



Universitat Autònoma de Barcelona

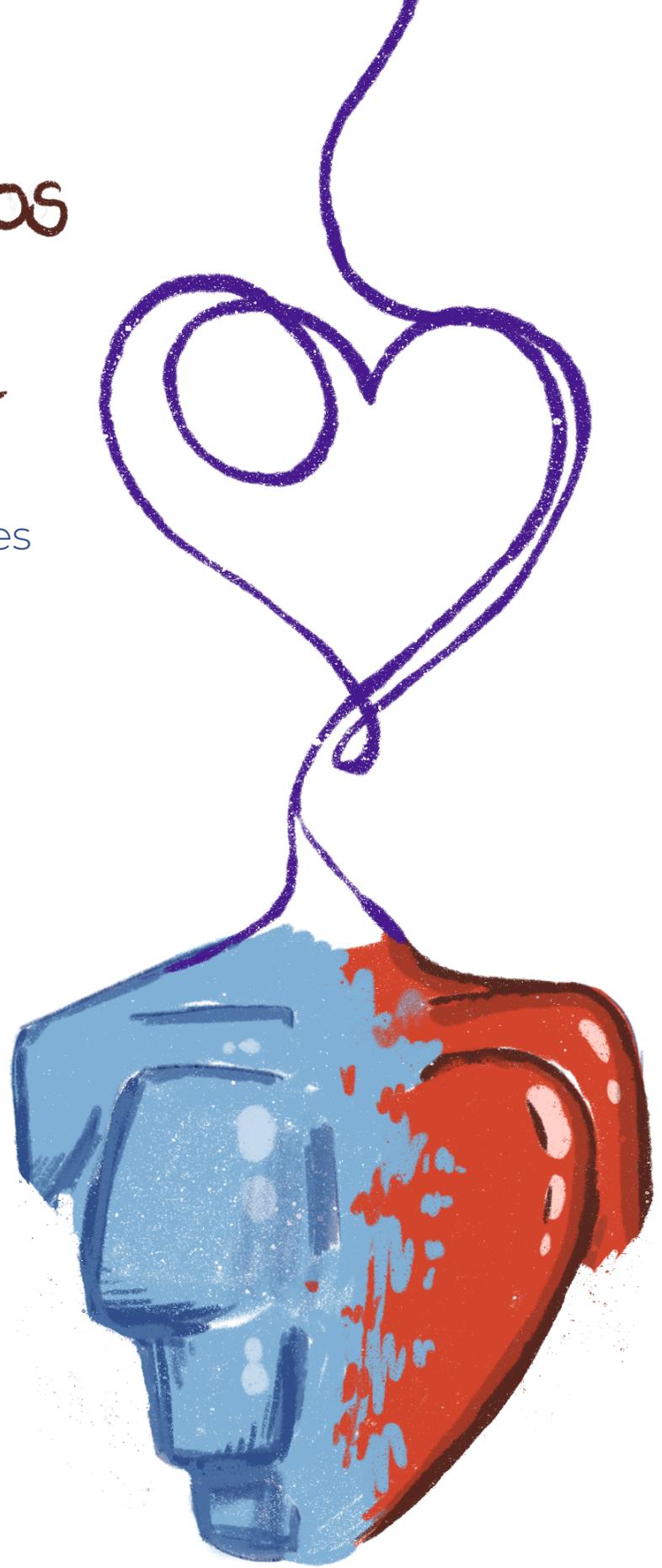
ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  http://cat.creativecommons.org/?page_id=184

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>

Entre embelesos románticos y economías de mercado

Feminidades y Masculinidades
(des)vinculadas en una etapa
liminal postmoderna de
transición, contradicción,
convivencia y emergencia
afectivo-sexual



Alejandro Sánchez Sicilia
Tesis doctoral

Entre embelesos románticos y economías de mercado

Feminidades y Masculinidades (des)vinculadas en una etapa liminal postmoderna de transición, contradicción, convivencia y emergencia afectivo-sexual

Between romantic raptures and market economies

(Un)bonded Femininities and Masculinities in a postmodern liminal stage of transition, contradiction, coexistence and affective-sexual emergence.

Tesis doctoral presentada por **Alejandro Sánchez Sicilia** para la obtención del título de Doctor en psicología social con mención internacional.

Directora de Tesis: **Jenny Cubells Serra**

Programa de Doctorado en Persona y Sociedad en el Mundo Contemporáneo.
Departamento de Psicología Social.

Año 2020.

Ilustración realizada por **Celia Fernández Martín**



Resumen. Esta tesis doctoral supone un acercamiento al estudio del fenómeno de la afectivo-sexualidad con perspectiva de género, el cual consideramos inmerso en una etapa postmoderna liminal que promueve el surgimiento de nuevos discursos y prácticas relacionales. Este acercamiento lo llevamos a cabo a través de una metodología mixta que emplea procedimientos cualitativos para el estudio de materiales textuales y audiovisuales diversos y metodologías cuantitativas para el desarrollo de encuestas para los objetivos propios de la investigación. De los análisis cualitativos apreciamos cómo los discursos y prácticas amorosas han sido capitalizadas por las lógicas neoliberales de la economía de mercado - la racionalidad, la autosuficiencia, la meritocracia, valoración de costes beneficios...- y el consumo. De esta manera, se subvierten las estructuras románticas tradicionales hacia un amor romántico de consumo que es, a su vez, románticamente intenso y exclusivo, pero que no entiende de “a largo plazo”, y hacia un amor líquido que incorpora el culto a la racionalidad, pero mantiene las cualidades hedónicas consumistas. De nuestros análisis cuantitativos observamos también que estos discursos y sus prácticas conviven con la emergencia de una amplia variedad de no monogamias consensuadas, que se sitúan con consideraciones significativamente contrapuestas a las del amor romántico. Asimismo, apreciamos cómo las lógicas neoliberales y de la economía de mercado quedan asociadas a la afectivo-**sexualidad** masculina, y las consideraciones emocionales y románticas a la **afectivo**-sexualidad femenina.

Palabras clave: Masculinidades; No monogamias consensuadas (CNM); Maestros de la seducción; Discurso; Amor líquido; Amor romántico.

Abstract. This doctoral thesis supposes an approach to the study of the phenomenon of sex-affectivity with a gender perspective, which we consider immersed in a liminal post-modern stage that promotes the emergence of new discourses and relational practices. We carry out this approach through the use of diverse qualitative and quantitative methodologies for the study of diverse textual and audio-visual materials and the development of surveys for the objectives of the research. From the qualitative analyses, we appreciate how discourses and love practices have been capitalised by the neoliberal logics of the market economy – rationality, self-sufficiency, meritocracy, cost-benefit assessment...– and consumption. In this way, traditional romantic structures are

subverted towards a romantic love of consumption that is at the same time romantically intense and exclusive but does not understand ‘long-term’, and towards a liquid love that incorporates the cult of rationality but maintains the hedonic consumerist qualities. From our quantitative analysis, we also observe that these discourses and their practices coexist with the emergence of a wide variety of consensual non-monogamies, which are situated with considerations significantly opposed to those of romantic love. Likewise, we appreciate how neoliberal and market economy logics are associated with male affective-**sexuality**, and emotional and romantic considerations are associated with female **affective-sexuality**.

Keywords: Masculinities; Polyamory; Pick-up artists (PUAs); Discourse; Liquid Love; Romantic Love.

ÍNDICE

1. Introducción

La buena “equivocación”

Quienes lo han hecho posible

Consideraciones preliminares

2. Estado del arte	9
2.1 De lo romántico a lo moderno	9
2.2 The postmodern sex-affectivity as a liminal process (inglés)	12
2.3 Amor, posmodernidad y perspectiva de género	20
2.4 La emergencia de las relaciones contrarias a la hetero-normatividad monógama y su relación con el discurso del amor romántico.	28
3. Metodología	32
3.1 El amor romántico y el amor líquido a través del género.	35

3.2 La sexo-afectividad masculina. Entre lo irracional y lo racional. Entre naturaleza y economías de mercado.	40
3.3 La emergencia de las relaciones contrarias a la hetero-normatividad monógama y su relación con el discurso del amor romántico.	44
4. Resultados y Discusión	49
4.1 El amor romántico y el amor líquido a través del género.	49
4.2 La sexo-afectividad masculina. Entre lo irracional y lo racional. Entre naturaleza y economías de mercado.	84
4.2.1 Naturaleza irracional	84
4.2.2 Racionalismo y economías de mercado	95
4.3 La emergencia de las relaciones contrarias a la hetero-normatividad monógama, y su relación con el discurso del amor romántico.	103
5. Conclusions (inglés)	114
6. Bibliografía	121
7. Anexos	137
7.1 La sexo-afectividad posmoderna como proceso liminal (español)	
7.2 Conclusiones (español)	
7.3 A10. Tipo de relación afectivo sexual que mantengo (cuestionario)	

1.INTRODUCCIÓN

La buena “equivocación” ...

