

**Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

**Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

**María Fernanda Rico Acevedo**

**Trabajo de grado para optar al título de filósofa**

**Director**

**Adriana Patricia Carreño Zúñiga**

**Magister en filosofía**

**Universidad Industrial de Santander**

**Facultad de Ciencias Humanas**

**Escuela de Filosofía**

**Bucaramanga**

**2019**

**Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

Contenido

Introducción .....	7
1. Sobre la metáfora de lo líquido, la sociedad tecno-consumista y sus efectos en las manifestaciones afectivas.....	11
2. La erotología occidental y la fragilidad del amor en la sociedad tecno-consumista .....	23
3. Conclusiones .....	35
Referencias.....	40

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

### **Resumen**

**Título:** Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista\*

**Autor:** María Fernanda Rico Acevedo\*\*

**Palabras clave:** amor (eros), liquidez, sociedad, tecnología, consumo.

### **Descripción:**

El presente artículo de investigación intenta abordar la comprensión y la reflexión de la metáfora de la liquidez, propuesta por el sociólogo polaco ya fallecido Zygmunt Bauman desde la que analiza y expone el rumbo del “eros” y la vivencia en las relaciones afectivas de la sociedad actual. La crítica del ya mencionado sociólogo y filósofo Zygmunt Bauman se enfoca en los modos y modelos de vida de las actuales sociedades caracterizadas y representadas por la lógica de consumo tecnológico implantada en las relaciones afectivas, haciéndolas más precarias, ambivalentes, efímeras y líquidas. ¿Cuál es el resultado? La construcción y desarrollo de un eros cada vez más frágil en relación con los vínculos que establecemos en el sentido colectivo, de los valores afectivos, del diálogo y del reconocimiento de la alteridad, en la sociedad cada vez más hedonista, individualista, consumista y narcisista. Para mayor enjundia argumentativa, se tiene en cuenta la propuesta metaforológica extraída de la filosofía de Alain Badiou, de la sociología de Gilles Lipovetsky, de la filosofía de Byung Chul-Han y por último el psicoanálisis de Erich Fromm, autores contemporáneos, críticos de los mismos temas, quienes presentan reflexiones y soluciones al diagnóstico del amor en la sociedad tecno consumista.

---

\* Artículo investigativo para optar al título de filósofa.

\*\* Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Filosofía. Director: Mg. Adriana Patricia Carreño Zúñiga.

**Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

**Abstract**

**Title:** Loving in liquid times: the metaphor of Zygmunt Bauman as a diagnosis of affective relationships in techno-consumer society\*

**Author:** María Fernanda Rico Acevedo\*\*

**Key Words:** love (eros), liquidity, society, technology, consumption.

**Description:**

This article attempts to address the understanding of the liquidity metaphor, proposed by the Polish sociologist Zygmunt Bauman from which he analyzes the course of “eros” and the experience in the affective relationships of today's society. Bauman's criticism focuses on the ways and models of life of the current societies characterized by the logic of technological consumption implanted in affective relationships, making them more precarious, ambivalent and liquid. The result? The construction of an increasingly fragile eros in relation to the links we establish in the collective sense, of affective values, of dialogue and of the recognition of otherness, in the increasingly hedonistic, individualistic, consumerist and narcissistic society. For further argumentative substance, the metaphorological proposal taken from the philosophy of Badiou, Lipovetsky, Byung Chul-Han and Erich Fromm, critics of the same issues, who present reflections and solutions to the diagnosis of love in techno-consumerist society is taken into account

---

\* Research article to apply for the title of philosopher.

\*\* Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Filosofía. Director: Mg. Adriana Patricia Carreño Zúñiga.

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

### **Introducción**

El amor es nuevamente objeto de investigación para la filosofía y las ciencias sociales con los estudios de Zygmunt Bauman. El sociólogo polaco analiza las relaciones humanas dentro del creciente desarrollo económico y tecnológico de la sociedad contemporánea. Su concepto de “modernidad líquida” define el cambio de camino que han seguido las sociedades, los modos de convivencia y la forma de percibir e interpretar la existencia frente a la antigua “modernidad sólida”, caracterizada por verdades absolutas y grandes relatos fijos que se adherían en todos los ámbitos de lo humano. Contraria a esta realidad de fundamentos sólidos y de identidades inmutables, la “modernidad líquida” se fundamenta en la inestabilidad, la mutabilidad, la incertidumbre, la vulnerabilidad, la ausencia de verdades y por la desintegración de los relatos cosmogónicos, que determinaban el orden de la existencia. En la sociedad actual, los sujetos experimentan el sentimiento de ausencia de sentido y la privación de vínculos sólidos. ¿Cuál es el resultado? Los vínculos interhumanos y la capacidad de intersubjetividad se erosionan, los sentimientos y potencialidades de solidaridad se convierten en formas anticuadas de interacción, la idea de comunidad es menos congruente y la identidad de los sujetos se somete al devenir del poder de la moda y al actuar racionalista e interesado del consumo y la obsolescencia programada de la tecnología.

La metáfora de la “liquidez” desarrollada en la bibliografía del autor permite recodificar todas las peculiaridades de la existencia humana, como lo es la pasión amorosa, en el cambio de paradigma entre el siglo de la “modernidad sólida” y el siglo de la “modernidad líquida”. En *Amor líquido* Bauman analiza las nuevas formas de relación afectiva que surgen en el contexto de la sociedad de consumo y de la tecnología y diagnostica la precariedad y la fragilidad de las relaciones reconfiguradas en términos de “conexiones”. Esta reconfiguración sugiere nada menos

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

que el rechazo de establecer relaciones afectivas en la vida real o vida *offline* (Bauman, 2007, p. 31) al ser causantes de conflictos ambivalentes y de una de las mayores angustias humanas, a saber, fracasar en la búsqueda de un buen objeto de amor.

Hablar en términos de conexiones, y hablar en términos de vida *online*, significa, entonces, pensar en una realidad y existencia virtual alejada de toda dificultad, de todo peligro y de todo riesgo que se corre en la vida *offline*, así como de todo compromiso a largo plazo de mantener vínculos con lo alterno, cuyo peso acarrea dificultades para ir al paso de la rapidez del tiempo de la sociedad del exceso, de la superfluidad, de los residuos y de la destrucción de los residuos. Allí el objeto del amor puede ser encontrado fácilmente tal y como se necesita que sea. El “amor líquido” es la reconfiguración de las manifestaciones afectivas de la “modernidad líquida”. Y permite que los sujetos se abran hacia una amplia gama de sensaciones y de experiencias emocionales ambivalentes al crearles aspiraciones de construir estilos de convivencia con la posibilidad de pasearse entre los “otros” como si se tratasen de objetos y/o artículos de exhibición a la venta dispuestos a ser escogidos, consumidos y desechados. Así como también crea un modelo de relación que elimina los compromisos intensos y crean desapegos distantes. Por consiguiente, los procesos que constituyen la subjetividad de un vínculo amoroso se alteran al entrar en contacto con modos de relación social modificados por la “sociedad tecno-consumista”.

Según Bauman, en el tiempo de la “modernidad líquida” y en la “sociedad tecno-consumista” la naturaleza y la *episteme* del amor se transforma y se habla de él desde dos posturas fuertemente diferenciadas: desde el amor tradicional, el que anhela querer, proteger y el que “busca la supervivencia del “yo” a través de la “alteridad” (Bauman, 2005, p. 25); y desde el

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

“amor líquido”, el que surge de la sociedad de consumo y que refleja la búsqueda de intereses confluentes, de conexiones superficiales y breves. Una nueva forma de entender y de vivir el amor evaluada a partir de la racionalidad consumista.

