerdo con este mismo autor:

El efecto de los cambios vertiginosos a partir de ese decenio (siglo XXI), ha influido profundamente sobre la mente y la conducta de los seres humanos, traducándose en una sensación crónica de vacío, de falta de sentido de la vida, de pérdida de expectativas, de intensos sentimientos de confusión, de incremento del narcisismo y de la búsqueda del propio placer (Fromm, 1991, p.78).

Esto en razón a que en la sociedad capitalista contemporánea, los interrogantes sobre ¿quién eres? Y ¿qué puedo obtener de tí? siempre están emplazados. Son preguntas, que buscan llamar la atención frente al carácter atomizado que presentan los hombres en esta época, pero sobre todo a la disposición que el mismo capital ha hecho de ellos, para “hacerlos funcionar en masa, suavemente, sin fricción; todos obedecen las mismas órdenes y, no obstante, todos están convencidos de que siguen sus propios deseos” (Fromm, 2003, p. 319).

Situación, que no solo reduce la contemplación y escucha atenta del otro, sino también la posibilidad de conocerle. Según Rolnik y Guattari (2006):

Lo que caracteriza a los modos de producción capitalísticos es que no funcionan únicamente en el registro de los valores que son del orden del capital, de las semióticas monetarias o de los modos de financiación. Estos también funcionan a través de un modo de control de la subjetivación. Desde este punto de vista el capital funciona de modo complementario a la cultura en tanto que equivalencia; el capital se ocupa de la sujeción económica y la cultura de la sujeción subjetiva, y cuando hablo de la sujeción subjetiva no me refiero sólo a la publicidad para la producción y el consumo de bienes. La propia esencia del lucro capitalista está en que no se reduce al campo de la plusvalía económica: está también en la toma de poder sobre la subjetividad (p.27-28).

El valor del capital radica en el potencial transformador que tiene sobre los individuos y su capacidad para elegir dentro de una amplia gama de opciones, gestadas a partir de unas condiciones histórico, políticas, sociales y culturales que proyectan signos de poder, opciones de futuro y vitalidad en el sujeto, pero bajo la condición que sea el mismo quien las administre y logre genere ganancias. Sin embargo, no se debe olvidar que El amor “es una actividad, no un afecto pasivo, es un estar continuado, no un súbito arranque” (Fromm, 2003, p.38). “Por este motivo, el que ama se transforma constantemente. Capta más, observa más, es más productivo, es más el mismo” (Fromm, 2003, s.p). Entiende que el amor se halla en la unidad sujeto/objeto, pero no de una forma particular y concreta, sino universalizable y con carácter imperativo, ante las superficialidades de la vida y las trampas que instala el capital y el mercado.

Sí me quieres regalame algo. El consumo la nueva estrategia socializadora del capital

Hoy es claro observar como las prácticas de consumo dispuestas por el capitalismo, maquinan la fabricación de necesidades derivadas del deseo, además de considerar la actitud de compra como base legitimadora de una discriminación económica, cuya traducción en el sujeto revela la generación de imaginarios de superioridad y robustecimiento del egocentrismo. Sin duda, la presencia del capital y el mercado, lo que ha hecho en el sujeto es convertirlo en un “empresario de sí mismo”, a partir de la maximización de su cuerpo en tanto entidad material, y contenedor de atributos físicos y psicológicos, que si son bien administrados podrían favorecer su acceso a ciertos bienes, incluso bajo las actuales relaciones de poder (institucional) y producción (trabajo y empleo) que establece el capital. Según Deleuze y Guattari (1985) “El capitalismo nace en efecto del encuentro entre dos clases de flujos, flujos descodificados de producción bajo la forma de capital-dinero, flujos descodificados del trabajo bajo la forma del trabajador libre” (p.39).