Aún recuerdo cuando solté un “me encanta la estadística” en la ronda de presentaciones el primer día de máster cuando nos pidieron comentar por qué lo habíamos elegido. Me consta también que mis amigos del máster recuerdan este episodio a día de hoy, porque una vez cada par de meses me “vacilan” con este tema. Y no es para menos: allí estaba yo, recién llegado de Canarias, trayendo a la ronda que me había decantado por ese posgrado porque me flipaba la estadística, en un máster de investigación en psicología social de un departamento de investigación cualitativa y análisis del discurso. Pero claro, yo eso no lo sabía...y menos mal, porque si lo hubiera sabido dudo mucho que estuviese escribiendo estas líneas y, en el caso de que hubiera seguido en el mundo académico haciendo una tesis doctoral, no sería esta y, aunque tendría el mismo nombre de autor, no sería yo o, al menos - parafraseando a Kenneth Gergen -, sería un yo diferente, dentro de una multiplicidad ilimitada de yoes posibles.

Me había equivocado de máster o quizás sería más correcto decir que en mi realidad la palabra investigación iba inherentemente asociada a la palabra cuantitativa, o así se habían encargado de mostrármelo durante el grado de psicología. Me consta también que Jenny recuerda esta "equivocación", ya que de vez en cuando me decía que a alguno de sus alumnos les comentaba que tenía un doctorando que se había confundido de máster.

En este departamento y máster aterricé. Los profesores hablaban de cosas extrañísimas, mucho de un tal Foucault del cual no había escuchado hablar en la vida, de psicología social crítica, de relativismo, de feminismo...Hablaban de metodologías como el análisis del discurso. Teníamos clases enteras dedicadas a lo *cuali*, etnografía, teoría fundamentada... Gracias al máster comienzo a mirar a la psicología de otra manera, la alejo de las ciencias de la salud y la sitúo como otra ciencia social hermana de la sociología y la antropología. Comienzo a cuestionarme lo que hasta entonces daba por sentado, desindividualizo las explicaciones a los fenómenos sociales y comienzo a verlo todo en términos construccionistas y, por tanto, afectados por cultura, sociedad e historia. Me encuentro en un máster donde puedo proponer la línea de investigación, en lugar de adaptarme a una de una oferta previamente dada. Lanzo las inquietudes e intereses que llevaban años rondándome sobre el amor, la afectivo-sexualidad, el poliamor...y es aquí donde aparece Jenny, yo con cero perspectiva de género y ella diciéndome que cómo iba

a estudiar amor separado del género. El feminismo llegó a mí de esta manera totalmente aleatoria, sin yo buscarlo y este me llevó -gracias, Cintia- al movimiento de hombres por la igualdad de género. Y fue ahí donde me formé y me sigo formando en feminismo - Gracias José María- y en concreto, en estudios de masculinidades. Es aquí, en Homes Igualitaris donde actualmente desarrollo la mayor parte de mi trabajo laboral y académico, vinculado siempre al trabajo con hombres.

Todo este cambio de paradigma, el contacto cada vez más asiduo con la formación y la intervención y el proceso de cambio y revisión que he ido realizando en mí mismo, me han permitido descubrir la satisfacción -hasta entonces desconocida- que me proporciona el trabajo a “pie de calle”, la intervención grupal y terapéutica que he tenido la oportunidad de conducir con numerosos grupos de chicos y hombres adultos en prisión y en libertad, así como las formaciones con pibes jóvenes sobre masculinidades, sexualidad, violencia, cuidados...

El desarrollo de la tesis y las numerosas trabas burocráticas asociadas al modelo neoliberal de producción, impactos y tiempos ajustados actual, ha supuesto una relación cargada de altibajos en este proceso casi lustral. Haber encontrado mi lugar en la intervención y el trabajo personal que he ido realizando este último año han conllevado el dejar de definir mi validez a partir del trabajo académico - y, por tanto, en aquello que se encuentra en el ámbito de lo “público” donde los hombres nos sentimos autorrealizados, pero en evaluación constante- y ha supuesto una reconciliación con este terreno. Una reconciliación este último año derivada, asimismo, de la producción académica desde el placer, sin tiempos que cumplir, sin JCRs ni SCOPUS que condicionen y determinen la calidad o validez de mi (o nuestro) trabajo.

Quienes lo han hecho posible

Vengo de una familia de pescadores, jornaleros, carpinteros e incansables mujeres que han trabajado bien duro para que de ese legado yo haya podido llegar hasta aquí y ser la primera persona de mi familia que ha tenido la oportunidad de cursar estudios universitarios. Gracias infinitas, a quienes están y a los que físicamente se han ido.

Gracias Mamá y Papá por la confianza, el apoyo, el cariño y el sobreesfuerzo económico durante estos años y más. Les quiero mucho.

Mi padre, un hombre bueno que lleva trabajando desde chiquitito fuera del hogar, para que nunca nos haya faltado de nada.

Mi madre, incansable luchadora y trabajadora... He heredado su carácter (gracias a dios) ..., luchando y sacrificándose tanto por mí, incluso desde antes de nacer.

A mi tía Rosi: gracias por el apoyo y el cariño y, cómo no, por las horas de conversaciones telefónicas compartiendo en torno a la tesis y más.

A Jose, Yoha, Gloria... a toda mi familia unida.

A Cathaysa, por estos maravillosos nueve años de un vínculo que se construye desde el amor incondicional. Quisiera dedicar páginas enteras, pero lo resumiré en un “no te marches nunca”. Eres sencillamente increíble. Gracias por haberme permitido compartir este camino a tu lado. Te quiero muchísimo.

A Mayk y a Cristian, por todos estos años juntos, pero sin duda por habernos acompañado durante los meses del confinamiento. Gracias por los ataques de risa, los #Undiauncumplido (estoy partidísimo recordando esto), las noches con Clint, las cenas juntos...por la presencia.

A Jenny, por acompañarme durante todo este proceso, por la paciencia con este chico inicialmente cuantitativo, por esas mañanas en Sarrià sacando categorías y analizando parte del material que presento en la tesis. Por tenerme siempre en cuenta.

A Homes Igualitaris. Posiblemente llegar a vosotros haya sido una de las cosas más bonitas que me han pasado en la vida. Gracias en especial a José María y a Juanjo, gracias por aportarme tantísimo; sois referentes. Cariño infinito también a Ion, Salva, Toni, Aharón, Lluc, Enric... Y a Paco: gracias por confiar en mí y permitirme ser parte de todos estos maravillosos proyectos académicos y laborales que estamos desarrollando juntos.

A mi Familia Posthumana, a todxs, por haberme permitido compartir este camino a vuestro lado. “Amor finito”. Gracias Pri, por sumarte a la locura Cuanti, por todos esos desayunos en el ImaginCafe peleándonos con los números. Mis mejores deseos en tu camino académico. Ojalá consigas todo lo que te propongas y pueda estar ahí para verlo.

Alejandro, presente siempre a lo largo de todo este camino. Gracias por tu amistad incondicional, te quiero mucho.

Gracias, casualidades y caminos de la vida, por cruzarme con Pablo. Qué bonito construir una amistad entre hombres desde las vulnerabilidades sanadoras.

Gracias también a esas fantásticas personas que han pasado a ocupar un lugar importantísimo en mi vida, Tamara, Nazara, Marina...

A los chicos de la Arepada, por ayudarme a conectar con los momentos de desconexión. Gracias por recargar unas energías que llegaban a La Palma en ocasiones bajo mínimos.

A mi amigo Hugo, por todos estos años, por esas horas tras el teléfono volviendo de Figueres y a esas tardes en los Álamos y las que aún nos quedan.

A Belimar, por tus aportes filosóficos y tu apoyo durante todos estos años.

A Celia, qué preciosidad de portada te marcaste.

Gracias al sistema de becas público sin el cual me hubiera sido imposible realizar mis estudios de máster y grado.

Medea, mi compañera de vida durante los años más difíciles y desesperantes de la tesis. No podía terminar este apartado sin agradecerte el amor y el apoyo durante esos años. Gracias por los momentos vividos. Querer también implica saber dejar ir. *Ti voglio bene.*

Y gracias a Barcelona, que como dice mi madre “Alejandro, a ti Barcelona te ha tratado muy bien, te ha recibido con los brazos abiertos”

Consideraciones previas sobre el contenido de la tesis

Apartados

La tesis aquí presentada se divide en los apartados propios de las tesis doctorales. Portada, índice, resumen, introducción, estado del arte, metodología, discusión y resultados, conclusiones, bibliografía y anexos.

Idioma

La tesis doctoral se encuentra escrita en español, con excepción de las conclusiones, el resumen y el apartado sobre sexo-afectividad liminal del estado del arte. Asimismo, el

Abstract se incluye tras el resumen y tanto las conclusiones como el apartado del estado del arte encuentran su versión en español en los anexos.

Voz

Esta tesis está escrita a su vez en primera persona del plural (voz activa) y en impersonal. Esto responde no sólo al carácter cualitativo y cuantitativo de la tesis, sino a cómo estas formas académicas contrapuestas de expresar se han inscrito simultáneamente en mi manera de acercarme a los fenómenos de estudio, de escribir y de pensar y he llegado incluso a intercambiarlos y encontrarme escribiendo en pasiva artículos cualitativos y en voz activa estudios estadísticos.

Sobre visibilidad de género en la academia

Todas las referencias bibliográficas incluyen el nombre de pila de las personas autoras y en las citas textuales se procura emplearlo al menos la primera vez que aparece si el formato corresponde.