Por tal motivo, la concepción erótica de los antiguos ha mutado en lo que Bauman denominó “amor líquido”, metáfora que dibuja la extraña pero contundente y real transformación de las relaciones humanas, y que comprende a las formas de relación afectiva como incertidumbres marcadas con “el sello de la obsolescencia programada tan utilizado en el sistema de la moderna sociedad líquida” (González, 2017, p. 150). Los *mass media*, la publicidad y la lógica del mercado de consumo son responsables de modificar la *episteme* sobre el amor y todas las demás facetas de la analítica pasional humana. La tecnología dispuso de las relaciones amorosas, de las formas de entender las relaciones con las personas y con los objetos. Se crea el amor *online*, el *ciber amor*, el amor en *línea* -igualmente, el *sexo-online*, el *cibersexo* y el sexo en línea-. En la vida *online* los sujetos asumen identidades falsas, variadas y disfrutan de experiencias solitarias y a la vez interactivas con otras personas que pueden conectarse y desconectarse en la red. Representación de la distancia y la falta de compromiso o involucramiento real con los demás, y las nuevas formas de socialización humanas tan lejos y tan distantes. De tal suerte, el avance tecnológico y la operación de la tecnología tienen el mismo efecto que el mercado de consumo: por la velocidad y el cambio que producen amplía los medios de actuación y quita toda iniciativa de compromisos y responsabilidad a largo plazo. ¿El resultado? Las relaciones virtuales, cuya lógica es la fluidez y la transitoriedad del consumo, han desvirtuado los proyectos éticos, la empatía, la solidaridad y ha fortalecido la apatía, la exclusión, la violencia y la injusticia. Nuestra sociedad de consumo es una fábrica de egoísmo, individualismo y desconfianza, así como de rivalidad universal, guiada por el principio “no tiene nada que ver conmigo”. En un mundo así, la

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

responsabilidad en relación con el bienestar o dignidad del “otro” se rechaza y se es más propenso a construir murallas que puentes, o a compartir más balas que palabras (Bauman, 2015, p. 53).

El objetivo general consiste, entonces, en analizar la propuesta teórica de Zygmunt Bauman sobre el análisis de las relaciones afectivas en tiempos de la sociedad tecno consumista. Una ingente bibliografía desde mediados del siglo XX hasta donde vamos puede constatar este tema abordado desde diferentes flancos, solo por mencionar y parte de las referencias que hemos tenido en cuenta para la confección de la presente reflexión pasan por Badiou, Lipovetsky, Han y Fromm, entre otros. Todos estos autores, como Bauman, llegarán al diagnóstico de que la sociedad y sus rápidas transformaciones en las relaciones y comunicaciones tienen que ver con el fracaso de la Modernidad, al tiempo que en cada ‘click’ de nuestra era digital se articulan con las nuevas lógicas de poder, de violencia y de afectividad, y, en estricto sentido, del amor. Desde este presupuesto, se revisará la metáfora baumaniana y se complementará como parte de la lectura que ofrecemos a continuación, con las metáforas procedentes de la filosofía. Las narrativas de la filosofía son de utilidad para revisar los estudios sobre las conductas de los individuos y las agrupaciones humanas.

Finalmente, como objetivo del análisis aquí expuesto, ofreceremos un diagnóstico de las propuestas en la medida en que presentemos las pruebas de sus acercamientos y sus distancias. Así las cosas, la pregunta de investigación del presente escrito es: a partir de la metáfora de Zygmunt Bauman, y su relación con las metáforas mentadas por la filosofía de Badiou, Lipovetsky, Han y Fromm, ¿cuál es el diagnóstico del amor y de las manifestaciones afectivas en tiempos de la sociedad tecno-consumista? El texto se organiza en dos capítulos y las

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

conclusiones. En la primera parte del artículo, se explicitarán los conceptos baumanos, y en un segundo apartado se vinculará la metáfora de “lo líquido” con las metáforas procedentes de la filosofía: echaremos mano de las metáforas de Badiou, Lipovetsky, Han y Fromm. En el segundo capítulo, articularemos las conclusiones sobre la “modernidad líquida” con las consideraciones por parte de las narrativas sobre el eros en la filosofía occidental. Al concluir, mostraremos la importancia de actualizar las narrativas filosóficas, en especial, la narrativa sobre el *eros*, tan deudora del psicoanálisis en articulación con las perspectivas que nos ofrecen las metáforas sociológicas con el objetivo común de actualizar los debates sobre los evidentes fracasos en las relaciones con lo ‘otro’ en nuestras sociedades tecnológicas.

### **1. Sobre la metáfora de lo líquido, la sociedad tecno-consumista y sus efectos en las manifestaciones afectivas**

La modernidad, con todos sus puntos de referencia y con todas sus ambivalencias, es el tema central de los escritos del sociólogo polaco Zygmunt Bauman. Desde los comienzos de su estudio, el autor se ha mantenido atento a las distintas características de las transformaciones que ha sufrido la sociedad en el transcurso de los periodos posteriores a la Segunda Guerra Mundial y las dos últimas décadas del siglo XX. Concluye que la historia de las sociedades modernas puede ser dividida y adjetivada con dos estados propios de la física: el sólido y el líquido. Designación que va más allá de un simple juego lingüístico, al acuñarse como metáforas que designan el desarrollo y las transformaciones de las sociedades.

Ser moderno en la fase sólida de la modernidad significó, entre otras cosas, tener confianza en la ciencia objetiva y en el mejoramiento social. Asimismo, ser moderno significó la posibilidad del control de la naturaleza, la comprensión del mundo, el “progreso moral, la justicia de las

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

instituciones y la felicidad de los hombres”. Las estructuras institucionales eran conformadas por el Estado-nación, las fábricas y las escuelas encargadas de someter a los miembros de la comunidad a rutinas establecidas bajo dominación, al tiempo que ofrecían oportunidades de construcción de proyectos de vida a largo plazo. La confianza que emergía de los miembros de la sociedad por las instituciones residió, precisamente, en esas oportunidades de proyectos de vida a largo plazo -nunca plenamente alcanzadas pero esperadas- enmascaradas en la idea de producción de trabajo, que integraban “a los trabajadores en estructuras institucionales ordenadas, disciplinarias y perdurables en el tiempo” (Durán, 2014, p. 6). Y que, también, clasificó, enumeró y eliminó ciertas categorías y formas de vida humana. En resumen:

La modernidad sólida era la modernidad preocupada por el orden, la modernidad del capitalismo pesado, de producción, industrial y desarrollista; la modernidad kantiana, racional, weberiana, del Estado-nación contractualista, de los derechos liberales y los avances sociales, la ética del imperativo categórico, la fe del progreso, el marxismo, la confianza de la emancipación; pero de igual modo la fábrica fordista, la división y ética del trabajo, el genocidio racionalizado, el Gran Hermano, de las fronteras infranqueables y del Estado totalitario (Girón, 2009, p. 4).

Esta época ha pasado. Bauman apela a nuestra imaginación “para concebir una visión distópica de la ‘modernidad líquida’, la ‘modernidad pospanóptica’, la era del ‘capitalismo leve’” (Girón, 2009, p. 2). Cuya dimensión espaciotemporal da a entender una realidad distinta de la modernidad sólida, que necesita ser descrita, pensada y criticada con una nueva estructura epistemológica.

La metáfora de la liquidez, o la imagen distópica de un ‘mundo líquido’, comprende el mundo de vida circundante de las sociedades actuales. Y equivale a la experiencia del cambio y de la

### **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

transitoriedad: “los sólidos conservan su forma y persisten en el tiempo: duran, mientras que los líquidos son informes y se transforman constantemente: fluyen. Como la desregulación, la flexibilización o la liberación de los mercados” (Bauman, 2003, p. 8). La metáfora describe “una modernidad cuyo núcleo de poder es económico”, en el cual el sujeto es arrojado a la libertad de construir su propia identidad en una modernidad en la que todo valor se transforma en artículo consumible, esterilizado y seducido por múltiples estéticas de los *mass media* y la publicidad. En esta modernidad líquida el sujeto es “destinado a la satisfacción del ego hedonista, la fantasía, y el deseo, encubiertos como cálculo racional” (Girón, 2009, p. 5). Así, en el seno de la estructura de la moderna vida líquida, los individuos son obligados a permanecer en constante movimiento, a ser individuos de rendimiento y a contribuir en el funcionamiento de la estética del consumo.

Por tanto, el moderno mundo líquido es analizado especialmente desde la lógica del consumo, puesto que es, según Bauman, el que más constituye y explica el sentido de la vida individual y colectiva en las sociedades. El consumo, o, en términos más precisos, el “hiperconsumo”, es, para el sociólogo, la “práctica social por excelencia de la sociedad moderna líquida” (Durán, 2014, p.5). Y representa la forma de consumir, devorar y tragar variedad de artículos y objetos a la venta que no son condición de posibilidad para la reproducción y el cuidado de la existencia, pero sí para la reproducción y mantenimiento del ciclo consumo-desecho de la moderna sociedad líquida. Como explica Lipovetsky, la sociedad de hiperconsumo está entregada a los placeres sensoriales y al deseo de gozar la existencia a través del consumo, de la moda y de las diversiones. En la sociedad de hiperconsumo “los individuos buscan la sensación de la experimentación constante motivados hacia la infinita novedad, a causa de la masiva publicidad de la amplia gama de artículos dispuestos a ser consumidos, encargada de promover el deseo de consumir nunca insatisfecho” (Cejudo, Montero y Ruiz, 2011, p. 14). Esa infinita novedad de la

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

sociedad de hiperconsumo genera deseos y placeres materiales -que van más allá de los placeres naturales y necesarios del epicureísmo- extraídos y alienados para la producción y mantenimiento del sistema capitalista sin la necesidad de recurrir a la coerción y sí a la seducción de los deseos y placeres a través de la publicidad de innumerables productos y actividades de consumo que prometen efectividad en el cumplimiento de los deseos.