Situación que sugiere que “la necesidad como práctica del vacío no tiene más sentido que ese: ir a buscar, capturar” (Deleuze y Guattari, 1985, p.34). Lo que está en juego es su autorrealización. De ahí que, sea plausible sostener que la participación en prácticas de consumo, se hallan mediadas en principio por la estructuración de los deseos y carga significativa, que genera el capitalismo, además del enganche que realiza el mercado de espacios, tiempos e individuos, bajo el respaldo de un poder gubernamental cuya idea rectora radica en garantizar a sus ciudadanos formas de trabajo y recursos monetarios que favorezcan la movilidad social y percepción de bienestar. De acuerdo con Deleuze y Guattari (1985):

(...) El capitalismo libera los flujos de deseo, pero en condiciones sociales que definen su límite y la posibilidad de su propia disolución, de tal modo que no cesa de oponerse con todas sus fuerzas exasperadas al movimiento que le empuja hacia ese límite (p.145).

En el capitalismo lo que prima es una relación singular con objetos de deseos. Relación que según Blanco y Sánchez (2018) “se encuentra estimulada por la proliferación de objetos y productos que resultan del saber técnico-científico, ordenado en una lógica mercantil de sobreproducción, de promoción y creación de demandas individuales sumamente heterogéneas” (p.26). Requerimientos, que vistos a través de la lente del amor como medium para el establecimiento de relaciones interpersonales, conlleva a la configuración de nuevas formas del código amoroso o mejor aún de la relación entre individuo y sistema social, en tanto punto de origen al reconocimiento que otro hace a mi individualidad.

Interpelando a los individuos como consumidores, el capitalismo contemporáneo relanza en ellos sus carencias en deseos excesivos, para los cuales ofrece productos y objetos de satisfacción, pero también la renovación del mismo deseo (Stavrakakis, 2010 citado por Blanco y Sánchez, 2018, p. 27). Esto en razón, a que en la producción capitalista “El deseo no cesa de efectuar acoplamiento de flujos continuos y de objetos parciales esencialmente fragmentarios y fragmentados. El deseo hace fluir, fluye y corta” (Deleuze y Guattari, 1985, p.15). En otras palabras, dispone y estimula deseos, en una constitución permanente de dispositivos y personas productivas, orientadas por la directriz de producir y consumir lo producido (con capacidad de endeudamiento). “El deseo es este conjunto de síntesis pasivas que maquinan objetos parciales, los flujos y los cuerpos, que funcionan como unidades de producción” (Deleuze y Guattari, 1985, p.33).

Razón por la cual, Deleuze y Guattari (2006) declaren desde la relación capital-individuo, que:

Serás organizado, serás un organismo, articularás tu cuerpo -de lo contrario, serás un depravado-. Serás significativo y significado, intérprete e interpretado -de lo contrario, serás un desviado-. Serás sujeto, y fijado como tal, sujeto de enunciación aplicado sobre un sujeto de enunciado de lo contrario sólo serás un

vagabundo (p.164).

“El deseo siempre se mantiene cerca de las condiciones de existencia objetiva, se las adhiere y la sigue (...)” (Deleuze y Guattari, 1985, p.34). Cuestión que sugiere, la identificación de ciertas estrategias gestadas por el capitalismo para instaurarse en la sociedad ya sea estableciendo formas de socialización mercantil, o a través de líneas moleculares dispuestas desde la cotidianidad, que en suma terminan por constituir modos de gobierno social y dominio de la vida misma. Para entender esto, resulta pertinente considerar el planteamiento de Deleuze, citado por Castro-Gómez (2010):

El problema ya no es tanto de normalización de la subjetividad mediante el confinamiento disciplinario, en el que se extrae un trabajo útil de la moralidad de los cuerpos (brazos, piernas, manos, etc.) sino la modulación de los flujos moleculares del cuerpo (afecto, deseos, memoria, atención, etc.) en espacios abiertos, ya que con su gestión dependerá la posicionalidad de los sujetos en un capitalismo que ya no es de producción, sino de marketing (p. 50).