El trabajo que aquí presento es una muestra de esta miscelánea de intereses y terrenos de investigación a los que he ido llegando estos años. Aunque puedan parecer temas aislados, tienen varios nexos en común. Todas las prácticas y discursos relacionales que estudiamos son formas que se inscriben en el fenómeno de la sexo-afectividad y que pongamos el foco en el análisis de las formas y discursos "femeninos" o "masculinos" supone poner el foco en lo mismo, en la perspectiva de género y la mirada feminista. Asimismo, todos los fenómenos que hemos traído y analizado tienen lugar en una etapa postmoderna que influye y disemina sus presupuestos en la manera de comprender el mundo de las relaciones afectivo-sexuales que aquí nos encontramos estudiando. Esta tesis doctoral supone un acercamiento al estudio del fenómeno de la afectivo-sexualidad con perspectiva de género. Este acercamiento lo hacemos desde el considerar las relaciones afectivo-sexuales, sus discursos y sus prácticas afectadas por una etapa postmoderna -en la que tienen lugar- que se presenta como un fenómeno con características liminales y, por tanto, atravesada por condicionantes sociales que posibilitan la presencia simultánea de discursos y prácticas afectivo-sexuales diversas y, a su vez, se crean las condiciones propicias para que emerjan nuevos discursos y formas en lo que a las relaciones afectivo-sexuales se refiere. Este acercamiento lo llevamos a cabo a través del estudio de

materiales audiovisuales y textuales diversos y el desarrollo de encuestas para los objetivos propios de la investigación. Se emplean a su vez diversas metodologías que abarcan desde las técnicas cualitativas del análisis discursivo (repertorios interpretativos y actos de habla), el análisis categorial temático y la teoría fundamentada, así como los métodos estadísticos de la investigación cuantitativa.

Partiendo de la consideración de la etapa postmoderna como una etapa en estado de conformación que supone -inicialmente- dejar atrás la etapa moderna y romántica, hemos querido estudiar cuáles son las formas afectivo-sexuales que tienen lugar en esta etapa: aquellas que pudieran pertenecer a los viejos órdenes modernos y románticos y aquellas que pudieran emerger como consecuencia del proceso de consolidación de la etapa postmoderna. Asimismo, este proceso hemos querido llevarlo a cabo atendiendo a la interrelación que guardan cada una de estas formas o consideraciones relacionales con el género. Por ello el análisis de género ocupa un lugar central y transversal a lo largo de este trabajo.

2. ESTADO DEL ARTE

2.1 De lo romántico a la moderno

Podríamos situar el nacimiento del amor romántico en la Edad Media, cuando la religión católica comienza a regir las relaciones de pareja (amorosas y sexuales), reprimiendo los placeres sexuales (Flandrin, 1981). Aparece entonces el llamado “amor cortés”, entre cuyas normas se observa el sufrimiento, la fidelidad, la monogamia, el adulterio no consumado... (García Gual, 1982). En la Edad Contemporánea, cuando el romanticismo llega a su punto más álgido, se produce una vinculación de los conceptos de amor romántico, matrimonio y sexualidad. Aparece el matrimonio como elección libre basada en el enamoramiento y se establece el amor romántico como algo mayoritario, aceptándose la expectativa social de mantener la pasión (romántica y erótica) por una misma persona durante toda la vida, así como la fidelidad sexual hacia la misma (Yela, 2000). Con el término "romanticismo"-que al comienzo se refería a la novela caballerescas, rica en aventuras y amores- se hace referencia al movimiento filosófico, literario y artístico que tuvo su comienzo en Alemania en los últimos años del siglo XVIII

(Abbagnano, 1994b). El vocabulario de los sentimientos morales, la solidaridad y el goce interior deriva en buena medida de una concepción romántica del yo, la cual alcanzó su apogeo en el siglo XIX y sigue vigente ahora (Gergen, 1991, 42 y Abbagnano, 1994b). A comienzos del siglo XX el amor romántico deja de concebirse como una especie de “altar” ante el cual los enamorados se “consagraban” mediante un culto entendido en términos cristianos (Illouz, 2009, 26). La visión romántica atribuye a cada individuo rasgos de personalidad como la pasión, alma, creatividad, temple moral... reconoce a los individuos románticos como un misterio, con una esencia vital indescifrable (Gergen, 1991, 77). El significado común del término “romántico” se refiere a “sentimental” y deriva de una de las consideraciones características del movimiento romántico: atribuir al sentimiento un valor en sí mismo y tratarlo como una categoría espiritual, que la antigüedad (neo)clásica había despreciado o ignorado (Abbagnano, 1994b). La mayoría de estas sociedades premodernas concebían el amor romántico como una fuerza que subvertía y, por tanto, atentaba contra el orden moral y jurídico (Goode, 1968). El romanticismo implicaba una revuelta contra los límites de la razón. Los románticos exaltaban los sentimientos en un intento apasionado de lograr una unión absoluta con la naturaleza (Bueno Matos y Martí Orriols, 2009).

El amor romántico prioriza los sentimientos en detrimento de los intereses sociales y económicos; el altruismo por encima del beneficio monetario (Illouz, 2009, 29). En el periodo romántico, una persona podía construir su vida en torno al “amor verdadero” o a una “pasión ardiente”, pero con la llegada del periodo moderno se comenzó a dudar de cualquier expresión que proviniera de “lo profundo”. En el discurso del amor romántico, la persona que amamos y con la cual nos sentimos unidos es única e irremplazable. El amor romántico es irracional, gratuito, privado... en lugar de racional, lucrativo, público... Se trata de un amor romántico que parece evadir las consideraciones tradicionales según las cuales se concibe el capitalismo (Illouz, 2009, 19). Asimismo, es cierto que mucho antes de que surgiese el individualismo posesivo del capitalismo industrial y comercial, el amor romántico se rendía ante el individualismo moral, que acabó convirtiéndose en un valor de suma importancia para el capitalismo (Lantz, 1982; MacFarlane, 1987).

Podríamos situar el comienzo de la razón moderna entre los siglos XVII y XVIII, aunque su auge recaiga en el siglo XX. El punto de inflexión que determina el inicio de la modernidad viene marcado por el incesante intento por justificar todo conocimiento desde

la propia conciencia (Bueno Matos y Martí Orriols, 2009). René Descartes es considerado padre de la filosofía moderna. Sitúa al racionalismo en el centro de su trabajo, en el que Leibniz y Spinoza seguirán sus pasos. Su confianza en la razón no conoce límites y, para los racionalistas, todo puede ser alcanzado y todo puede ser descubierto. De este modo, Descartes afirmó que a través de los razonamientos deductivos no existe verdad que no pueda ser descubierta por la razón (Bueno Matos y Martí Orriols, 2009). Esta razón se establece como fuente principal de conocimiento y criterio seguro de la verdad (Descartes, 1637/2004). Con la razón moderna comienza a dudarse de todo conocimiento, sobre todo de aquel que proviene de los sentidos, ya que no se puede llegar a una verdad definitiva a través de ellos y de la experiencia, lo que nos conduciría a creencias equivocadas (Descartes, 1637/2004).

Como ya hemos indicado, el primer gran sistematizador de la filosofía de los tiempos modernos fue Descartes. Luego le siguieron Spinoza y Leibniz, Locke y Berkeley, Hume y Kant...” (Gaarder, 1991/ 2012). Pensadores de la “Ilustración” que asignaron en el siglo XVIII un papel primordial al poder de observación del individuo, a su capacidad de discernir la verdad y decidir la acción siempre más apropiada (Gergen, 1991, 43). Este “hombre ilustrado” aspira a alejarse de los vínculos de la tradición y de la autoridad y se basa exclusivamente sobre las lógicas de la razón, en el saber universal, al que no debe escapar aspecto alguno de la realidad (Prieto, 2010).

Durante el periodo de la “Ilustración”, el amor fue a menudo considerado una cuestión de galantería cortés y de conquista estratégica para las clases pudientes (Gergen, 1991, 44). Hacia finales del siglo XIX el movimiento romántico empieza a disiparse. Estos embelesos románticos resultaban una compañía poco congruente para la expansión mercantil del mundo occidental. De este modo, la visión romántica de la persona fue desplazada por el auge de la producción en masa (Gergen, 1991, 53). Para la modernidad, el amor se convierte en una cantidad y es cuantificable (Gergen, 1991, 243). La “muerte” del romanticismo puede atribuirse en buena medida al surgimiento de la visión moderna, la cual trajo consigo una vuelta al vocabulario de la ilustración, donde razón y observación dominaban como protagonistas hegemónicas en la mente humana (Gergen, 1991, 312). El discurso de la modernidad enarbola y afirma la autorreferencialidad del sujeto pensante, y lo sitúa como fuente exclusiva de toda certeza (Prieto, 2010). Este discurso sobre el “yo” sustentó la creencia en una identidad y coherencia personales. Para la concepción moderna la gente era reconocible, comprensible y previsible (Gergen, 1991,

241). Las principales características del “yo” son cuestión de capacidad de raciocinio para desarrollar nuestros conceptos, opiniones e intenciones de manera consciente. El “interior oculto” ya no es determinante. A las personas se les aplican los poderes sistemáticos de la razón y la observación; se puede conocer cuál es su carácter, puesto que éste es reconocible, presente en el aquí y ahora y apenas envuelto en la superficie de sus acciones (Gergen, 1991, 77). Unas lógicas modernas que, como apuntaba Descartes, convierten al hombre en dueño y poseedor de la naturaleza (Abbagnano, 1994a). A diferencia de los románticos – quienes, como hemos visto, exaltaban los sentimientos para lograr una unión absoluta con la naturaleza (Bueno Matos y Martí Orriols, 2009) - para los modernos, la primera cosa por someter y de la cual apoderarse era la naturaleza en su conjunto. La conexión entre el hombre moderno y la naturaleza deja de ser la mera contemplación y adopta el carácter activo del dominio (Prieto, 2010).