Sin embargo, tal efectividad de la satisfacción de los deseos en realidad no puede concretarse, es ilusión de felicidad, porque la lógica del consumo necesita la frustración de deseos insatisfechos dispuestos a seguir detrás de más objetos consumibles y de más oportunidades de felicidad por intentar. Tan responsable de no permitir que se rompa el ciclo de deseo-consumo-placer-insatisfacción-desecho.

Resulta difícil permanecer al margen de este ciclo compulsivo en una sociedad que evalúa a los sujetos por la capacidad de compra y de renovación constante, no sin antes convertirlos en objetos de consumo. Quien no logre convertirse a sí mismo en un buen producto consumible en el mercado y no tenga los medios materiales requeridos para hacer parte de la amplia gama de productos consumibles es condenado al rechazo social al ser considerado un “consumidor fallido, inadecuado, un excluido social” (Bauman, 2007, pp. 82-87) de la moderna sociedad líquida que organiza a los sujetos en una gran masa uniforme de igualdad de consumidores activos.

Frente a lo anterior, el concepto de “hipermodernidad” de Gilles Lipovetsky es análogo a la metáfora de la modernidad líquida de Bauman. La “hipermodernidad” se caracteriza por la explosión del “hiperconsumo”, el auge del “hiperindividualismo” y la fe en el progreso tecnológico. En el contexto de esta “hipermodernidad”, el consumo se convierte en elemento de

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

transformación del sujeto, cuyo papel ha ondeado desde un tipo de ‘consumo natural’ orientado a las masas, a un consumo personalizado en el que la individualidad se convierte en el objetivo de las grandes compañías o tiendas de compra. Se crea, así, una sociedad de consumidores que ofrece confort, bienestar y un cambio hacia la individualización de los placeres. Al mismo tiempo se origina un nuevo tipo de temporalidad en la que el imperativo es el goce de los sentidos aquí y ahora “alentados por la explosión consumista que se vislumbra en la multiplicación de espacios destinados a consumir, y a la vinculación siempre presente entre bienestar y acceso a bienes materiales” (Cejudo, Montero y Ruíz, 2011, p. 14). Lipovetsky describe a la sociedad de consumo como una nueva fase del individualismo occidental que se adentra en un periodo que el filósofo francés caracteriza como narcisista. En este periodo narcisista la prioridad es el ‘yo’ movido por el placer, el bienestar y el individualismo; convirtiéndose en un ser adaptado a la aceleración y a la fluidez del sistema mundo consumista e individualizado. De ahí que, como expresa Byung-Chul Han (2019) “los sujetos viven en una sociedad fundamentalmente narcisista, cuyo núcleo es el rendimiento individual” (p. 31).

En cuanto a la preocupación central de las reflexiones de Bauman, se refiere a la fragilización de los sujetos que se sienten libres, pero frágiles y vulnerables en la sociedad denominada por Lipovetsky como “hipeconsumista”, que dispone a los individuos de un individualismo hedonista y de angustia al provocar el sentimiento de ser potencialmente abandonados “a la propia compañía, sin nadie con quien contar para que nos acaricie, nos consuele y nos dé una mano y un hombro sobre el cual apoyarse” (Bauman, 2015, p. 43). Lo social pasa por un nivel de fragmentación, transitoriedad, fragilidad y por un momento de debilidad de los compromisos restringidos a un permanente fluir. El diagnóstico, es, entonces, que la realidad de la sociedad del moderno mundo líquido tiene un único continuo movimiento, a saber, la individualización de lo

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

social. Es una sociedad líquida desregulada, individualizada, privatizada. Los problemas y dilemas sociales son concebidos y reconstruidos como problemas individuales, solo posibles de ser resueltos en forma personal. Así que la vida social padece el angustioso compromiso de construir el futuro y el valor de la existencia de manera individual y solitaria. Este individualismo es la conjunción del egoísmo, el hedonismo, el “hiperconsumo” y la conducta típica del sujeto narciso, que explota los sentimientos de los ‘otros’ en búsqueda del propio beneficio sin ningún interés de intersubjetividad. En suma, el hombre y la mujer modernos se convierten en medios para conseguir fines específicos; pues lo que importa es ser uno mismo absolutamente, mientras el ‘otro’ pasa a ser un ‘ello’ indiferente y sin necesidad de ser comprendido, al ser el ‘yo’ lo único existente.

Es aquí cuando empiezan a encontrarse las problemáticas en torno al Eros, esa fuerza que se dirige al ‘otro’. En la sociedad de consumo las diferencias están dentro del ámbito de lo mismo, dado que la práctica del consumo necesita la alienación de los deseos para crear masas humanas que cooperen mansamente. “Necesita átomos humanos, todos idénticos, para hacerlos funcionar en masa, suavemente, sin fricciones” (Fromm, 1959, p. 25).

La alteridad no tendría, entonces, cabida “en la lógica de la sociedad de consumo”. Se crea así, una dicotomía entre el individuo narcisista, inmerso en el mundo consumista, y el sujeto del amor propio que impone unos límites al ‘otro’, pero que reconoce su alteridad y se reconoce a sí mismo dentro de esos límites, puesto que en la medida en que se reconozca y se acepte la alteridad a través del amor, entendido como actividad, el sujeto “puede encontrarse y amarse a sí mismo” (Fromm, 1959, p.52). En este sentido, el mandamiento bíblico: “ama a tu prójimo como a ti mismo” es una relación que implica el reconocimiento tanto del ‘yo’, como del ‘otro’. En

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

esta clase de relación las dos alteridades se reconocen, admiten y confirman “su posesión de valor único, irremplazable y no desechable” (Bauman, 2015, p. 109).

Amar al prójimo como nos amamos a nosotros mismos significaría entonces respetar el carácter único de cada uno, el valor de nuestras diferencias que enriquecen el mundo que todos habitamos y que lo convierten en un lugar más fascinante y placentero. (Bauman, 2015, p. 109)

En consecuencia, la condición de posibilidad del amor es la disposición de superar el narcisismo y el individualismo. Actitudes opuestas a la habilidad de ver a las personas tal cual son objetivamente, y “poder separar esa imagen objetiva de la imagen formada por los propios deseos y temores” (Fromm, 1959, p. 115). Sin embargo, en la sociedad consumista de individuos narcisistas el amor se domestica y busca el placer y la proyección en el ‘otro’ (como forma de reconocimiento y afirmación propia). Y, así, “las relaciones humanas se desarrollan según una secuencia profundamente individualista, narcisista, intensa, pero frágil y episódica” (Durán, 2014, p. 13).

Esta situación no solo hace que los vínculos personales sean cada vez más frágiles e inseguros, sino que debilita “la esfera pública, cuya esencia es necesariamente el reconocimiento de la existencia de opiniones diversas y asuntos comunes” (Durán, 2014, p. 13). La única moral que verdaderamente rige la conciencia de los individuos modernos líquidos es, entonces, la relacionada a su propia individualidad (Durán, 2014, p.13). “Una individualidad que busca una y otra vez el bienestar y el goce material, la plenitud vital, y que por ello tiene que ser recreada sin demora cada vez que se agota al ser consumida” (Durán, 2014, p.13).

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

La individualidad y, por tanto, el narcisismo, crea vínculos cada vez más líquidos e inestables. “El contacto humano, social, sexual y afectivo, se vuelve inconsecuente, efímero, mientras obsesivamente crece el culto al cuerpo” (Girón, 2009, p. 5) como manifestación de desmesura narcisista, como componente esencial en “escala de valores individualista basada en la seducción interpersonal” (Girón, 2009, p. 5).