Es decir, en formas de subjetivación no ancladas exclusivamente en la obligación, el disciplinamiento o el castigo, sino en la libertad como eje de una tecnología comportamental que captura el deseo, organiza cuerpos, pensamientos y modos de ver el mundo. El capitalismo motiva constantemente al sujeto a estar al nivel del que otros gozan, a ubicarse en determinada posición social, a adquirir objetos, a ocuparse de forma útil y productiva del capital, a hacerse capaz de gobernarse a sí mismo en las condiciones de libertad dispuestas en dispositivos de seguridad. El capitalismo propone condiciones de vida donde los sujetos se asumen libres, en un marco de conductas dirigidas por otros, y el Estado aparece como un órgano de control, cuya función es crear condiciones para el funcionamiento del mercado.

Situación que en época actual, ha favorecido la

pérdida de control sobre la propia vida, sumada a la excesiva individualización como consecuencia de la transformación de las condiciones de bienestar a escala mundial, del ajuste al modelo de relaciones sociales hoy desbordado por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, sin dejar de mencionar el frío cálculo que guardan las relaciones interpersonales y la desconfianza compartida, dentro de un régimen de democracia cuya base descansaba antes en el ciudadano siempre diverso, pero ahora convertido en un homogenizado consumidor.

Esto en razón a que, en estos tiempos de crisis azuzados por una economía mundial aun afincada en la explotación de hidrocarburos, definición de zonas de producción georeferenciadas y generación de mercados y públicos objetivos, lo que se ha generado como producto del consumo dinamizado a través de las TICS y redes sociales, ha sido una fuerte fragmentación social, acompañada de problemas socioambientales y culturales, que en suma han terminado por limitar la emergencia de formas alternativas o de resistencia a tales efectos. Situación que permite plantear que con respecto al éxito de todo modelo de racionalidad económica, existe un contexto que lo contiene y determina; en otras palabras, que las decisiones están parametrizadas dentro de coordenadas de carácter geográfico, económico, político y cultural que terminan por configurar las acciones de los individuos. De acuerdo con Arow (1986 citado por González & Jorge, 2016), “la fuerza de la racionalidad depende del contexto social en el que está inmersa” (p.73).

El éxito de la adopción de un modelo de racionalidad económica, no solo depende de una efectiva gestión de posicionamiento de marca y apertura de mercados, sino que ésta, de manera adicional requiere de algunos elementos político-gubernamentales (lobby) para su desarrollo, así como de la consideración de la complejidad que alberga todo sujeto en cuanto agente económico. El mercado, se proyecta a través de unas parrillas

de productos y estrategias comerciales, que buscan alojarse en la psique del individuo, para luego despertar así su necesidad de consumir, ya sea acudiendo a elementos de carácter emocional o de otra índole, pero siempre orientados a generar en el hoy ciudadano-consumidor un lugar privilegiado dentro del contexto en el que se halla inserto. Al respecto, Fromm (2003) declara:

Divertirse significa la satisfacción de consumir y asimilar artículos, espectáculos, comida, bebidas, cigarrillos, gente, conferencias, libros, películas; todo se consume, se traga. El mundo es un enorme objeto de nuestro apetito, una gran manzana, una gran botella, un enorme pecho; todos succionamos, los eternamente expectantes, los esperanzados y los eternamente desilusionados (p. 111).

Esto en razón, a que hoy las condiciones económicas y producción de subjetividad han ido recreando identidades consumistas, cruzadas con otras empresarias de sí mismas, y que desde la dimensión amorosa dejan ver según Fromm (2003) que “[...] “La capacidad de amar de un individuo perteneciente a cualquier cultura dada depende de la influencia que esa cultura ejerce sobre el carácter de la persona media” (p. 107). Esto sucede dado que:

El principio de la realidad se materializa en un sistema de instituciones. Y el individuo, creciendo dentro de tal sistema, aprende los requerimientos del principio de realidad como los de la ley y el orden, y los trasmite a la siguiente generación (Marcuse, 1983, p.30).