El lema de la Ilustración y sus principios modernos es “¡Sapere aude! ¡Ten el valor de servirte de tu propia razón!”. De este lema se desprenden consideraciones que reniegan del valor de la interdependencia, a la cual denominan “incapacidad” y que propugnan el camino de la autosuficiencia, a la cual denominan “inteligencia”. Esta incapacidad vendría causada por el hecho de depender del otro, por la falta de decisión y valor para “servirte por ti mismo de tu inteligencia sin la tutela de otro” (Kant, 1784/2009). Para la lógica de la modernidad, el ser humano ideal era alguien que confiaba en sí mismo, impulsado por sus propias motivaciones y dirigido desde su propio ser (Gergen, 1991, 312).

Antes de pasar al próximo apartado, nos gustaría terminar trayendo a colación la reflexión de Gergen (1991, 287): sobre lo que aquí hemos venido versando “La batalla entre romanticismo y modernismo lleva a un callejón sin salida: el primero proporciona valores no fundamentales; el segundo, una lógica sin rumbo”

2.2 The postmodern sex affectivity as a liminal process

Arnold Van Gennep (1909/1960), in his ethnographic studies about the regularity and significance of the rituals attached to the transitional stages in people’s life, defined rites of passage as rites that accompany every change of place, state, and social position. In addition, he showed that all rites of passage or ‘transition’ are marked by three phases: separation (Preliminal), margin (Liminal), and aggregation or incorporation

(Postliminal). He defined liminal opportunities as temporary phases of transition people undergo, as they move among different types of order, position, or identity. These rites of margin (liminals) sometimes acquire certain autonomy, in the *sense of* both aggregation phase and separation phase taking place gradually before consolidation. George H. Mead (1932/1980) in *The philosophy of the present* uses the term *Sociality*, to refer to the phase of adjustment during a passage from a system that is now in the past to a system in the process of formation; sociality is the capacity of being several things at once. As Stenner (2017) shows about Mead's term *Sociality*, he emphasises sociality-as-passage between at least two different social systems, paying attention precisely to the event of transformation as its occurrence and that manner before the new order has settled. In this new order, a novel event must exist for a time in a liminal condition when it is simultaneously part of the old order from which it emerged and the new order declared by its arrival. Donald W. Winnicott (1953) describes the liminal phase as a *resting-place*, an intermediate area of experiencing, to which inner reality and external life both contribute, an area which is 'both inner and outer, and yet it is also neither inner nor outer'. Victor Turner (1969) in *Liminality and Communitas* argued that a person in liminality must be a "tabula rasa" on which is inscribed the knowledge and wisdom of the group, in those respects that belong to the new status. Giorgio Agamben (1998) refers to the 'tabula rasa' concept through the term 'bare body', as a necessary preliminary passage before 'dress' this 'social unclad' with the characteristics of the new role. Likewise, Zygmunt Bauman (2003:188) through Agier's (2002) work – about refugee camps – makes reference to these ancient identities that remain behind to the 'tabula rasa' and 'bare body' phenomena, as 'zombies', which roam aimlessly. Bauman shows us that in this 'zombie' stage, even the more positive and prominent characteristics from their ancient identities turn into disadvantages that drag out the search for a new identity. This phenomenon retards the assumption of a new situation and the recognition that this state is permanent.

Turner maintains the scheme (three phases) of Van Gennep's (1909/1960) *rites de passage*. Regarding the stable side of the distinction, Turner (1969) calls it *structure* and the liminal side *anti-structure*. This liminal side for Turner follows a logic of the *betwixt and between*. Turner (1969) talks about two main types of liminal experiences: On one hand, rituals of status elevation – a transition from a lower to a higher position. These rituals are almost always associated with life crisis rites. On the other hand, rituals of

status reversal, people who habitually occupy low status positions in the social structure are positively enjoined to exercise ritual authority over their superiors. These rituals are almost always associated with calendrical rites. Also, Turner (1969) argued that liminality implies that the superior (in terms of power relations) could not be superior unless the inferior existed, and he who is superior must experience what it is like to be inferior. As Stenner (2017) shows us, Williams (1977) used the concept structure of feeling to guide his analysis of significant but subtle socio-cultural transformations, where social experience remains liminal and ‘in solution’, and in these moments one are ‘at once all powerful and powerless’, situations, which enable the precarious emergence of novel forms. Deleuze and Guattari (1980) used the term *becomings* to refer to liminal experiences. Agamben (1998) makes reference to the liminal phase as an ‘intermezzo’, which divides two different moments of the vital area. In sum, Paul Stenner (2017) defines liminal experiences as circumstances that happen during occasions of significant transition, passage, or disruption. Besides, he adds that humans experienced liminality when the forms of process (socio-psycho-organic-physical) that usually sustain, enable, and compose our lives are, for some reason, disrupted, interrupted, transformed, or suspended.

Árpád Szakolczai (2000) coins the term ‘permanent liminality’ to refer an event that takes place when what was considered normal until then and is taken for granted in our life is temporally suspended and becomes permanent. As it never ends, it even produces a sense of unreality in everyday life. Moreover, authors like Michel Agier (2002) made reference to the ontology of the term. Agier – in his studies about refugee camps – emphasises ‘the permanence of transitoriness and the durability of the transient, as an insertion into the flow of life without an anchor of a social role’. Thus, Bauman (2003), tells us about a ‘frozen transience’, a hard-wearing state of temporality in process. A duration is made of snippets of moments, none living as something perpetual. As Szakolczai (2017) shows, the value of the permanent liminality is basically negative: it exhausts the strength of the people involved, persisting even when their resources are consumed. Under this situation, none can actually win: the change of the until then ‘taken for granted’ is produced swiftly and any attempt to make it into something stable and become accustomed to this new situation becomes impossible (Szakolczai, 2017).

The liminal phenomenon is characterised by noticeable uncertainty, ambivalence, and stress, in which a person feels ‘caught suspended’ in limbo between not to be or to be in

the transition phase yet, and this event is known as *liminal hotspot* (Paul Stenner, Monica Greco, Johanna Motzkau, 2017). As these authors show:

A liminal hotspot does not refer to an observable object: it is a happening, rather than a thing; an event, rather than an entity, and by dynamics of paradox, paralysis, and polarization, but they also intensify the potential for pattern shift (Paul Stenner, Monica Greco, Johanna Motzkau, 2017).

Arpad Szokolczai (2009) recognises that the study of the liminality phenomenon has been usually related to anthropological studies, and in particular, focused on the study of specific rites of passage in specific tribal communities, and consequently, he asks the following question: How can its use (of the liminality phenomenon) be extended to real-world large-scale situations? Presently, the liminality phenomenon is being used in relation with a wide range of events and processes. In this work, we have focused on the phenomenon of affective-sexual relationships. We understood this phenomenon as a process affected by transitional events in the middle of a liminal experience where there are discourses and ways of understanding the sexual-affective relationships originally opposed, which coexist and enter into conflict between them. In addition, in this process emerges new speeches and types of sexual affective relationships.

The social saturation has questioned the consolidated agreement about the beliefs in good and true (Gergen, 1991:13), through a colonisation of the self process is reflected a fusion of diverse identities that are presented in a multiphrenic state, in which, people start to experience a bewilderment of the unlimited multiplicity (Gergen, 1991:80). Thus, the previous traditional romantic and modern conceptions about the relationships and autonomous self are suppressed. The way in which sexual-affective relationships are understood is subverted; thus, the conditions are fulfilled for the emergence of new forms of interrelate ourselves in a sexual-affectively way, in the context of the coming of postmodernism. ‘The wide circulation of this postmodern consciousness entails a suppression of the individual’s reason, authority and agreement, his definition as person...’ (Gergen, 1991:312).

Even though the coming of postmodernism provides us a multiplicity of languages and ways to link ourselves, there are several modern effects – which have imbued the way of understanding relationships and the self – that have been developing until they materialise

as hegemonic, authentic, and desirable models in our postmodern days. One of these effects that constitutes a foundational characteristic of the modern individual is the vertical logic described by Cavarero (2014), when he speaks about this modern individual, self-sufficient, who never falls apart, always straight, independent, and free of any constraints. Another of the logics that has capitalised the way we understand the world around us is how it was organised based on the ‘modernity’s machine metaphor’. In this way, and how Velasco (2016) shows us, society and human beings became conceived as ordered systems with mechanics components, and hence, subject to deductive reasonings and stable rules. The importance that occupies the machine metaphor and, therefore, the internalisation of the neoliberal hegemonic discourse is cause-and-effect of an enormous damage in human relationships and in the culture of care (Pié, 2019:37). David McClelland and David Winter (1969) made reference to this machine model half a century ago, through which it is defended that the economic prosperity of a country is mainly due to personalities characterised by a high-performance motivation. The philosopher Byung-Chul Han (2015) uses the terms ‘performance society’ and ‘imperative of performance’ to refer to how ‘society is characterised by the positive modal verb to *can* without limits. The projects, initiatives and motivation replace the prohibition, order and law’. Living in the fiction of ‘yes I can’ permanently entails a loneliness that pretends to be freedom, an attempt to erase negativity in existence (Pié, 2019:32–33).

