

El consumo de la utopía romántica

Del mismo autor

Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo,
Buenos Aires, Katz, 2007

The culture of capitalism, Jerusalén, 2002

*Oprah Winfrey and the glamour of misery: An essay
on popular culture,* Nueva York, 2003

*Saving the modern soul: Therapy, emotions, and the culture
of self-help ,* Barbeley, 2008 (traducción española
en preparación por Katz Editores)

Eva Illouz

**El consumo
de la utopía romántica**

El amor y las contradicciones
culturales del capitalismo

Traducido por María Victoria Rodil



conocimiento

Primera edición, 2009

© Katz Editores
Charlone 216
1425-Buenos Aires
Fernán González, 59 Bajo A
28009 Madrid
www.katzeditores.com

Título de la edición original: *Consuming the romantic utopia. Love and the cultural contradictions of capitalism*

© 1992 The Regents of the University of California
Published by arrangement with University
of California Press

ISBN Argentina: 978-987-1283-95-8
ISBN España: 978-84-96859-53-1

I. Sociología de la Cultura. I. Rodil, María Victoria, trad.
II. Título
CDD 306

El contenido intelectual de esta obra se encuentra protegido por diversas leyes y tratados internacionales que prohíben la reproducción íntegra o extractada, realizada por cualquier procedimiento, que no cuente con la autorización expresa del editor.

Diseño de colección: tholön kunst

Impreso en España por Romanyà Valls S.A.
08786 Capellades
Depósito legal:

Índice

- 13 Agradecimientos

- 17 Introducción a la sociología del amor
- 18 El amor romántico como práctica social
- 25 El amor romántico como utopía de la transgresión
- 31 Resumen general
- 38 Metodología

- 47 I. CUANDO EL ROMANCE CONOCIÓ AL MERCADO
- 49 1. La construcción de la utopía romántica
- 53 La secularización del amor o el amor como nueva religión
- 61 El amor en oferta
- 68 El romance frente al matrimonio
- 72 La historia romántica como espectáculo
- 77 Conclusión

- 81 2. Una utopía en problemas
- 82 El precio del amor
- 89 A solas en público
- 104 Las citas románticas y el espíritu del consumismo
- 118 Conclusión

- II. TODO LO QUE ES ROMÁNTICO SE DISUELVE EN EL AIRE:
EL AMOR COMO CONDICIÓN POSMODERNA
- 123 3. De la utopía romántica al sueño americano
- 125 “Usted podría estar aquí”

134	Un amor tan natural
140	El romance como opulencia invisible
146	Los códigos se agotan
157	Conclusión
159	4. Un amor que todo lo consume
160	Un mundo reencantado
170	Un romance consumado
182	El lujo del romance
189	El turismo, la naturaleza y el romance
194	El romance como liminalidad
198	El comercio del amor: ¿ideología o utopía?
204	Conclusión

207	5. Ficciones reales y realidades ficticias
212	Amor a primera vista
217	El amor realista
223	La realidad como ficción
228	La ficción como realidad
231	Una condición romántica posmoderna
242	Conclusión

III. LA EMPRESA DEL AMOR

249	6. La razón en la pasión
254	Un mapa del corazón
256	La pasión en la razón, la razón en la pasión
261	El corazón y sus incertidumbres
263	La ciencia del amor
267	El discurso terapéutico y el discurso reflexivo

277	7. Las razones de la pasión
281	Eros y ágape
287	Una locura muy razonable
293	Los límites socioeconómicos
301	Los límites morales y personales
304	Los límites educativos y culturales
307	Hablo, luego me aman
317	El amor gratuito
323	Conclusión

325	8. La clase social del amor
328	Las formas elementales de la vida romántica
331	El amor como diferencia
347	El amor y la dominación simbólica
350	Las clases sociales, el romance y la estructura de la vida cotidiana
370	Conclusión
375	Conclusión: ¿Un final feliz?
375	La historia del amor
385	Apéndice 1. Algunas cuestiones metodológicas
393	Apéndice 2. Cuestionario
399	Apéndice 3. Imágenes del romance
405	Referencias bibliográficas
	Índice temático

Introducción a la sociología del amor

La frialdad, la severidad y la claridad premeditada de un concepto de matrimonio tan noble como el que ha regido en toda sociedad aristocrática que se precie de tal, desde la Antigua Grecia hasta el siglo XVIII, nos haría temblar un poco a los “modernos”, a estos animales de sangre caliente y corazón sensible que somos. Justamente por eso, el amor como pasión (en el sentido más grandioso de la palabra) es una *invención* del mundo aristocrático, donde mayores eran los límites y las privaciones.