Por ende, los deseos, los placeres, los valores y los vínculos humanos se muestran cada vez más dependientes del sistema comercial, dado que “la esfera comercial se vuelve cada vez más hegemónica” en tanto que “las fuerzas del mercado invaden todos los aspectos de la existencia humana” (Lipovetsky, 2006, p. 134). Y, así, la esfera comercial crea una interacción social que opera con base en lo efímero, en nuevos espacios de interacción diferentes a los ‘cara a cara’.

Una vez sustituido el contacto cara a cara por la modalidad “pantalla a pantalla”, las que entran en contacto son las superficies. Lo que se resiente, como consecuencia, es la intimidad, la profundidad y la durabilidad de la relación y los vínculos humanos (Bauman, 2011, p. 27).

A causa de las nuevas tecnologías de la comunicación, las relaciones se hacen cada vez más virtuales. La virtualidad facilita la interconectividad y la habilidad de estar conectado en cualquier momento con variedad de personas; más aún, esta misma facilidad permite, asimismo, la desconexión, especialmente de las relaciones demasiado profundas que pueden resultar incómodas y peligrosas para la propia tranquilidad.

Las citas por Internet tienen ventajas que los encuentros personales no tienen. (...) “uno siempre puede oprimir borrar”. No hay nada más fácil que no responder un *e-mail*. France comenta: los

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

usuarios que recurren a los encuentros *on-line* pueden darse citas sin riesgo, con la certeza de que siempre pueden volver al mercado para otra ronda de compras (Bauman, 2015, p. 91).

“Cuanto más se multiplican los contactos virtuales, más breves y frágiles resultan las relaciones” que se establecen en la vida *offline*, dada la rapidez con la “que se construyen y el poco coste que implica acabar con ellas”. En definitiva, el amor, el romance y la pasión hallan un nuevo escenario libre de todo riesgo (Badiou, 2011, 18). Este es el escenario del hiperconsumo, de “realidad virtual y de revolución tecnológica”.

En un principio, el chat permitía “conocer” personas desde de un dispositivo que hacía de vínculo-puente entre una y otra persona. Ambos, a cada lado de la pantalla, tramitaban encuentros reales sin la mediación de esa pantalla que había permitido conocerse (Bonavitta, 2015, p. 198).

En seguida, plataformas como Facebook, Meetic y Tinder, sitios virtuales desde donde el sujeto puede mostrarse, visibilizar su vida, sus deseos, sus pensamientos e identidad, empezaron a ser los medios empleados para conocer a los demás y darnos a conocer, en una especie de esfera pública de virtualidad. De manera que Facebook, Tinder y Meetic, como otros varios sitios de citas por Internet, se instalan “como espacios propios de una modernidad líquida que configura el amor” (Bonavitta, 2015, p. 198).

Es un amor también más individualista, donde prima el deseo de satisfacer ya, aquí y ahora, el deseo sexual/sensual/erótico, sin necesidad de proyectar hacia el futuro, sin necesidad de entregar nada a cambio, ni de desnudar el alma y las emociones. Es una propuesta para mantener las emociones guardadas, de consumo rápido, propia de la sociedad consumista y capitalista. (Bonavitta, 2015, p. 203)

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

“Impera, así, en casi todas las relaciones humanas el individualismo, el narcisismo, la fragilidad y la fugacidad, instaurando una temporalidad corta y discontinua” (Bonavitta, 2015, p. 204). “El fin del compromiso mutuo” con la noción de “amor líquido”, la manera de relacionarnos en la actualidad determinada por la pasividad de la tecnología de Internet.

Ahora bien, como cuestiona Bonavitta (2015) ¿las nuevas aplicaciones de sociabilidad marcan “la desaparición del amor y los vínculos amorosos”? (p. 198). En efecto, las nuevas comunicaciones no marcan propiamente el final del amor, pero sí su transformación. “Relaciones líquidas en un mundo líquido, que comienzan y se evaporan en el mismo instante” (Bonavitta, 2015, p. 201). “Internet, las redes sociales, la conectividad y los dispositivos móviles nos llevan a un mundo cada vez más conectado, lo que ha generado cambios en nuestra forma de relacionarnos y de comunicarnos”. Pero “la proximidad virtual es la distancia virtual: suspensión, incluso quizás cancelación, de todo aquello que hacía a la cercanía topográfica. La proximidad ya no implica cercanía física; pero la cercanía física ya no determina la proximidad” (Bauman, 2015, p. 87).

Así pues, las computadoras e Internet contribuyen a “replantear el mapa de las relaciones amorosas y sexuales al abrir nuevas posibilidades, modelos y estereotipos” (Bonavitta, 2015, p. 202).

En las plataformas virtuales las personas se conectan para entablar una relación de pareja, que terminan, en todo caso, en relaciones líquidas. La globalización, que nos lleva al consumismo, se ha apoderado del amor para convertirlo en otra mercancía más” (Bonavitta, 2015, p. 202).

En este sentido, el “amor líquido” es un amor individualista, escurridizo y rechaza cualquier responsabilidad por ‘otro’ que lleve a asumir consecuencias desagradables. “Es un proceso de

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

individualización que genera una desintegración total de la trama social y se entiende como una necesidad de aislarse y de romper con todo vínculo humano; es decir, de licuar las relaciones personales” (Bonavitta, 2015, p. 204). En consecuencia, “la sociedad de la modernidad líquida es inconsistente en sí misma y es incapaz de ofrecer sostén a cualquiera de los vínculos humanos”. Por esta razón Bauman prefiere hablar de “conexiones” en vez de “relaciones”, para denominar mejor las dinámicas interpersonales actuales (Bauman, 2015, pp. 12-13). Es decir, a diferencia de las “relaciones” e ideas semejantes que resaltan el compromiso mutuo, la “red” y sus “conexiones” resaltan y dan vía a la falta de compromiso” (Bonavitta, 2015, p. 204). El “amor líquido” demuestra, entonces, como el consumo se extiende hasta las relaciones humanas, consideradas en términos de inversión, como una mercancía más fácil de desechar.

En otro orden de ideas, es cierto que “el encuentro con una persona viva requiere de habilidades sociales de las que uno puede carecer o que pueden resultar inadecuadas, y entablar un diálogo siempre implica exponerse a lo desconocido” (Bauman, 2007, p. 32). Sin embargo, no se puede evitar fracasar en el intento de coincidir en nuestros diálogos y pensamientos. La comunicación afectiva, generada especialmente en la realidad de la interacción cuerpo a cuerpo y cara a cara, apunta precisamente a revelar las diferencias entre dos sujetos de mundos evidentemente separados. El amor, en este sentido, es un “código de comunicación capaz de mediar el intercambio entre dos personas exclusivas que manipulan dos mundos de significados singulares” (Costa, 2006, p. 774). El amor tiene carácter comunicativo, permite la confirmación de las diferencias de las personas individuales en una conversación sin palabras, una comunicación exclusiva entre individuos fuertemente diferenciados (Costa, 2006, p. 768) reunido en lo que Badiou ha denominado la “escena del Dos”: posibilidad de experimentar y ver

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

el panorama del mundo desde el prisma de la diferencia al ir más allá de sí mismo, más allá del narcisismo y del individualismo (Badiou, 2011, p. 37).

En efecto, en el diálogo amoroso hay solo una posibilidad de coincidir con los demás y múltiples posibilidades de no hacerlo, y tal esfuerzo puede terminar en el deterioro. Es precisamente a la carencia de habilidades sociales y al deterioro de los intentos a lo que apunta la facilidad de la vida online. Sin embargo, esta facilidad de encontrar parejas que se adhieran a los estereotipos mercantiles tiene como consecuencia el lento olvido del arte del diálogo, el deterioro de la capacidad de escuchar y de la facultad de comprender y aceptar las diferencias. Así, en la modernidad vida líquida se experimenta el empobrecimiento de la capacidad del diálogo, una forma de comunicación tan vital para la vida del contacto real.

A diferencia de la ficción electrónica hecha con retazos de atributos preseleccionados, la personal real está dotada tanto de lengua para hablar como de odio para escuchar, aspira a que el compañero elegido la mire a los ojos y también ofrece su propia mirada al escrutinio de su compañero, tiene sentimientos que están a la espera de que los despierten así como la capacidad de despertar las emociones del otro, y una biografía repleta de sí misma que ha dado forma a su carácter, a sus expectativas y a su idea de la felicidad (Bauman, 2007, p. 35).