Asegurando de esa forma la transmisión de los valores y principios que caracterizan a una cultura o grupo social y ofreciéndolos también como mecanismo de diferenciación incluso en espacios geográficos compartidos. Si bien es cierto, con respecto al amor en la sociedad de consumo éste tiende a la acumulación, desarrollo de destrezas como producto de la experiencia, no se debe olvidar tal y como lo plantea Bauman (2007) que:

La promesa de aprender el arte de amar es la promesa (falsa, engañosa, pero inspiradora del profundo deseo que resulte verdadera) de lograr 'experiencia en el amor' como si se tratara de cualquier otra mercancía. Seduce y atrae con su ostentación de esas características porque supone deseo sin espera, esfuerzo sin sudor y resultados sin esfuerzo (p.22).

Situación, que encuentra su escenario propicio en una época como la actual signada por el consumo acelerado, la reducción del tamaño del Estado como mecanismo regulador de las interacciones en el mercado (oferta-demanda) y con sociedades ampliamente fragmentadas y deslocalizadas, que en suma terminan por favorecer la individualización del sujeto. Esto en razón, a que el consumo lo que reporta en el individuo es una satisfacción, concreta, individual que no es posible ver como agregado.

Siguiendo los aportes de Torres (2016) a la fecha, el amor es visto como consumo. Es decir, hay una cosificación de las personas, que se traduce en la expresión "sé tú mismo, experimenta con tu vida, no te fijes en una sola persona" (s.p). Ya que, si te enamoras, pierdes el control de ti mismo, sufres, vives a la merced de otra persona y sus caprichos. Lo que puedes hacer es consumir otras personas.

De ahí que, en el amor como consumo, los sujetos no se presenten de manera auténtica, sino que se ocultan bajo una máscara cuyo origen reside en el estatus que se quiere proyectar y para lo cual, se hace necesario disponer de los propios recursos para lograrlo, a saber el cuerpo (trabajo) y el dinero (capital). Esto en razón, a que si bien es cierto tanto el hombre como la mujer en las actuales relaciones amorosas combinan elementos de carácter mercantil que actúan como bisagra que sostiene los deseos y sentimientos de las personas, la verdad es que dicha adopción lo que genera es un oscurecimiento de las verdaderas intenciones que los sujetos exponen en tal interacción, a saber, el acceso al cuerpo del "otro", en el entendido que este es un objeto de consumo y no de amor.

Recordando lo expuesto por Torres (2016) "el fin del amor es el amor mismo. El amor es insobornable ante exigencias que lo alejen de su finalidad" (s.p). A lo que se orienta el amor es a la configuración de unos sujetos ubicados más allá de la competencia y aniquilación de su singularidad, la cual es posible de visibilizar a través del encuentro con los "otros". Para Fromm (2003) "El amor sólo es posible cuando dos personas se comunican entre sí desde el centro de sus existencias, por lo tanto, cuando cada una de ellas se experimenta a sí misma desde el centro de su existencia" (p. 129). Sea esto con mayor apego, angustia o dolor.

Conclusiones

La anterior reflexión busca relacionar dos fenómenos estructurantes de la vida social contemporánea como lo son el amor y el capitalismo, acudiendo para ello, a la bisagra del mercado, en tanto espacio proclive a la instrumentalización del sujeto, dentro de unas coordenadas histórico-sociales, marcadas por el uso de la publicidad y las tecnologías de carácter informacional y comunicacional, en tanto dispositivos que llevan a configurar en el sujeto una forma de vida inclinada hacia el hedonismo y la reafirmación del "yo" individual.

Con respecto al amor, los sujetos hoy enmascaran sus sentimientos y verdaderas intenciones, en favor de generar una imagen de aceptación que pueda ubicarlos dentro de un plano de aprobación y confort ajustado a sus intereses individuales, pero no por ello desligados de la homogenización cultural en que se debate el mundo actual como producto de la globalización. Situación, que requiere de la recuperación del sentido y referencia original que tiene el amor, al considerar que los acercamientos y contactos que se gestan entre los sujetos y que se expresan a través de sentimientos y emociones, son inocentes y podrían reducir el distanciamiento social que caracteriza el conjunto de interacciones cotidianas en la vida actual.