Nietzsche, *La voluntad de poder*

Algunas personas sostienen que el amor romántico es el último refugio para la autenticidad y la calidez que nos ha robado esta época cada vez más tecnocrática y legalista. Según otras, representa una ideología que esclaviza a la mujer, un síntoma de la muerte de la esfera pública o un modo de evadirse de la responsabilidad social.

Este libro no pretende ser una voz más entre las que exaltan las virtudes del amor o lamentan sus deficiencias. En lugar de ello, su objetivo es esclarecer los términos del debate analizando cómo se conecta el amor con la cultura del capitalismo tardío y sus relaciones de clase. Mientras que muchos estudios se enfocan en los efectos del capitalismo sobre el yo y las relaciones humanas, este trabajo aborda con mayor seriedad la siguiente pregunta: ¿cómo se dio el encuentro del amor con el capitalismo? Por lo tanto, se trata aquí de comprender las formas y los mecanismos mediante los cuales se produce la intersección de las emociones románticas con la cultura, la economía y la organización social del capitalismo avanzado.

Este último se distingue por ser una entidad de dos caras: en la medida en que fomenta la incorporación de todos los grupos sociales al mercado, ha creado un espacio simbólico común muy poderoso, unificado por las esferas del consumo y de los medios masivos; pero el capitalismo no sólo

unifica, sino que ha generado conflictos sociales de gran intensidad en su etapa industrial, mientras que en la etapa postindustrial ha fragmentado a las clases sociales con el surgimiento de grupos cada vez más reducidos, como las comunidades de consumo o los segmentos diferenciados por su estilo de vida. Es decir, el capitalismo posibilita la participación de todos en la esfera económica y simbólica del consumo, pero al mismo tiempo se conserva y se reproduce mediante la concentración de la riqueza y la legitimación de las divisiones sociales.

Lo que aquí se plantea es que las definiciones modernas del amor romántico y sus prácticas se entrelazan con esa dualidad que caracteriza al capitalismo tardío. El amor romántico se ha convertido en un elemento íntimo e indispensable del ideal democrático de la opulencia que acompañó el surgimiento de los mercados masivos, con lo cual ofrece una utopía colectiva que trasciende y atraviesa todas las divisiones sociales. Sin embargo, en paralelo con ese proceso, también ha patrocinado, por así decirlo, los mecanismos de dominación económica y simbólica que se encuentran en funcionamiento en la estructura social de los Estados Unidos. En su sentido más amplio, entonces, la tesis de este trabajo es que el amor romántico conforma un campo colectivo en el que entran en juego las divisiones sociales y las contradicciones culturales propias del capitalismo.

EL AMOR ROMANTICO COMO PRACTICA SOCIAL

En tanto sistema económico, el capitalismo “supone la producción y el intercambio de bienes con el objeto de acumular una plusvalía, o sea, una ganancia, parte de la cual se reinvierte para mantener las condiciones de la acumulación en el futuro” (Abercrombie, Hill y Turner, 1986: 87).¹ Sin embargo, más allá de esta definición técnica, lo caracteriza también una mentalidad cultural determinada, ya que, como señala Bell (1976: 14), “las relaciones de intercambio, las de compra y venta, han impregnado casi todos los aspectos de la sociedad”. En el marco del capitalismo, las partes se vinculan explícitamente sobre la base de los propios intereses individuales y de los beneficios económicos mutuos, y las operaciones se justifican calculando sus efectos sobre el resultado final del balance. En el marco