En definitiva, la metáfora de la liquidez de Bauman refleja la precariedad, la transitoriedad y la fragilidad de los vínculos humanos, así como el miedo a establecer relaciones duraderas. El “amor líquido” nace alrededor de un ‘yo’ narcisista, individualista, angustiado y defensivamente desinteresado del entorno de los otros. El concepto analiza la creciente fragilidad de los vínculos interhumanos, considerados “frágiles, inestables, y tan fáciles de romper como de crear”

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

(Bauman, 2007, p. 145). El vínculo amoroso se convierte, así, en una amenaza social asfixiante sin posibilidad de representar una estructura de respaldo, se vuelve ambivalente (Sánchez, 2006, p. 14). Y sus nuevas manifestaciones en el plano de lo virtual representa la distancia y la falta de compromiso o involucramiento con la alteridad en el sentido de su reconocimiento y cuidado. Ser dos ha cambiado en nuestro “mundo moderno líquido”. El amor pierde su sentido, se vuelve líquido, frágil y efímero y las relaciones se vuelven superficiales, fugaces, sin compromisos ni responsabilidad, sin unión, solidez o calidez; puesto que lo único que se espera de ellas es satisfacción inmediata, como el que ofrece cualquier otro objeto de consumo.

### **2. La erotología occidental y la fragilidad del amor en la sociedad tecno-consumista**

En un principio la naturaleza de las relaciones amorosas y la lógica instrumental eran ámbitos totalmente irreconciliables. Hoy, por hoy, la lógica de la rapidez, de rendimiento y de liviandad del mercado de consumo de la sociedad de la moderna vida líquida, en su fase individualista y de excesivo narcisismo impactan en las relaciones afectivas. “Al igual que la sociedad líquida supone transitoriedad, inestabilidad, inseguridad y falta de referencias de futuro; el amor líquido acerca esa asunción de precariedad e individualidad a las vinculaciones afectivas y amorosas”. Lo cual arroja como consecuencia la “decadencia de un estado del bienestar social y colectivo”, puesto que repercute en la manera en cómo comprendemos la existencia del otro en relación con nosotros.

Autores de la sociología como Lipovetsky o Eva Illouz opinan al respecto que, en vez de plantear una relación irreconciliable entre el amor y el mercado, un mejor trabajo sería entenderlos a partir de una simbiosis. En donde el mercado se nutre gracias a los rituales de consumo amoroso, tales como las inversiones en grandes citas, a la vez que el amor crece gracias

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

a las satisfacciones que el mercado puede ofrecer. Ambos autores destacan la complementación entre la naturaleza del “amor romántico y el mercado de la sociedad” líquida y de hiperconsumo. Según ellos, la comercialización de lo romántico “no causa daños a la subjetividad ni produce patologías sociales”. Por el contrario, “el consumo masivo de rituales amorosos sustituye el núcleo del amor romántico contemporáneo: se refuerza tanto el capitalismo como los amantes” (Lipovetsky, 2007, p. 137).

No obstante, al cavar más profundo en el significado de la mutación del amor para comprender el diagnóstico de las formas de relación con uno mismo y con los otros en los escenarios de la sociedad tecno-consumista, autores como Bauman, Badiou, Han y Fromm, sostienen que el amor se encuentra amenazado a causa del individualismo contemporáneo y por la preocupación por referirlo todo a su precio en el mercado, la dimensión del interés con el que hoy se organiza el comportamiento de los individuos (Badiou, 2019, p. 9). Las teorías de estos autores permiten hacer aquí presente un breve recuento sobre la erotología occidental con la combinación entre una fenomenología del amor verdadero y una identificación de algunas amenazas de vaciamiento que sufre el amor en la sociedad de la liquidez, del rendimiento, del individualismo y del narcisismo.

En atención a la problemática expuesta, la reflexión platónica sobre el eros permite comprender que el amor desde su dimensión filosófica es trascendente a la comprensión que en nuestros días se le da como otra de las formas rituales de consumo. Lucas Soares describe en su artículo “La dimensión práctica del saber erótico de Sócrates” una imagen del filósofo libre de toda continencia carnal y ascetismo, sin olvidar que la práctica socrática se vincula “con la dimensión teórica del saber cuándo este se orienta hacia la idea de belleza en sí” (Soares, 2019,

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

p. 24). El saber socrático en los asuntos del amor residió en la capacidad de resistencia como se muestra con Alcibíades. Más aun, otros de “los nervios centrales de la erótica socrática es el recurso de la ironía y esa potencia se expresa sobre todo en el terreno dialéctico y erótico” (Soares, 2019, p. 27). La ironía erótica de Sócrates es una tendencia a “invertir su posición de amante por la del objeto amado de los jóvenes” (Soares, 2019, p. 28). Su técnica erótica consiste precisamente en esto, invertir tal relación al narcotizar dialógicamente a los jóvenes bellos. Esto da prueba de la capacidad socrática de resistir a la seducción: la capacidad de conquistar sin darse. Sin embargo, en palabras de Soares: “no quiere decir que no sienta amor ni deseo por los jóvenes bellos, sino que se ve llevado por la fuerza del verdadero amor o lo verdadero que hay que amar” (Soares, 2019, p. 30).

Platón es así firme con su filosofía, puesto que justifica con la descripción del actuar socrático que:

Para alcanzar el saber “eidético-trascendente” lo “sensible-inmanente” es el primer escalón necesario para el ascenso pautado por Diotima, traducido en una *ascesis* erótica en pos de la belleza sensible de un joven (o cuerpo bello), para desde allí despegarse gradualmente hacia la aprehensión de la Idea de belleza en sí (Soares, 2011, p. 33).

La dimensión práctica del saber comprometido en la técnica de la caza erótica vendría a representar entonces la antesala necesaria de la dimensión teórica implicada en el saber erótico de tipo eidético-trascendente ubicado en el último grado de la iniciación erótica. Tal compaginación permitiría iluminar y dar cuenta de la doble vertiente (práctica y teórica) del saber erótico que Sócrates confiesa tener al comienzo del *Banquete* (Soares, 2019, p. 34).

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

Además, el amor es esencialmente activo, debido a que consiste en dar de sí, dar de su propia vida, de su alegría, de su comprensión, su humor, su tristeza y, -en el caso del saber práctico socrático- de su conocimiento. Este acto de actividad erótica no significa la desaparición de la propia mismidad, como, así mismo, queda sustentado en el acto de conquista sin darse, sin renunciar, sin privarse y sacrificar algo de sí de Sócrates. Más bien, al dar su vida en toda expresión de vitalidad, enriquece a la otra persona, “realza el sentimiento de vida de la otra persona al exaltar el suyo propio” (Fromm, 1959, p. 33). Pese a ello, impregnados de la lógica de consumo de carácter mercantil, el sujeto está dispuesto a dar únicamente si tal acto trae beneficios y, por ende, “la gente cuya orientación fundamental no es productiva, vive el dar como un empobrecimiento, por lo que se niega generalmente a hacerlo” (Fromm, 1959, p. 31). Por tanto, la actividad del amor se vuelve cada vez más frágil en la medida en que desaparece el acto de dar y aumentan los actos propios de la actitud narcisista de la sociedad líquida. El narcisismo consumista es, entonces, uno de los principales causantes del vaciamiento del amor.

El amor procura esa paradoja que Badiou ha denominado: la “escena de los Dos”, que implica la entrega de la vitalidad de la existencia en el acto de dar, al tiempo en que este se presenta tal cual es, a saber, en su propia individualidad, en su propia diferencia y alteridad, al permitir ver el mundo a partir de la diferencia y no solamente desde la propia identidad. Atraviesa las dualidades más poderosas y las separaciones más radicales y construye una experiencia o cierto tipo de verdad, es decir, la verdad sobre lo dos, la verdad de la diferencia como tal.

Sin embargo, en la sociedad consumista en la que cada uno persigue su propio interés, el amor es una contraprueba. No puede hablarse realmente del amor si en el acto de amar impera el sentido narcisista del propio interés hedónico, superficial y transitorio de la lógica consumista.

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

Por esta razón, para comprender el amor debe ser alejado de la lógica del mercado, en vista de que el mercado nunca podría hacer nacer la escena de 'lo dos', tan importante para la superación de la dependencia, del narcisismo y del deseo de explotar a los demás. Pues el interés del mercado es crear sujetos de rendimiento dispuestos a satisfacer sus deseos a través de los diversos placeres ofrecidos en la amplia gama de artículos por escoger encargados de prometer felicidad aquí y ahora todo el tiempo.