In these last two decades, Bauman’s work has focused on the liquid modernity, a postmodern movement which subvert the modern project and the romantic conceptions. In this liquid modernity, consumption becomes the focus and emerges in an intersectional way being suitable to numerous contexts beyond the sexual-affective relationships on which this work is focused. In this liquid modernity, the consumer market and his consumerist way of life, treats other human beings as objects of consumption, more and less valid according to the quantity of pleasure they can provide in terms of cost-benefit (Bauman, 2003:104). From this reasoning about cost-benefit is derived an instrumental logic (Mèlich, 2006:31), which wants to calculate and make profitable everything, which does not tolerate uncertainty. In a logic that considers everything according to the relation of means-ends, everything has to be calculable, expected, and reduced to its minimum expression.

Max Weber (1993:190) from his narrative of rationalisation, shows how a person assesses, calculates in advance, with a diverse degree of probability, the necessary means for his purpose, and the chances of success for this behaviour. Likewise, he shows how this is applied not only to the organisation's structure but also to the structure of personality, orienting towards calculation, control, and predictability. In the society of consumers, interpersonal relationships are constituted in the image and likeness of the relations established between consumers and objects of consumption. Hence, we are at the same time those who promote the product and the product promoted; the labour force must be always in optimal condition to draw the eye of potential consumers (Bauman, 2007). In the society of consumption, impregnated by the capitalist system, people are transformed into agents and entities of consumption. Marcuse (1963) showed that a capitalist model leaves subdued the desire for rigid laws of productivity. This entails that love is conceived in the same modern terms as capitalist exchange relationships (Fromm, 1956). From this liquid society, it is deduced that consumption is the social agreement that arises to restructure human desires, passions, and wishes as the main impulse of strength and operations in society. Desires, passions, and wishes are characteristics from the liquid modernity, based on the seeking of immediate satisfaction of these necessities (Bauman, 2007). From this society governed by a market economy, emerges the 'homo economicus' and the 'homo consumens', men and women who are solitary, self-referential, concerned only about themselves, without social commitments, in short, ideal members for the market economy (Bauman, 2003:96–97). In addition, the established relational links must remain weak in order to untie them. That is, people establish bonds shaped by people who are desperate to be related, but at the same time, they are constantly afraid to be related, especially when it comes to being forever or eternally. They fear the burden that could suppose this state in which they feel neither capable nor eager to support, besides, this state could restrict the liberty they need in order to relate to others (Bauman, 2003). From the hegemony of market logics, emerges a modern metaphysic where the subject is theorised from an apology of the self-sufficient, which contemplates any form of interdependence as a weakness (Pié, 2019:13) and thus, outside the margins of the market logics. As Silvia Gil (2013) shows us, this way to conceive of relationships produces a phenomenon of 'common precariat', which emerges from the omnipotent narrative of the self-sufficient in contemporary capitalism. This maintains that life is an individual journey, not a shared one. Thus, the modern couple has become a 'working

team', and it has assumed the principles and reasonings of economic capitalist relations (Illouz, 2009:25).

In this society imbued by capitalist and market logics, it is worth bringing up Bourdieu's words: he argues that consumption is 'denied'; it is not recognised as such. Therefore, people are not conscious of the consumerist character of their own practices, then, it reproduces (unconsciously) the capitalist order.

In relation to what we are discussing here, it is important to mention Gergen's words:

When the subject rationalises his acts according to his profits and losses, the vision of the collective public good disappears. As individualism is gaining ground, social life begins to resemble to the situation described by Hobbes: in a struggle involving everyone against everyone else (1991:326)

Despite the area occupied by capitalist and market logics – as a way of understanding sexual-affective relationships in our postmodern days – the rites of romance and, thus, the romantic utopia coexist with the experience of this more rational, utilitarian, and laborious love, influenced by capitalist discourse (Illouz, 2009:29). In this way, the sexual-affective attitudes draw at the same time from two widespread as well as opposed languages: Hedonist and labour discipline speech (ibid). The work ethic that dominated and allowed the huge capitalist model of production has come into conflict nowadays with the hedonism that characterises the consumerist sphere (Bell, 1976). Likewise, we are not denying that the entirety of romantic practices and considerations have been absorbed by the market. Simply, as Gergen (1991:101) points out, the beliefs about 'true love' remain standing, but as the social word becomes increasingly saturated, these relations become unrealistic. In other words, we find that the romantic postmodern formula has been merged with market and consumption culture, and this romantic self can release impulses oriented to living the moment to his maximum power (Illouz, 2009: 124,131). Postmodern culture has witnessed the collapse of the eternal and omnipresent romantic stories, which has been reduced to a shorter and more repeatable format: the crush form (Illouz, 2009:232).

Kenneth Gergen (1991) points out that these experiences of variation and contradiction are preliminary effects of social saturation and, thus, the possibility of a passionate romanticism or a strong and univocal modernism is reduced, and the way is open for the

postmodern being. The postmodern revolution poses a challenge to the self-sufficient concept and promotes a relational self at the expense of individual self. Therefore, the individual concept is questioned as a centre of knowledge, as owner of a rationality, who decides, creates... (Gergen, 1991:216).

The current model of romance divests its members of any social role and field defined because it puts them in a liminal space of nature (Illouz, 2009:138). In this way, in the postmodern period, individuals who participate in and identify themselves with these romantic considerations, remain absorbed in the phenomena described before as *tabula rasa* (Turner, 1969), bare body (Agamben, 1998). and Zombies (Bauman, 2003). The utopian dimension of romance in a postmodern period has as a main idea this simultaneous negation and affirmation of consumption (Illouz, 2009:142).

These experiences of contradiction and coexistence of speeches and assumptions that are initially opposed send us to a liminal phenomenon that seems to become permanent, as Szakolczai (2000) and Agier (2002) show. These opposed experiences live together in a postmodern stage in which, bringing up the words of George H. Mead (1932/1980), it seems to have 'the capacity of being several things at once', a sociality in which romantic and consumerist speech coexist – initiated in modernism – and the right conditions are created, which facilitate the emergence of new ways of relating ourselves. These new ways of relationships could have their origin in the postmodern coming, or at least have been recovered from a period previous to romantic and modern colonisation.

When we discuss about the disruptive position and, consequently, the usually negative value of permanent liminality, we bring up the words of Hilary Lawson (1985) about how the postmodern period entails a crisis of our truths, our principles, and the beliefs we esteem. This crisis owes its origins, its need, and its strength to reflexivity.

The conditions that the postmodern stage creates, entails the emergence of new ways of relating ourselves to others and understanding the world around us. We refer above all to the emergence of non-normative relationships, consensual, non-monogamy. Initially, we could consider that practices come into conflict with the romantic discourse – the essential building block of monogamy – and with the modern and current consumerist discourse. This latest delves into the logics of efficiency, which promotes autonomy and self-profit, at the expense of care and humanising practices. In this way, we could consider that part of the postmodern revolution takes place, establishing a moral economy at the expense of the strengths of the consumer market. A *communitas* (Turner, 1969) in which comes first this moral economy focuses on care, mutual support, weaving a web of human

commitment, adjusting and improving the human bonds, and sharing the responsibility for the fate and well-being of everyone. Therefore, this postmodern revolution that Gergen (1991) talks about, passes through generate practices and speeches against the ‘necropolitics’ (Valverde, 2015) – to which the logic of capital has led us- which considers life as the object of calculus and profitabilities, blaming people to be unprofitable in their own situation and to be a burden on society. As Asun Pié (2019) suggests, it is necessarily a politicisation of vulnerability that entails a generation of networks of interdependence and resistance as well as the need to position the care in the centre of this politicisation. Furthermore, we are not considering that consensual non-monogamous relationships are the answer to this call per se.

Paraphrasing Kollontai (1976), we could consider that a change in the formal or external ties that unite a couple does not mean to ‘wipe out in one act’ modern logics and romantic considerations – maintained by a patriarchal system – that during decades have built and validated a way of understanding the relational dynamics, promoting some at the expense of others. That is why, and this time paraphrasing the researcher Marcela Lagarde (2001), that revolution is not, in an intrinsic manner, in the mere way of the relationships and, thus, introducing a new person in the relationship or agreeing to maintain an open or polyamorous relationship, does not entail a deconstruction of the consumerist and romantic considerations and practices per se. Revolution resides in that men and women who relate to each other in ways that are opposite to the romantic monogamous or postmodern consumerist norm, adopt not only contra normative practices, but also a discourse and some experiences that are opposed to romantic considerations and especially market and consumerist logics that have become hegemonic in our day. A postmodern revolution that, as Gergen (1991) already said, entails a challenge to the concept of autonomous self that, although mostly associated with the modern model, the romantic tradition also emphasised it.