¹ Si bien la organización económica capitalista comenzó a evolucionar en el siglo xvi, tuvo que esperar hasta el siglo xix, con la Revolución Industrial, para poder desplegar todo su potencial.

del amor romántico, por su parte, las personas se unen gracias a “la capacidad de sustanciar la espontaneidad y la empatía en una relación erótica” (Shorter, 1977: 23). En última instancia, los socios comerciales son intercambiables dentro del mercado y las relaciones varían con las circunstancias económicas, mientras que en el marco del amor romántico, la persona que amamos y con la cual nos sentimos unidos es única e irremplazable. Es más, “el amor es lo más importante del mundo, y ante él deben sacrificarse todas las demás consideraciones, en especial las materiales” (Stone, 1977). El amor romántico no es racional sino irracional, no es lucrativo sino gratuito, no es utilitario sino orgánico, y no es público sino privado. En síntesis, el amor romántico parece evadir las categorías tradicionales según las cuales se concibe el capitalismo. Tanto en el ámbito académico como en la cultura popular y en la esfera del “sentido común”, el amor romántico se eleva por encima del intercambio comercial e incluso más allá del orden social en general.

Hasta la década de 1960, la antropología, la sociología y la historia adherían de manera implícita a esta opinión.² Esas disciplinas concebían la cultura como una práctica pública y colectiva, pero equiparaban a las emociones con las experiencias subjetivas, fisiológicas y psicológicas, por lo que no las incluían en el estudio de la vida colectiva y simbólica. En vez de analizar el amor romántico en términos de los ritos públicos, los conflictos sociales y las relaciones de clase, lo relegaban inevitablemente a una esfera incómoda para la sociología: la de la vida privada.

Sin embargo, durante los últimos veinte años han aparecido nuevas voces en el campo de la antropología y de la psicología que insisten en que el “material” volátil de la cultura (las normas, los lenguajes, los estereotipos, las metáforas y los símbolos) ejerce cierta influencia sobre las emociones, e incluso puede llegar a definir las.³ No obstante, si bien la mayoría de las

2 El psicoanálisis ha realizado un aporte importante a la justificación “científica” de esas opiniones al sugerir que las emociones son resultado de mecanismos psicológicos universales. Si bien esta disciplina otorga una importancia crucial a las emociones irracionales e inconscientes, ha servido para reforzar esa misma oposición entre el dominio de las normas colectivas (el superyó) y el de las emociones (ubicado en el campo del ello).

3 Últimamente, el péndulo parece estar retornando, ya que varias ramas de las ciencias sociales están volviendo a una visión más universalista del amor romántico. La psicobiología, principalmente, concibe el amor romántico como una emoción universal que trasciende las barreras de las nacionalidades, las clases sociales y las etnias al identificar los elementos bioquímicos de aquello que la psicóloga Dorothy Tennov (1979) define como “limerencia”, es decir, el estado intenso de excitación física inducido por la atracción hacia otro individuo.

disciplinas sociales hoy en día aceptan la existencia de un lazo entre la cultura y las emociones, se muestran más reacias a reconocer el vínculo entre amor y economía. Como el arte y la religión, el amor es “el lugar por excelencia de la negación del mundo social” (Bourdieu, 1979a: 596-597), sobre todo cuando ese mundo adopta el rostro oscuro de los intereses económicos, y cuando el amor romántico niega su propia base social al atribuirse la capacidad de trascenderla o de revocarla. Ahora bien, la pregunta sería entonces cómo conceptualizar los vínculos existentes entre las emociones, la cultura y la economía.

Se entiende como “emoción” un conjunto complejo de mecanismos de percepción, procesos interpretativos y respuestas a estímulos fisiológicos. De este modo, las emociones ocupan el umbral donde aquello que no es cultural se codifica en la cultura, donde el cuerpo, la cognición y la cultura convergen y se fusionan.⁴ Entonces, en tanto práctica cultural, el amor romántico queda expuesto a la doble influencia de la esfera política y de la esfera económica, aunque se distingue de otras prácticas porque supone una experiencia inmediata del cuerpo.