Asimismo, la lógica consumista y la dimensión afectiva están separadas porque el amor es entrega, en el amor la prioridad lo tiene el otro, la extrañeza del otro sin proyectar en él la propia mismidad. En el amor las “dos partes se nutren mediante el acto de dar elementos básicos como el cuidado, la responsabilidad, el respeto” (Fromm, 1959, p. 34) y se intenta nutrir a la otra persona a partir de un acto pedagógico. Por ende, “el amor es la preocupación activa” por el cuidado de la vida del amado e implica responsabilidad por el crecimiento del amado y respeto de poder verlo tal cual es en su propia naturaleza. Así que, “si amo a la otra persona, me siento uno con ella, pero con ella tal cual es, no como yo necesito que sea, como un objeto para mi uso” (Fromm, 1959, p. 36). En este sentido, el amor permite trascender de la condición narcisista de la preocupación por sí mismo al ver a los demás en sus propios términos.

Como contrapartida, en la sociedad tecno-consumista el sujeto en realidad es incapaz de amar. Vive en un profundo narcisismo y en un profundo “hiperindividualismo” que lo imposibilita a dar de sí y de ver el mundo a partir de la diferencia. En esencia, “eros se dirige al otro en sentido enfático”, es por esto por lo que es imposible hablar de amor en términos de mismidad. Por este motivo, en la sociedad narcisista, donde impera la igualdad y la individualidad, de la modernidad líquida, no hay ninguna experiencia erótica. No hay siquiera posibilidad alguna de hablar en

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

términos de alteridad al no haber posibilidad de negatividad, puesto que la negatividad del otro se sustrae al consumo.

La sociedad del consumo aspira a eliminar la alteridad atópica a favor de diferencias consumibles, heterotópicas. La diferencia es una positividad, en contraposición a la alteridad. Hoy la negatividad desaparece por todas partes. Todo es aplanado para convertirse en objeto de consumo (Han, 2019, p. 20).

La sociedad y el amor se positivizan, se vuelven atractivos y consumibles en la realidad de un mundo cada más narcisista lleno de proyecciones individuales sin posibilidad de conocer y reconocer al otro en su alteridad.

Dentro de este marco el amor no puede ser vivenciado en su propia naturaleza porque su negatividad no sobrevive al rendimiento del poder y la positividad de la sociedad consumista. Uno de los deseos fundamentales más propios de la naturaleza humana es poder superar la dualidad de la escisión ontológica y emprender el viaje hacia la comprensión del misterio de lo otro, de lo alterno, aquel futuro indeterminado. Pero por más intentos que se hagan, tal deseo nunca será satisfecho y la humanidad siempre seguirá siendo un enigma. Únicamente el amor puede darnos indicios del conocimiento objetivo total de ese futuro. Objetivo en cuanto que se reconoce en todo su ser, en su esencial última (Fromm, 1959, p. 39). Pero “el amor se positiva hoy para convertirse en una fórmula de disfrute”. En esencia, el amor no se debe a nuestra iniciativa, en sin razón, nos invade y nos hiere y, como manifiesta Bauman, al igual que la muerte es un acontecimiento que llega sin previo aviso (Bauman, 2015, p. 39). La sociedad del rendimiento, regida bajo el imperio del rendimiento y del poder, en el que todo es posible, y “todo es iniciativa y proyecto, no tiene ningún acceso al amor como herida y pasión” (Han, 2019,

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

p.37). Todo, e inclusive las relaciones amorosas e interpersonales, ha mutado a “una fórmula de disfrute y consumo”. Y en este mundo de la positividad solo se admite cosas dignas de ser consumidas.

La positividad del amor se implanta en las formas de interpretar la sociabilidad mediante la publicidad masiva de publicidad que promete escenario de felicidad. Escenarios no comprendidos como los planos tradicionales de la esfera pública, sino como nuevos escenarios cuya realidad es mera virtualidad. De acuerdo con la tesis de Badiou, propagandas como: ¡tenga amor sin azar! ¡puede perfectamente estar enamorado sin sufrir por ello! Es una publicidad de amor fuera de todo riesgo y de toda negatividad.

Es el amor asegurado de todo riesgo: usted se enamorará, pero tendrá tan bien calculado el asunto y habrá seleccionado con antelación a su pareja tecleando en Internet -tendrá evidentemente su fotografía y conocerá al detalle sus gustos, su fecha de nacimiento, su signo del zodiaco...-, que al final de esta inmensa combinación podrá decirse: “¡con todo esto, no habrá riesgo alguno!”. (Badiou, 2011, p. 18)

Así, el amor, libre de todo riesgo por el transcurso de “una positivación de todos los ámbitos de la vida, es domesticado para ser convertido en una fórmula más de disfrute, consumo y de cero riesgos”. Transformado en un producto sin transgresión, sin exceso y locura.

La ausencia total de negatividad hace que el amor hoy se atrofie como un objeto de consumo y de cálculo hedonista. El deseo del otro es suplantado por el confort de lo igual. Se busca la placentera, y en definitiva cómoda, inmanencia de lo igual. Al amor de hoy le falta toda trascendencia y transgresión. (Han, 2019, p. 46)

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

En este sentido, el amor y la dimensión afectiva son irreconciliables con la lógica del consumo al tener, como diferencia, la necesaria culminación de la muerte. Ya bien lo dice Han (2019) “el amor es una conclusión absoluta porque presupone la muerte, la renuncia de sí mismo” (p. 51). Por un lado, es la muerte del sujeto en la entrega de sí mismo en el amor, es decir, la renuncia “a la conciencia del sí mismo, en olvidarse de sí en otra mismidad”: entrega y muerte del yo para que el otro sea; por el otro, en la sociedad tecno-consumista y de rendimiento se es incapaz de morir: ningún deseo y placer puede ser plenamente satisfecho, ninguna identidad puede ser plenamente concretada y ningún vínculo puede ser plenamente duradero. Ya argumenta Bauman al principio de *Amor líquido* y Erich Fromm en su teoría de la separabilidad ontológica -cuya explicación mitológica se ve reflejada en el ser andrógino de Aristófanes- que la conclusión absoluta del amor pasa a través de la muerte. “Ciertamente se muere en el otro, pero a esta muerte le sigue un retorno hacia sí” (Han, 2019, p. 52). El deseo y el amor son equiparables en tanto que desean la destrucción del sí mismo en tanto se desee ingerir, absorber, asimilar y poseer el otro sin uso alguno de la apropiación violenta, al dejar que cada una de las partes se entregue y muera en el otro conservando su misterio y su unicidad. “El sujeto depresivo-narcisista no es capaz de ninguna conclusión. Y sin conclusión “todo se derrama y se esfuma” (Han, 2019, p. 52), se vuelve líquido en un tiempo en el que, por exceso de oportunidades u objetos por escoger, de abrir y delimitar, “se ha perdido la capacidad de cerrar, de concluir”, de morir.

El neoliberalismo, con sus desinhibidos impulsos del yo y del rendimiento, es un orden social del que ha desaparecido por completo el Eros. La sociedad positiva, de la que se ha retirado la negatividad de la muerte, es una sociedad de la mera vida. (Han, 2019, p. 55)

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

El mercado de consumo impide, así, un aspecto fundamental para la existencia del amor. La sociabilidad se transforma en la sociedad tecno-consumista vista ya como la sociedad de la modernidad líquida, del hiperindividualismo, del narcisismo, del éxito, de la rapidez, del rendimiento y del cansancio.

En relación con la positividad de la tecnología y a sus escenarios virtuales, en ella encontramos la proximidad al acortar distancias humanas a través de la red, la cual “sugiere momentos de estar en contacto intercalados con periodos de libre merodeo en conexiones” que brindan seguridad y protección frente a los fracasos al poder. Con un solo “clic”, eliminar todo aquello que resulte poco agradable. El ideal de conexión, dicho en palabras de Bauman (2015), “promete una navegación segura (al menos no fatal) entre los arrecifes de la soledad y del compromiso, entre el flagelo de la exclusión y la férrea garra de los lazos asfixiantes, entre el irreparable aislamiento y la atadura irrevocable” (p. 54).