2.3 Amor, posmodernidad y perspectiva de género

En este trabajo hemos incorporado la perspectiva de género, por la cual comprendemos las masculinidades y las feminidades como constructos basados en normas sociales, culturales y contextuales, que se sustentan en unas prácticas y roles diferenciados, que organizan y califican una masculinidad y una feminidad como modelos deseables y

hegemónicos, en detrimento de otros modelos alternativos. Adoptamos la perspectiva del sistema de dualismos masculino/femenino (Bartky, 1990; Bourdieu, 1998/2001; Coral-Díaz, 2010; Olsen, 2000; Smart, 2000). En cada par de este dualismo, el término identificado como masculino es situado como superior, mientras que el otro es considerado como negativo, corrupto o inferior (Olsen, 2000). La experiencia femenina ha sido jerarquizada y dominada en este binomio polarizado sujeto masculino neutro/feminidad. Las mujeres se convierten en lo que los hombres no son en el entramado occidental del dualismo (Coral-Díaz, 2010). Sandra Lee Bartky (1990) emplea el término “objetivación sexual” al referirse a la definición de una persona por sus partes o funciones sexuales, al separarlas del resto de su personalidad, cosa que conlleva que se las aísle del todo y se las reduzca a instrumentos que representan al sujeto dominado. Siguiendo esta misma línea de la corporeidad como sustentadora de este dualismo diferenciado y jerarquizado, Carol Smart (2000) sostiene que la mujer, además de constituir uno de los lados de la diferenciación binaria anterior, representa el dualismo. En el imaginario social, la mujer prostituida representa lo que no tiene que ser una mujer decente, pues una mujer decente es sexualmente propiedad de un único hombre y no de todos. Pero con ello envía un mensaje al resto de mujeres, al afirmar lo que deben ser, en el sentido de que no pueden desafiar el papel asignado -por el patriarcado- en tanto seres sexuales (Cobo, 2017). Pierre Bourdieu (1998/2001) continúa en esta línea y sostiene que las construcciones sobre masculinidad y feminidad se escriben sobre el cuerpo que, de alguna manera, está relacionado con la forma como se ha propuesto el uso de la fuerza. Un ejemplo de ello sería hablar de la fuerza superior de la masculinidad, frente a la fragilidad física y emocional femenina. El patriarcado ensalza lo masculino como punto de referencia y como vara de medida universal, (Irigaray, 1984). Por tanto, la cultura masculina obtiene su autonomía de los procesos sociales por los cuales lo femenino se invalida o supedita a los valores masculinos (*ibid*). Es preciso tener en cuenta que no se puede develar la esencia de la masculinidad o la feminidad. Lo único que se pueden resaltar son representaciones. De este modo, pocas décadas atrás rara vez se oía la expresión “un hombre de verdad”, esta afirmación no era cuestionada y no se debatía (Kauffman, 1986). La historia de los hombres y las mujeres nos ha mostrado que no existe una naturaleza humana dada e inmutable, pero sí un carácter que se construye a través de la estructura social y la conciencia colectiva (De Miguel, 2015). En nuestro estudio, es un aspecto central del análisis la perspectiva de género y los valores patriarcales que fomentan las formas románticas. Simone de Beauvoir (1949/1969, p. 407) recoge que a

la mujer todo la incita a dejarse sitiar y dominar por existencias extrañas y, singularmente en el amor, se niega en vez de afirmarse. Anna Jónnasdóttir (1996) sostiene que la organización social del amor es la base del patriarcado occidental contemporáneo y que la mujer para ser una persona necesita amar y ser amada para habilitarse socio-existencialmente. Bell Hooks (2000 p.37) nos presenta el desamor como una preocupación colectiva para las mujeres, “como muchas mujeres creen que nunca conocerán un amor pleno, se disponen a conformarse con estrategias que alivien el dolor y acrecienten la paz, el placer y la alegría en sus relaciones existentes, en especial las sentimentales”. Rosa María Medina-Doménech (2012) sostiene que el amor, al ser tema de trabajo de hombres, se convierte en política emocional que somete a las mujeres. En ese espacio, las mujeres quedaban presas de las normativas del amor. La misma Rosa María Medina-Doménech (2012) y Estíbaliz De Miguel (2017), nos presentan, por otro lado, el papel del amor en contextos adversos como la posguerra o la prisión, respectivamente, donde adquiere una función de liberación, entendiéndose en sentido metafórico. Respecto al proceso de socialización diferencial, Mary Wollstonecraft (1792) condenaba la educación que se daba a las mujeres, pues las hacía “más artificiales y débiles de carácter de lo que de otra forma podrían haber sido” y porque deformaba sus valores con “nociones equivocadas de la excelencia femenina”. Siguiendo en la misma línea de la socialización diferencial, Simone de Beauvoir (1949/1969) lo expresó así:

Ya hemos visto que, en verdad, toda su educación conspira para negarle los caminos de la aventura y la revuelta; la sociedad entera —empezando por sus respetados padres— le miente al enarbolar el excelso valor del amor, de la devoción y la abnegación, y al ocultarle que ni el esposo, ni el amante ni los hijos estarán dispuestos a soportar su embarazosa carga. Acepta ella alegremente dichas mentiras, porque la invitan a seguir la pendiente de lo fácil [...] y ella se abandona de buen grado, contando con el amor, la protección, la ayuda y la dirección de otro. (De Beauvoir, 1949/1969, p. 411)

Mediante el proceso de socialización en el amor se atribuyen roles y expectativas distintas en función del género (Esteban y Távora, 2008; Gil y Lloret, 2007; Pujal, 2007). Asimismo, Mari Luz Esteban y Ana Távora (2008) sostienen que el amor romántico supone la subordinación de las mujeres. Como afirman Jenny Cubells y Andrea Calsamiglia (2015):

El repertorio del amor romántico orienta las formas adecuadas (normativas) de sentir, pensar y actuar, favoreciendo las relaciones heterosexuales, románticas, monógamas y duraderas. Así, genera subjetividades convenientes para la reproducción y mantenimiento del heteropatriarcado. (Cubells y Calsamiglia, 2015, p. 1692)

Como hemos visto, en contraposición al discurso romántico surgió el moderno, con sus lógicas y su particular manera de comprender el mundo y las relaciones que en este tienen lugar. Es imprescindible tener en cuenta que del mismo modo que los procesos de socialización en el amor romántico y sus pautas se inscribieron en la mente y cuerpo de hombres y mujeres de manera diferencial, las concepciones modernas y sus pautas se inscribieron, asimismo, de manera diferencial en función del género. De esta manera, y como recoge Kenneth Gergen (1991: 202) “si el modernismo tuvo héroes masculinos de algún tipo, su retrato se aproximó a este: realistas, incorruptibles, taciturnos, aunque capaces de emocionarse una vez concluido el asunto que traían entre manos”. La manera en la que se configura la identidad masculina y femenina parte de la idea hegemónica actual posmoderna que, como recoge Amaia Pérez (2014), crea una distinción entre vida humana y naturaleza, identifica los valores asociados a la masculinidad con lo propiamente humano, impone un sueño inalcanzable de autosuficiencia y asocia “bienestar” con consumo mercantil en crecimiento y progreso permanente. En contraposición, la vulnerabilidad se asocia al mundo de la naturaleza y la animalidad. Algo, por lo tanto, que se debe dominar y superar (Pié, 2019:25). Asimismo, la vulnerabilidad quedará asociada al mundo del cuerpo, la enfermedad, la debilidad, la feminidad... Y, por tanto, la mujer es quien asume los cuidados de esta vida y el hombre está destinado a realizar actividades culturales consideradas como superiores (*ibid*). Es, pues, un hombre adulto que no cuida ni es cuidado (Irigaray, 1984). De este modo, el sistema socioeconómico está pensado para sujetos que no tienen necesidades propias de cuidados, ni responsabilidades sobre los cuidados ajenos (Pérez, 2014). El capitalismo patriarcal impone como objetivo vital de trascendencia la autosuficiencia masculina -como sujeto privilegiado que se vale por sí mismo, bajo la promesa de que todo se puede lograr si uno se esfuerza lo suficiente- frente a la dependencia femenina (*ibid*). Y, por tanto, el problema reside en una ausencia de reciprocidad en las relaciones entre los géneros: para los hombres el objetivo de su vida nunca es el amor, es desarrollar su individualidad (De

Miguel, 2015). Autoras como Ana de Miguel (2015) hacen hincapié en que la mayoría de los autores que han estudiado el establecimiento de los vínculos en la sociedad posmoderna no tienen una perspectiva de género e ignoran la visión específica de las mujeres, quienes experimentan una continua decepción en sus relaciones y falta de reciprocidad entre lo que aportan y lo que reciben. Una sociedad posmoderna que - como etapa liminal inestable y en constante cambio – implica que la masculinidad - y la feminidad- sean desafiadas, lo que pone en cuestión aquello que hasta entonces era dado por sentado sobre ellas (Firnhaber, Greenwood and Quayle 2019). Esto significa que, como veremos en el siguiente apartado, los hombres se vean inmersos en un debate interno entre lo tradicional y lo nuevo, entre la herencia histórica y las demandas de cambio por parte de la sociedad (García, 2015), entre los marcadores de la masculinidad tradicional -contradictorios entre sí- de la naturaleza irracional de la sexualidad masculina y la razón y la objetividad de la sexualidad masculina; entre el instinto animal y el yo guiado por las lógicas neoliberales y de mercado.

Al haberse hecho referencia al género tanto en relación con las consideraciones románticas como con las modernas, nos gustaría terminar este apartado con la siguiente reflexión:

“¿Es de algún modo "preferible" que ciertos sujetos (como las familias) ejerzan restricciones directas sobre otros (como las mujeres) o que las fuerzas del mercado, invisibles y más omnipotentes, ejerzan restricciones indirectas mediante los bienes de consumo? (Illouz, 2009: 199)”

La sexo-afectividad masculina. Entre lo irracional y lo racional. Entre naturaleza y economías de mercado.