Desde el campo de la psicología social, Schachter y Singer (1962) ofrecen una interesante descripción de los modos y los momentos en que la excitación fisiológica puede transformarse en “amor”. De acuerdo con estos autores, existe un estado de excitación general e indiferenciada que se activa como emoción y adquiere la condición de tal cuando recibe una definición adecuada. El mismo estado generalizado de excitación, por ejemplo, podría activar emociones como el miedo o el enamoramiento, según las señales o las variables ambientales.⁵ Si, en efecto, esto es así, se puede espe-

4 Weber (1978: 1, 25) afirma que “la conducta estrictamente afectiva está [...] en la frontera [...] de lo que es la acción consciente con sentido” [la cita corresponde a la edición en español: *Economía y sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1996, p. 20]. Sin embargo, el presente trabajo se desarrolla bajo la premisa de que las emociones constituyen una forma comunicativa con sentido social, que depende de categorías y escenarios culturales colectivos. Para el caso, sirve como ejemplo la ira, que a pesar de tener componentes fisiológicos como la taquicardia, el sudor en las manos y el aumento de la presión arterial, presenta una gran variedad de causas y mecanismos de expresión y/o contención. En efecto, una persona enojada puede invocar diferentes pretextos culturales, tales como “vengarse para defender la honra”, “perdonar a los otros como Jesús nos perdona a nosotros”, o “expresar la ira porque es más sano para la psiquis”, entre otros.

5 Dutton y Aaron (1974) documentaron esta hipótesis empíricamente. Para ello, expusieron a varios individuos de sexo masculino a un puente de gran altura y, poco después, les presentaron a una mujer atractiva. Así probaron que los

rar que la cultura desempeñe un papel importante en la construcción, la interpretación y el funcionamiento de las emociones. Ésta opera como un *marco* dentro del cual la experiencia emocional se organiza, se define, se clasifica y se interpreta.⁶ Los marcos culturales nombran y definen las emociones, señalan los límites de su intensidad, especifican las normas y los valores asignados a ellas, y ofrecen símbolos y escenarios culturales para que adquieran un carácter de comunicatividad social.

Ahora bien, en la evolución de la excitación sexual al sentimiento codificado del amor, la cultura cumple al menos cuatro funciones. En primer lugar, define la excitación fisiológica y, por lo tanto, le aporta sentido. Según la tradición cultural de cada uno, por ejemplo (sea ésta cristiana, romántica, científica u otra), la excitación sexual puede interpretarse de diversas maneras: como “un encuentro de dos almas destinadas a estar juntas”, “un amor a primera vista”, “un enamoramiento”, “un momento de lujuria” (ya sea un pecado o un fastidio placentero), o un simple “desequilibrio hormonal”. Del mismo modo, la sensación fisiológica asociada con los celos puede entenderse como un signo de pasión romántica, una manifestación de inseguridad o un intento de control. En segundo lugar, esas definiciones contienen significados que a su vez están inmersos en ciertos conjuntos de normas, prescripciones y prohibiciones. Las amistades entre personas del mismo sexo, por ejemplo, pueden concebirse como pasiones homosexuales o como manifestaciones de apego espiritual, según la gama de interpretaciones autorizadas. Es más, el contexto normativo determina la definición de las emociones, pero al mismo tiempo las personas pueden manejar y controlar sus emociones para cumplir con las normas culturales, proceso éste que la socióloga Arlie Hochschild (1983) denomina “trabajo emocional”.

individuos expuestos a la vista del puente eran más proclives a invitar a salir a la mujer, lo que indicaría que la excitación provocada por el miedo se definió e interpretó como atracción sexual.