Internet, entonces, junto con las nuevas formas de sociabilidad virtual, desvirtúa las formas de sociabilidad real al jugar en la mente de los consumidores con fantasías de facilidad, de no sufrir ni fracasar en el intento de encontrar un buen objeto de amor fácil de escoger tal cual se desee que sea. Evidentemente en la comunicación e interacción real no existen estas facilidades. En la interacción real, en el diálogo amoroso *face to face*, se da un “código de comunicación capaz de mediar el intercambio entre dos personas exclusivas que manipulan dos mundos de significados singulares” (Costa, 2006, p. 775). El código de comunicación amorosa sirve para la “confirmación de las diferencias de las personas individuales” pues, como afirma Bauman, “el diálogo real no es hablar con gente que piensa lo mismo que tú”-, permite una conversación sin palabras -porque comunicarse es hacer ruido, es enojarse, es reír, es chocar muchas veces hasta ir

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

puliendo ideas, es confrontar y entender, es escuchar y asimilar-, y con él se busca destacar las diferencias individuales.

Sin embargo, uno de los temores de la comunicación amorosa es que no siempre es posible compaginar, en realidad, hay una sola posibilidad de coincidir y múltiples de no hacerlo. Pero se comparte el mundo con personas que representan una singularidad y un mundo diferente al de la propia mismidad. Personas “diferentes, alternas y distantes, misteriosas, impenetrables e inalcanzables” (Bauman, 2015, p. 37), pero dispuestas a ser escuchadas.

Frente a lo anterior, Internet sería, esencialmente, el encargado de brindar la posibilidad de no sufrir en el amor, es decir, de positivizar el amor; pues el individuo “tendrá calculado el asunto y habrá seleccionado con antelación a su pareja tecleando en Internet” (Badiou, 2011, p. 18). La red ofrece facilidad y liberación de los riesgos y las angustias creadas al no coincidir con los pensamientos y las características de los demás individuos, dado que ofrece la posibilidad de escoger, como en un catálogo de revistas de compras, la persona que será el objeto del amor, escogida racionalmente con la intención de reducir riesgos. Por este motivo “las citas por Internet son más complacientes y cumplen con los requisitos de los estándares -establecidos en la sociedad de consumidores- de la elección racional” (Bauman, 2015, p. 91). Siempre hay más conexiones posibles, y por tanto no es demasiado importante cuántas de ellas hayan resultado ser frágiles o inestables, pues el ciclo de búsqueda nunca se cierra.

En un mundo de cambios fluidos, valores cambiantes y reglas eminentemente inestables, la reducción de los riesgos combinada con la aversión a descartar otras opciones es lo único que queda de una elección racional. Y las citas por Internet, a diferencia de las

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

molestas negociaciones de acuerdos mutuos, cumple a la perfección (o casi) con los requisitos de los nuevos estándares de elección racional. (Bauman, 2015, p. 91)

En esa elección racional, “las características específicas que hacen atractiva a una persona dependen de la moda de la época”. En este sentido, el sujeto de amor “debe ser deseable desde el punto de vista de su valor social”. Por consiguiente, en la sociedad tecno-consumista, dos personas creen experimentar el amor cuando sienten que han encontrado el mejor objeto del mercado según el valor impuesto. De manera que:

En una cultura en la que prevalece la orientación mercantil y en la que el éxito material constituye el valor predominante, no hay motivos para sorprenderse que las relaciones amorosas humanas sigan el mismo esquema de intercambio que gobierna el mercado (Fromm, 1959, p. 15).

En definitiva, las nuevas formas de amar y de ser-en-el-mundo tecno-consumista plantean un eros y unas relaciones afectivas más frágiles que concluyen en el “retroceso de las habilidades de sociabilidad”.

Perdido por el camino ha ido quedando el valor intrínseco de los otros en cuanto seres humanos únicos e irrepetibles, así como la preocupación por el cuidado de la propia y ajena especificidad y originalidad. La solidaridad humana es la primera baja de la que puede vanagloriarse el mercado de consumo (Bauman, 2015, p. 104).

Estas habilidades de sociabilidad, como lo es la solidaridad humana, se tornan frágiles y ambivalentes porque el amor, encargado de promover tales habilidades, se desnaturaliza a causa de un excesivo individualismo. Hoy por hoy se vive en una sociedad cada vez más narcisista; es decir, se vive en un mundo en el que todos desean existir sin salir de la propia mismidad, imposibilitando que el individuo conozca y reconozca al otro en su alteridad.

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

Así pues, “el amor como acontecimiento, como escena de lo dos, des-habituá y reduce el narcisismo. Produce una ruptura, una perforación en el orden de lo habitual y de lo igual” (Han, 2019, p. 81). Por tanto, si se desea salir del mundo de la mismidad, del infierno de lo igual, como expresa Badiou, el primero que debe vencerse para lograr el amor no es al otro, es al sí mismo, al yo que quiere la identidad contra la diferencia y que quiere imponer su mundo a costa de la construcción de un mundo de la diferencia.

En conclusión, en la imagen distópica de la moderna sociedad líquida, las personas no aman en realidad, no esperan la llegada del amor en su manifestación azarosa. Por el contrario, ingresan a un ordenamiento de consumo tecnológico que construye la subjetividad afectiva, es decir, las formas de amar. La mercantilización de los sujetos y la variedad de ellos expuestos como en vidrieras en la realidad virtual, idealiza a tal punto de crear exigencias incapaces de ser cumplidas e incapaces de aceptar que el mundo y las personas que lo habitan no pueden ser tal cual se desee que sean. De manera que realmente no hay un verdadero contacto. El amor, entonces, surge de la extrañeza del otro, de su alteridad, de su diferencia. No surge en la proyección de un otro a partir de la comprensión de la propia mismidad. El amor busca la extrañeza del otro. Esta es la razón del por qué hay que separarlo de lo económico. En él no se gana, se pierde, puesto que es entrega, entrega de cuidado y de responsabilidad en donde impera el otro. Se trata de una retirada del propio ser, del propio individualismo y narcisismo, para que el otro sea, tal como lo hace Sócrates en las descripciones de Soares.

Si el amor no escapa de las lógicas de mercado, del consumo tecnológico y del hundimiento narcisista e individualizado. El amor y las relaciones se vuelven líquidas, precarias, transitorias, ambivalentes y volátiles incapaces de comprender que en la existencia real se hace parte de una

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

misma humanidad y que, por tanto, estamos “obligados a vivir para siempre en proximidad y compañía de otros” (Bauman, 2015, p. 162). Se crea una sensación de creciente y frecuente desconexión local de personas físicamente próximas, pero social y económicamente distantes (Bauman, 2015, p. 88). Entre más alejados estemos, más extraño y aterrador resultará la alteridad. Esto en definitiva provoca, entre otras cosas, la falta del verdadero diálogo encargado de asimilar la otredad, al transcurrir en un entorno de vida líquida homogénea, narcisista, individualista y aislado, de emociones patológicas, como lo es la mixofobia. Arraigados a la condición existencial de los seres humanos nacidos y criados en una realidad desregulada, fluida e individualizada, con cambios vertiginosos y difusos, encargada de crear relaciones afectivas sin compromisos incapaces de brindar apoyo y una mano amiga que permita sobrellevar el arduo camino de la existencia través de la búsqueda de la alteridad y de la verdad a partir de la diferencia.

### **3. Conclusiones**

El objetivo del presente artículo fue analizar la propuesta sociológica de Zygmunt Bauman en relación con la metáfora sobre la *Modernidad Líquida*. Nos servimos del ejercicio comparativo a través de las explicaciones ofrecidas por parte de las construcciones teóricas de Lipovetsky, Han, Badiou y Fromm con el fin de ofrecer un diagnóstico sobre las formas de relación afectiva en una sociedad caracterizada por la obsesiva conducta del consumo y del deshecho, hiperindividualista, cuyos agentes narcisos ejercen la desmesurada positividad de las nuevas subjetividades.