El fenómeno de la seducción, junto al *gamergate*, la derecha alternativa (*the alt-right*) y el movimiento por los derechos de los hombres (*men's rights activism*) configuran lo que se conoce como la *manosphere* (Ging 2017; Schmitz & Kazyak 2016): comunidades compuestas por un gran número de grupos y organizaciones interconectadas, blogs, foros, subculturas... que comparten un mismo discurso y posicionamiento ideológico (Nagle, 2015). Estas comunidades de la cultura occidental basan sus principios en los fundamentos del antifeminismo (Jane, 2017) y en ellas surgen nuevas masculinidades híbridas colmadas de victimismo y reivindicaciones por los derechos de los hombres

(Ging, 2017). El discurso transversal de estas comunidades se fundamenta en la filosofía de la píldora roja (*the red pill*), la cual hace referencia a la película *The Matrix*. Ésta liberará a los hombres del feminismo, el cual consideran un movimiento que conlleva un lavado de cerebro “misándrico”. La filosofía de la píldora roja es tanto una expresión de la masculinidad hegemónica como un fenómeno que integra de manera explícita los discursos propios de las teorías económicas neoliberales y los discursos científicistas de la psicología evolutiva en las estrategias de seducción (Van Valkenburgh, 2018).

Investigaciones recientes muestran cómo los maestros de la seducción se han apropiado de conceptos de la psicología evolutiva (PE) y la diferenciación sexual, a través de los cuales justifican y legitiman las pautas y principios que promueven, mostrando a hombres y mujeres como seres genéticamente programados, con funciones y comportamientos diferenciados (Baker, 2013; O’Neill 2018; Van Valkenburgh, 2018; Sánchez-Sicilia, 2020). Asimismo, la PE proporciona una racionalización científica de la masculinidad hegemónica, estrechamente relacionada con la sexualidad genital, relaciones sexuales de alta intensidad, pero bajas emociones, compulsividad sexual, una búsqueda constante de la independencia emocional, e incluso rabia y violencia manifiesta (McCaughey, 2008).

Términos como el que acuñaron los etólogos Frank A. Beach y Lisbeth Jordan (1956) en sus estudios con ratas, el efecto Coolidge, o el de inversión parental de Trivers (1972), entre otros, han valido para construir y reproducir el discurso biologicista como variable explicativa en lo que a la sexualidad de hombres y mujeres respecta. Estos autores hacen hincapié en la existencia de una naturaleza sexual del hombre que conlleva la necesidad de mantener relaciones sexuales variadas y abundantes con otras mujeres. Los autores biologicistas defienden la existencia de ciertas disposiciones programadas en nuestros genes respecto al galanteo. Defienden la existencia de algunos movimientos corporales similares de flirteo en varones y mujeres en varias culturas y grupos estudiados (Morris, 1980; Lorenz, 1986 y Eibl-Eibesfeldt, 1993). Desde una perspectiva antropológica, el comportamiento corporal de galanteo presenta variaciones en diferentes culturas y, por tanto, lo consideran un evento particular dependiente de la cultura y no de algo universal y generalizado como se defiende desde los enfoques biologicistas (Birdwhistell, Desmots y Ramió, 1979; Scheflen y Scheflen, 1976 y Fisher, 1992). Robert Stoller (1994) sostiene que, aun considerando la tendencia sexual de los seres humanos como un impulso, es preciso señalar que esta faceta que llamamos «conducta sexual» es el fruto de un aprendizaje que comienza con la temprana socialización del individuo y queda

reforzado por las experiencias de adulto. Asimismo, Carlos Yela (2000), en sus trabajos sobre el amor desde la psicología social, hace un recorrido a través de los distintos autores que han estudiado las diferencias interculturales sobre el fenómeno amoroso. Encuentra que los cánones sexuales, las características que nos atraen, las pautas de seducción y noviazgo, los estilos amorosos, los criterios de elección de pareja y los rituales de vínculo varían de una cultura a otra, en función de los roles, normas sociales, valores y pautas socioculturales vigentes en cada una y rechazan así las teorías que sostienen que estas pautas vienen determinadas genéticamente.

Estudiando las relaciones de poder y los procesos de socialización en los adolescentes, Elboj et al. (2009) encuentran que, salvo alguna excepción, se siguen reproduciendo los patrones patriarcales, según los cuales los chicos líderes que ejercen dominación sobre sus compañeros y las chicas consideradas como las más guapas siguen siendo los objetivos a conseguir. Amurrio et al (2010), sostienen que la dominación masculina presente en nuestra sociedad bajo el proceso de socialización diferencial es introducida en la estructura de personalidad de hombres y mujeres en las que «chicos y chicas han interiorizado unas relaciones de género en la esfera afectiva que explican no sólo la agresividad violenta de muchos varones, sino también el amor de muchas mujeres hacia estos varones terribles». Asimismo, observan que los jóvenes plantean una relación entre iguales, pero en la mayoría de sus relaciones se dan características propias de una relación dependiente, en la que las mujeres jóvenes quieren ser protegidas y que les aporten seguridad y en la que los hombres jóvenes prefieren a mujeres atractivas y guapas para mantener relaciones sexuales. Padrós, Aubert y Melgar, (2010) encuentran que muchas chicas admiten sentirse atraídas por aquellos chicos que menosprecian a las mujeres y cuyas características se asocian al modelo tradicional de masculinidad y desvalorizan a los chicos que no siguen esta dinámica. Bajo la teoría de la socialización diferencial, Padrós, Aubert y Melgar (2010) han encontrado que aquellos que no cumplen con los mandatos de la masculinidad tradicional, chicos sensibles o solidarios, se consideran «sosos» y poco atractivos, son los amigos y no los chicos de los que quieren enamorarse. En esta misma línea, Ferrer y Bosch (2013), señalan que durante todo el proceso de socialización son muchos los mensajes recibidos por los niños y niñas, adolescentes y jóvenes en relación con los roles que deben asumir en las relaciones afectivas, lo que cada uno debe dar y espera recibir, que serían entonces variables explicativas de estos fenómenos. De este modo, los agentes socializadores, posibilitan la construcción,

mantenimiento y reproducción de discursos sobre la seducción y las prácticas sexo-afectivas.

Hall y Canterbury (2011) analizaron las estrategias de cortejo asertivas de varones heterosexuales defendidas en el libro *The Game: Penetrating the Secret Society of Pickup Artist* (Strauss, 2005) (En español salió a la venta como «El método»). Concluyeron que estas estrategias orientan el comportamiento que deben adoptar los varones para seducir a las mujeres. Son estrategias cargadas de ideologías machistas en las que a las mujeres se las veía como objetos que se pueden conquistar y manipular a través de determinadas pautas comportamentales esperadas. Gloria Rincón (2014), en su estudio sobre los roles de seducción entre los jóvenes de Bogotá, encontró que a las mujeres se les ha asignado un rol pasivo en las interacciones de seducción y tienen que permanecer sumisas, a la espera de ser cortejadas por el hombre, procurando no mostrar interés para iniciar la interacción. Esto coincide con lo observado por Sánchez-Sicilia y Cubells (2018), quienes recogen la manera en que en el proceso de conquista amorosa/sexual el hombre es mostrado como agente activo en la búsqueda sexual o de pareja, mientras la mujer es mostrada como objetivo de conquista en las prácticas románticas y un objeto de consumo en las prácticas líquidas. La seducción no solamente puede usarse como una forma de expresión del deseo, sino también como una promesa falsa, una manipulación para conseguir lo que la otra persona no haría de buenas a primeras (Royo, 2018). De este modo, se perpetúa una visión de la masculinidad como algo que se obtiene al lograr acceso sexual al cuerpo de las mujeres, mediante un proceso de seducción que se fundamenta en desequilibrios de poder, en los que necesidades y deseos masculinos son rutinariamente priorizados por delante de los de las mujeres (O'Neill, 2018). Katie Baker (2013) muestra que los hombres que participan en comunidades de seducción consideran a las mujeres como un grupo homogéneo pasivo ante el cual, «un rechazo no es una opción», insistiendo y adaptando las estrategias si fuera necesario con tal de conseguir mantener relaciones sexuales con ellas.