6 Los marcos culturales se identifican según los siguientes rasgos: (1) los caracteriza un conjunto de proposiciones con coherencia semántica que las personas sólo reconocen de manera implícita, pero que pueden articular si se las insta a ello. El marco cultural del “amor a primera vista”, por ejemplo, genera una serie de proposiciones como “el amor llega de repente”, “el amor es incontrolable” o “el amor es irracional”; (2) una persona puede aplicar diferentes marcos para interpretar el mismo hecho, aunque en general no lo hace al mismo tiempo ni en la misma situación. El marco del “amor a primera vista”, por ejemplo, es incompatible con el del “amor nacido de una amistad”, aunque la misma persona puede usarlos de manera alternativa para dar cuenta de los distintos aspectos del sentimiento romántico.

En tercer lugar, los valores culturales estipulan cómo evaluar la intensidad de la excitación fisiológica. La tradición romántica, por ejemplo, privilegiaría la etapa inicial y más intensa del proceso, mientras que las tradiciones realistas elegirían como instancias de “amor verdadero” los momentos de menor intensidad y de menos manifestaciones turbulentas. En este sentido, la cultura contemporánea presenta dos repertorios de igual potencia para explicar, expresar o controlar las distintas etapas del vínculo romántico: por un lado, las fases iniciales de la atracción y el sentimiento romántico se expresan en instituciones culturales como las salidas románticas o las citas,* enlazadas con los valores hedonistas de la cultura posmoderna. Por otro lado, la estabilidad y la longevidad de un amor gradual y perdurable que se va incrementando con el paso del tiempo son características asociadas a la institución del matrimonio y enmarcadas en una combinación de términos económicos y psicoterapéuticos.

En cuarto lugar, la cultura brinda símbolos, artefactos, historias e imágenes (o “instantáneas” simbólicas) que sirven para recapitular y comunicar los sentimientos románticos. Con frecuencia, dichos símbolos son fotografías en el sentido literal de la palabra (como la típica foto “romántica” que representa las vacaciones de una pareja o su luna de miel, donde se los ve abrazados en la playa al atardecer), pero el recuerdo de un amor pasado puede tomar la forma de una carta, un regalo o una historia que capta vívidamente el carácter único de la relación.

Ahora bien, el repertorio de imágenes, artefactos e historias que ofrece la cultura actual es variado pero limitado, y algunos de esos símbolos están más disponibles que otros. En este punto se presentan los interrogantes que dan lugar a nuestro trabajo: ¿cómo es que un determinado léxico cultural de los sentimientos se vuelve más visible y más disponible que otros? ¿Por qué prevalece más la imagen de una pareja caminando de la mano por la playa que la de un hombre y una mujer mirando televisión tranquilos? ¿Por qué la mayoría de la gente recuerda mejor los amoríos breves e intensos que las relaciones paulatinas? ¿Por qué se asocia más la idea de “intimidad” y “romance” con una conversación larga que con una salida a un partido de básquet?

Esos interrogantes conforman la columna vertebral de nuestra investigación y desde el vamos nos dan ciertos indicios acerca de lo que este libro *no* es. En efecto, no es un estudio sobre la fenomenología del amor,

* En inglés, la palabra *dating* se utiliza para designar tanto las relaciones informales y breves como los noviazgos sin compromiso. Una traducción literal del verbo sería “tener citas” o “salir con chicos/chicas”. [N. de la T.]

ya que no interpela al amor romántico “desde adentro”, como una realidad *sui generis*, ni lo desglosa en las categorías constitutivas de la experiencia amorosa (por ejemplo, “el encuentro”, “el primer beso”, “las caricias”, “la comunicación”, “el vínculo sexual”, etc.). Esto también explica por qué el tema de la sexualidad no se abordará frontalmente sino de manera indirecta. Si bien representa un elemento esencial de la experiencia romántica contemporánea, la sexualidad está subordinada a los mismos discursos culturales de la autorrealización, el hedonismo y el autoconocimiento que constituyen el núcleo de nuestra cultura del amor. Por otra parte, este libro tampoco es un estudio sobre el amor romántico tal como lo definen los historiadores de la cultura, cuya descripción, a nuestro juicio limitada, suele presentarlo en términos de una pasión absoluta por otra persona proyectada en el lenguaje de la devoción religiosa. Ambos intentos de delimitar el objeto de estudio indicarían la existencia de un material mucho menos difuso y volátil que el que aquí se analiza.