Amar no solo ésta bien, sino que dicho movimiento

sentí-pensante y corpo-sensorial dispone nuestra humanidad para mejores cosas. En el amor, no existen los engaños, recompensas e intereses frente a una persona en particular, se quiere a la humanidad en su conjunto porque ella es parte constitutiva de nosotros mismos, incluso cuando los habitantes del mundo de hoy se mueven bajo la guía de la competencia desahogada por hacerse a un lugar en él, y abandonan con regular intermitencia el darse a otros con querer y extrañeza. El amor está influenciado actualmente por las prácticas de

consumo dispuestas por el capitalismo, que hacen que los sujetos se conviertan en “empresarios de sí mismos”, en máquinas que producen y reproducen el consumo, en razón a que la estrategia del capitalismo es configurar en la mente del sujeto la carencia y la necesidad. Situación, que tiene como efecto la constitución de seres aislados, depresivos, individualistas, insatisfechos de su ser, abandonados en el plano de sí mismos, pero fuertemente ligados a grupos de referencia y mercados específicos.

Referencias bibliográficas.

- Arrow, K. (1986). Rationality of self and others in a economic sistema. *Journal of Business*, 59 (4), 385-399.
- Blanco, A. B. y Sánchez, M. S. (2018). El capitalismo tardío como economía política del goce. *Aportes de la teoría social lacaniana para su análisis crítico. Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 9 (1), pp. 17-36. DOI: <http://dx.doi.org/10.21501>
- Bauman, Z. (2007). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos* Fondo de Cultura Económica: México.
- Bustos, M. (2009). *La paradoja de la posmodernidad. Génesis y características de la cultura actual.* Madrid: Ediciones encuentros S.A.
- Castro-Gómez, S. (2010). *Historia de la gubernamentalidad. Razón de Estado, liberalismo y neoliberalismo en Michel Foucault.* Bogotá: Siglo del Hombre.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (1985). *El Antiedipo. Capitalismo y esquizofrenia.* Barcelona: Paidós.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (2006). *Mil Mesetas. Capitalismo y esquizofrenia.* España: Pre-Textos.
- Foucault, M. (2008). *Nacimiento de la biopolítica.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2010b). *Tecnologías del yo y textos afines.* Barcelona: Paidós-Ibérica.
- Fromm, E. (1991). *Del tener al ser.* Barcelona: Paidós.
- Fromm, E. (2003). *El arte de amar. Una investigación sobre la naturaleza del amor.* Barcelona: Paidós
- García-Andrade, A. (2015) El amor como problema sociológico. *Acta sociológica*, (66), 35-60. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/ras/article/view/46727/42146>

de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/ras/article/view/46727/42146>

- González, F. (2010). *Viaje a pie*. Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit.
- González, J. (2016). *Sentimientos y racionalidad en economía*. Bogotá: Universidad Externado de de Colombia.
- Kristeva, J. (1987). *Historias de amor*. México: Siglo XXI Editores.
- Lazzarato, M. (2006). *Por una política menor. Acontecimiento y política en las sociedades de control*. Madrid: Traficante de Sueños.
- Marcuse, H. (1983). *Eros y civilización*. Madrid: Sarpe
- Rolnik, S., y Guattari, F. (2006). *Micropolítica. Cartografías del deseo*. Madrid: Editorial Traficantes de Sueños.
- Ruíz-Zafón, C. (2016). *La sombra del viento*. Bogotá: Booket.
- Schopenhauer, A. (1985). *El amor, las mujeres y la muerte*. Madrid: Biblioteca EDAF.
- Stavrakakis, Y. (2010). *La izquierda lacaniana. Psicoanálisis, teoría, política*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Torres, FM (Marzo 2016) *El amor como consumo, o por qué fracasamos en el amor*. Revista Nova et Vetera, (3), s.p. Recuperado de <http://www.urosario.edu.co/revista-nova-et-vetera/Inicio/Columnistas/El-amor-como-consumo,-o-por-que-fracasamos-en-el-a/>