Así, con los anteriores pensadores, pudimos preguntarnos: ¿de qué manera se establecen las relaciones afectivas, cómo funcionan, en los espacios operados por la lógica del ‘consumo’?;

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

¿cuáles son las condiciones del “consumismo” exacerbado para la vivencia del amor?; ¿cómo prepararnos para asumir los nuevos sentidos de los “artículos eróticos”?, o mejor, ¿de qué manera contrarrestar los efectos nocivos de estas condiciones sin alterar el curso de “lo humano”? Nos preguntamos con lo anterior por, ¿quién es el ser humano? ¿Qué es ser ‘ser humano’? ¿Qué es ser humano en la Modernidad líquida? Y para ello, quisimos explorar el prisma de los sentidos del amor y de sus formas de consumo en las comprensiones de los teóricos antes mencionados, poniendo de base el diagnóstico de Zygmunt Bauman a través de la ya mencionada “liquidez de los tiempos modernos”. Concluimos que en la distópica sociedad de la modernidad líquida, el amor queda reducido a un modo de consumo antes inédito que tiene sus raíces no obstante, en la modernidad sólida, en la medida en que ambas han producido sus propias formas de amor y de violencia, esto es, sus propias patologías y pacientes, quienes terminan recluidos en el lumpen de la sociedad. La enajenación resultante nos incorpora por completo en el narcisismo moderno, mezquino, codicioso y en absoluto solidario. En la modernidad líquida, la cúspide de la cuarta revolución industrial, después de la era analógica y en pleno desarrollo desorbitante de la tecnología digital, el legado es la libertad sin freno, la hiperindividualización y el hiperconsumo, tras décadas de prohibición de “la felicidad” y ejercicio del “deber” se produce un nuevo ser humano condenado a la “felicidad”. El nuevo narciso establece vínculos cada vez más precarios y la idea de compartir un mundo, o una nación o una comunidad que vele por el bienestar de sus miembros se vuelve cada vez más extraña de pensar. Lo que nos acercaría nos está aislando. La filosofía del espacio o la geofilosofía como la llamará en sus días Deleuze y Guattari, tendrían que estar preparadas para apoyar y empaparse del ejercicio de la ingeniería y la cibernética de la información, responsables de la organización y la sistematización de nuestros sistemas eróticos y tanatológicos, en una palabra, de nuestra fuerza y poderes humanos.

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

En definitiva, lo que hoy ha hecho de nosotros la lógica de consumo y la facilidad de comunicación tecnológica, representa el nuevo fracaso de la cercanía humana y del ideal de comunidad humana o unidad de la especie humana. Nos cuesta reconocer las diferentes formas de ser humano por ende de verdades singulares y sistemáticas creadas a partir de la diferencia. Por esta razón, como afirma Bauman, la apertura a los otros es el prerequisite de la humanidad. Dar cuenta que el otro existe y que es digno de cuidado, responsabilidad y bienestar solo se consigue en el amor. Carecer de eros, ‘positivizar’ las relaciones afectivas, sistematizarlas, catalogarlas para controlarlas y un largo etcétera, es cerrar toda posibilidad de apertura de compartir con otros nuestros modos de existencia.

Reconocemos las limitaciones de la presente reflexión, toda vez que asumimos que no entramos a profundizar sobre los procesos en virtud de los cuales las personas entran en relación con sus objetos de deseo y de la sistemática de las conductas y de las relaciones humanas que resultan de ello. A través de la metáfora de Bauman, sobre la “liquidez de la modernidad”, apenas y concluimos que el sistema de significados en el que se funda la cotidianidad vivida, son experimentadas por muchos autores contemporáneos y vigentes en su ejercicio de la escritura de la misma forma, es decir, nuestros objetos del deseo son vividos en relación con la interacción de una serie de factores, todos convergentes hacia una causa común, la de otorgar *satisfacción*, pero estamos lejos de reconocer y conocer las estructuras mentales que se traslapan con las estructuras funcionales del sistema cultural, el cual corresponde al valor no de apropiación, ni de intimidad, sino de información, de control y disponibilidad continua con mensajes objetivos, lo cual corresponde al discurso del habitante moderno. Y he aquí que continúa la tarea de exploración y el ejercicio de investigación para futuros escritos.

## **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

No quisimos ni pudimos entrar en el problema del modo de existencia de los objetos. Para una exploración futura podríamos no dedicarnos exclusivamente a la sociología de los objetos sino, a la sociología de los espacios y de las relaciones afectivas que ejercemos frente a los objetos y cómo estos nos señalan y conducen en las nuevas formas de interacción con los otros. Las consecuencias de la relación del hombre con el objeto en el dominio de lo cotidiano, formó parte del espectro que ofrecimos sobre el consumismo moderno, el cual se traduce en la domesticidad de los signos que proponemos a través de nuestras modernas y tecnológicas relaciones a distancia. A lo sumo, quisimos acercarnos a plantear el estado de cosas al modo de las metáforas y de los sistemas que las explican a manos de algunos de los pensadores vigentes interesados por esta parte de la antropología filosófica, y señalar como lugar preciso, el señalado por el filósofo hace poco fallecido, Zygmunt Bauman. Aquí nos concentramos en los objetos-pasión, pues sólo este tipo de objeto amado es singular, no está sometido a ninguna mecánica o dinámica serial, es decir, que el objeto del eros, del deseo no se opone a la reproducción del proceso narcisista, sino que lo impone, siempre se trata de uno distinto, siempre se colecciona uno a sí mismo. Lo que los seres humanos encuentran en los objetos de sus deseos no es la seguridad de sobrevivir, sino la de vivir en lo sucesivo, continuamente, ya no es dialéctico, perder y ganar, mendigar y reparar, sino que puede ser controlado y simbólicamente escondido, el equivalente narcisista del yo en la modernidad líquida es el placer de lo oculto y del secreto. Con lo anterior, las personas como los objetos pueden asegurar la continuidad de la vida, pero hemos afirmado que, solo simbólicamente, lo cual acentúa las formas escurridizas de nuestro trato con lo otro, la inestabilidad al tiempo que la obsesión por la retención del “original”, en medio de repeticiones vacuas y controladoras de nuestras conductas, con el objetivo de resolver el acontecimiento angustiante de la ausencia y de la muerte real. Hemos creado nuevas formas de control, aunque

### **Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

positivo, chato, plano y desesperanzador; no obstante, obedece a la lógica de la resolución del tiempo real en una dimensión sistemática.

Por consiguiente, entre las alternativas para divisar los múltiples retos a los que nos enfrentamos con el paso del tiempo y la mecánica relacional a través del consumo de nuestros objetos digitales, está la de la superación del narcisismo y del desarrollo de humildad, la entrega y la objetividad; reinventar la negatividad y la transgresión del amor, el riesgo y la aventura, frente a la seguridad y el bienestar; y, sobre todo, reinventar el diálogo verdaderamente humano, el cual se complace en la inmensidad de opiniones y convicciones diferentes a las propias y cuya finalidad es elaborar un mundo beneficioso a partir de la diferencia. La apuesta por no ocultar lo negativo del proceso, significa en términos de Bauman, reconstruir los lazos de proximidad, del vínculo y de la unión. En este sentido, con Bauman mantenemos abierta la posibilidad de ‘estar para el otro’; una relación sin miedo a desgastarse en el compromiso moral que está detrás de cualquier relación humana.

**Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

**Referencias**

- Arenas, L. (2011). Zygmunt Bauman: Paisajes de la modernidad líquida. *Daimon Revista Internacional de Filosofía*, 0(54), 111-124.
- Badiou, A. (2009). *Elogio del amor*. Madrid. La esfera de los libros.
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Buenos Aires. Fondo de cultura Económica de Argentina.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2015). *Amor líquido*. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- Bonavitta, P. (2015). El amor en los tiempos de Tinder. *Cultura y representaciones sociales*, 10(19), 197-210.
- Cejudo, Montero y Ruíz. (2011). *Sobre la cultura hipermoderna: Entrevista a Gilles Lipovetsky*. 5.
- COSTA, S. (2006). ¿Amores fáciles? Romanticismo y consumo en la modernidad tardía. *Revista Mexicana de Sociología*, 23.
- Daros, W. (2015). *Crisis, licuefacción de los valores y fragilidad de las relaciones, en la posmodernidad*. 13.
- Durán, J. (2014). Tiempos líquidos. Configuraciones de la temporalidad actual en la obra de Zygmunt Bauman. *Aposta: Revista de ciencias sociales*, (60), 6-25.
- Fromm, E. (1959). *El arte de amar*. Barcelona. Paidós.
- Girón, J. (2009). Zygmunt Bauman: Una lectura líquida de la posmodernidad. *Relaciones Internacionales*, 0(9).

**Amar en tiempos líquidos: la metáfora de Zygmunt Bauman como diagnóstico de las relaciones afectivas en la sociedad tecno-consumista**

González, S. (2017). Amor romántico, amor confluyente y amor líquido. Apuntes teóricos en torno a los sistemas sociales de comunicación afectiva. *Eikasia: revista de filosofía*, 9.

Han, B. (2017). *La agonía del eros*. Barcelona. Herder editorial.

Lipovetsky, G. (2006). *La felicidad paradójica*. Colombia. Editorial Anagrama.

Rodríguez, A. (2017). *Reflexiones sobre un mundo líquido*. Barcelona. Paidós.

Sánchez, J. (2006). *El amor en los tiempos del posmodernismo*. 17.