Este trabajo ubica en un contexto crítico los múltiples sentimientos invocados por la expresión “tener una relación romántica con otro”. Si bien aquí se estudian varias etapas de la “relación romántica” (como la atracción inicial, las citas, el noviazgo y el matrimonio), no se efectúa un análisis cronológico, ya que el objetivo no es contar la historia del amor contemporáneo, sino más bien colocarlo en el ámbito de estudio tradicional de la sociología de la cultura y someterlo a ciertos interrogantes acerca de los significados y los símbolos tácitos que organizan nuestra experiencia romántica de manera preponderante, en detrimento de otros.

Ahora bien, las definiciones de la cultura opacan este asunto en lugar de esclarecerlo. Una de ellas, enunciada por el antropólogo Clifford Geertz (1973: 89) y hoy en día casi canónica, indica que se trata de un “esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios en los cuales los hombres [*sic*] comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida”.* Esta definición evita deliberadamente la pregunta por las causas “últimas” de dicho sistema de concepciones y, en lugar de abordarla, se limita a una interpretación inmanente de ciertos marcos de conocimiento que ya están dados y dentro de los cuales las personas otorgan sentido a su mundo, actúan en él y se comunican entre sí. Sin embargo, este enfoque de la cultura sirve a grandes rasgos para dar forma a nuestra concepción del amor como emo-

* La cita corresponde a la edición en español: C. Geertz, *La interpretación de las culturas*, Barcelona, Gedisa, 1987, p. 88.

ción compleja en la cual se entrelazan historias, imágenes, metáforas, objetos materiales y teorías populares, al tiempo que abona la opinión de que las personas dan sentido a sus experiencias románticas individuales recurriendo a símbolos y a significados que son colectivos.

No obstante, el enfoque de Geertz presenta ciertas desventajas, ya que no ofrece ninguna respuesta acerca de la constitución de esos significados culturales, de su procedencia y de los objetivos que cumplen más allá de “dar sentido”. Si bien es loable que el antropólogo haya prestado atención a la textura rica y compleja del significado, surge la tentación de replicarle que la historia nos informa acerca de la persistencia relativa de ciertas categorías culturales, pero también acerca de los modos en que esos sentidos pueden usarse como armas en las luchas de los grupos sociales por defender y promover sus propios intereses. Así, la cultura sería un conjunto de significados compartidos, pero no sólo eso, sino también un medio para conservar y reproducir las estructuras de poder, exclusión y desigualdad. Por lo tanto, a fin de relacionar el amor con la cultura en el contexto del capitalismo tardío, hace falta entender de qué manera éste une y separa, vincula y divide *al mismo tiempo*.

A su vez, para comprender esa dualidad que caracteriza al amor es necesario apartarse de una pregunta que resulta contraproducente, a saber: ¿la economía determina a la cultura o viceversa? Cada vez más sociólogos reconocen que la cultura y la economía se constituyen mutuamente, y con este trabajo se pretende contribuir a esos nuevos intentos de síntesis mediante el análisis de los modos en que se produce la intersección de las emociones románticas con el vínculo entre cultura y economía (Collins, 1975). Por lo tanto, aquí no se trata de explicar cómo encarna el amor un esquema cerrado de significados, sino más bien cómo *se enmarca* su relación con el capitalismo tardío. En palabras de Randall Collins, el problema del análisis social no se reduce a cómo explicar los fenómenos sociales, sino también a cómo concebirlos (Alexander, 1989: 178). En consecuencia, este libro estudia *de qué modo* se conectan entre sí el amor romántico, la cultura y la economía, es decir, cuáles son las formas culturales y los mecanismos mediante los cuales se da el encuentro y la intersección de la cultura y la economía en el amor (véase sobre todo Alexander, 1988c).

7 Como señala Robertson (1988: 5) con acierto, “resulta contraproducente tratar de demostrar que la cultura es la variable de explicación más potente en la dupla estructuras materiales/estructuras culturales”.