Al mismo tiempo que se recoge una naturaleza sexual masculina animal, impulsiva y por tanto irrefrenable que hace hincapié en la racionalidad masculina capaz de gestionar su sexualidad y dirigirla hacia las prácticas económicas y de consumo. En esta línea, Rachel O'Neill (2018), en su trabajo etnográfico con una comunidad de seducción del Reino Unido, observa cómo se perpetúa una visión de la masculinidad como algo que puede ser logrado al obtener acceso sexual al cuerpo de las mujeres, consideradas como problemas

técnicos a resolver. La seducción se basa, pues, en desequilibrios de poder donde las necesidades y los deseos de los hombres son rutinariamente priorizados por encima de los de las mujeres. Asimismo, Alejandro Sánchez-Sicilia (2020), en su trabajo sobre los manuales de seducción, recoge que a las mujeres a lo largo del material se las reduce y presenta como objetos sexuales que logran representar y dotar de identidad a los hombres, al mismo tiempo que refuerzan la virilidad y masculinidad de estos. Shawn P. Van Valkenburgh (2018) observa que las prácticas de seducción se construyen en base a lógicas de mercado, donde se crean vínculos entre los hombres al reconocer a las mujeres como mercancía intercambiable. En la misma línea O'Neill (2018) recoge que en la comunidad de seducción las relaciones íntimas se abordan de manera similar que los asuntos del trabajo, manifestándose al calificar la belleza de las conquistas sexuales y la cantidad de encuentros sexuales como marcadores de valor masculino y estatus social. De este modo, las aspiraciones de los hombres estarían centradas en la acumulación y la mejora. Sánchez-Sicilia (2020) apunta que la identidad masculina se construye a través de los paradigmas de la cantidad: el tamaño del pene, el número de parejas sexuales, la cantidad de prácticas sexuales... Asimismo, Van Valkenburgh (2018) observa como en el discurso de la seducción, las relaciones sexuales son entendidas en términos de cantidad en lugar de calidad. Por tanto, entendemos el neoliberalismo como un fenómeno inmerso en la cultura de la seducción, la sexualidad como acorde a las lógicas de mercado y a los discursos económicos. En esta línea, Jitse Schuurmans y Lee F. Monaghan (2015), en su trabajo con una comunidad de seducción de California, observaron esta consonancia con la ideología neoliberal, por la cual un hombre mantiene la creencia de que puede conquistar el éxito a través del desarrollo personal y el trabajo duro. De este modo, las prácticas de seducción como apunta Valkenburgh (2018), tendrían integrados los discursos económicos más comunes, que incluirían la meritocracia, la racionalización, la cuantificación, el intercambio de mercado... discursos que, en palabras de O'Neill (2018), promueven una lógica individualista centrada en el máximo beneficio. Esta autora advierte que es necesario examinar cómo estas lógicas de inversión y rendimiento, oportunidad y resultado se están incrustando en nuestros cuerpos y mentes.

2.4 La emergencia de las relaciones contrarias a la hetero-normatividad monógama y su relación con el discurso del amor romántico.

Como ya hemos visto en los apartados anteriores, la sexo-afectividad relacional es un fenómeno afectado por eventos transicionales en medio de una etapa postmoderna donde conviven y entran en conflicto discursos y maneras de comprender las relaciones sexo-afectivas originalmente contrapuestos, donde emergen nuevos discursos y prácticas relacionales. De este modo, se subvierte la manera tradicional en la que eran concebidas las relaciones afectivo-sexuales y se dan las condiciones propicias para que emerjan nuevas maneras de interrelacionarnos. Asimismo, relacionarse de manera no monógama consensuada o relacionarse de manera no heterosexual, no significa per se un cambio en el discurso y en las prácticas reales que sustentan y promueven estas nuevas maneras de relacionarnos contrarias a la hegemonía monógama heterosexual. Por ello, este capítulo ha pretendido comprobar si realmente existen diferencias en la asunción de los presupuestos románticos tradicionales en las personas con una orientación sexual y una manera de relacionarse contraria a la heteronorma monógama y sus mitos románticos, los cuales, como ya hemos visto y veremos a continuación, se relacionan con la promoción de relaciones basadas en la desigualdad entre hombres y mujeres.

Las investigaciones sobre el amor se han centrado principalmente en el estudio de un tipo concreto de amor, el amor romántico, el cual, enmarcado en un contexto histórico, social y cultural concreto, ha sido una parte importante de nuestra socialización respecto a las relaciones afectivo-sexuales hegemónicas, como lo son las heterosexuales y monógamas (Barcelona, 1992; Barrón et al., 1999; Cubells y Calsamiglia, 2015; Flecha et al., 2005; Glucksberg y McGlone, 1999; Hendrick y Hendrick, 1986; Herrera, 2010; Lagarde, 2005; Schäfer, 2008; Lakoff y Johnson, 2008; Sánchez-Sicilia y Cubells, 2019).

Respecto al amor romántico y su relación con el sexo, variados estudios coinciden en la tesis de que este modo de concebir el amor forma parte intrínseca de la subordinación de las mujeres, ya que justifican una mayor tolerancia ante situaciones de violencia en relaciones afectivo- sexuales, en las cuales se legitima el ejercicio de relaciones de poder asimétricas entre hombres y mujeres, respaldadas por el proceso de socialización en el amor, en el que se atribuyen roles y expectativas diferenciadas en función del sexo (Bosch et al., 2007; Bonilla et al., 2017; De Miguel, 2015; Caro y Monreal, 2017; Cubells y Calsamiglia, 2015; Esteban y Távora, 2008; Hooks, 2000; Gil y Lloret, 2007; Pujal, 2007; Sánchez-Sicilia y Cubells, 2019). En este contexto, los mitos del amor romántico cobran

un rol fundamental, pues actúan como los principales orientadores de las prácticas sociales relacionadas con las formas de sentir y experimentar el amor.

Los mitos del amor romántico son definidos por Yela (2000) como un conjunto de creencias socialmente compartidas sobre la supuesta verdadera naturaleza del amor. Estos mitos orientan las formas adecuadas de sentir, pensar y actuar, favoreciendo la normativización de las relaciones heterosexuales, románticas, monógamas y duraderas (Cubells y Calsamiglia, 2015 y Sánchez-Sicilia y Cubells, 2019). Para Ferrer et al. (2010), los mitos del amor romántico son, como cualquier otro mito: ficticios, absurdos, engañosos, irracionales e imposibles de cumplir.

Yela (2000) sistematiza los principales mitos del amor romántico, compartidos y aceptados socialmente: a) *Mito de la media naranja*: la pareja que hemos elegido estaba predestinada y ha sido la única o mejor opción posible; b) *Mito de la exclusividad*: solo podemos sentir amor por una única persona a la vez; c) *Mito de la fidelidad*: los deseos pasionales, románticos y eróticos, deben satisfacerse exclusivamente con la propia pareja; d) *Mito de los celos*: creencia de que los celos son un indicador de amor verdadero; e) *Mito de la convivencia*: el amor pasional debe conducir a la unión estable y de convivencia de la pareja; f) *Mito de la perdurabilidad*: el amor pasional de los primeros meses puede y debe perdurar para siempre; g) *Mito de la equivalencia*: creencia de que los conceptos de amor y enamoramiento son equivalentes y, por tanto, si uno deja de estar enamorado, significa que ya no quiere a su pareja; h) *Mito de la omnipotencia*: creencia de que ‘el amor todo lo puede’ y debe permanecer pase lo que pase en la relación de pareja; i) *Mito del emparejamiento*: la pareja monógama es algo natural y universal, y ha sido siempre así en todo momento y en toda cultura.

Sin llegar a consenso, diferentes investigaciones han indagado sobre la relación entre el sexo y la asunción de los mitos del amor romántico, enmarcados principalmente en relaciones normativas, como lo son las heterosexuales monógamas. Se encuentran estudios como los de Rodríguez-Castro et al. (2013) y Rodríguez-Castro y Alonso-Ruido (2015), que señalan que las mujeres están más de acuerdo que los hombres con las creencias del amor romántico. Buscando mayor especificidad en las posibles diferencias por sexo en las creencias románticas, existen variados estudios, tanto cuantitativos como cualitativos, que señalan que en las mujeres predomina el amor romántico y una visión más idealizada, compañera y menos lúdica del amor, donde la pasión va unida al altruismo y al sacrificio, mientras que en los hombres predomina el amor sexual y lúdico,

centrado en un objetivo, donde disfrutaban en relaciones superficiales y transitorias (Caro y Monreal, 2017; Leal, 2007; Rodríguez-Castro et al., 2013; Ubillos et al., 2001 y Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018). Al contrario, Ferrer et al. (2010); Ramos et al. (2010) y Larrañaga et al. (2012) observan que estas creencias están presentes en chicos y chicas, sin encontrar diferencias significativas por sexo, como tampoco las encontraron Cuenca-Montesino et al. (2015) respecto a la intensidad del amor romántico. Por otro lado, resultados como los de Fundación Mujeres (2011), Nava-Reyes et al. (2018) y Bisquert-Bover et al. (2019) afirman que son los hombres quienes responden de manera más mitificada sobre el amor.

Frente a estos hallazgos, se puede considerar que no existe un claro consenso sobre la asunción de los mitos del amor romántico en función del sexo. Siendo más probable que en una muestra concreta, se encuentre que sean las mujeres quienes asumen en mayor medida estas creencias (Rodríguez-Castro et al., 2013; Rodríguez-Castro y Alonso-Ruido, 2015), o que estén presentes tanto en mujeres como en hombres (Ferrer et al., 2010; Larrañaga et al., 2012; Ramos et al., 2010) antes que encontrar que sean los hombres quienes las asumen en mayor proporción.

En cuanto a la relación que guarda el amor romántico con la orientación sexual y el tipo de relación afectivo sexual que se practica, se han encontrado algunos artículos, sobre todo cualitativos, que han profundizado en algunos tipos de relaciones no hegemónicas. Uno de los primeros estudios sobre el tema corresponde al de Klesse (2006), quien entrevistó a personas no heterosexuales que establecían relaciones afectivo-sexuales no monógamas y encontró que éstas construían el término poliamor como una no monogamia consensuada, alejado de los principios de la monogamia y el amor romántico. Posteriormente, tanto Wilkinson (2010) como el propio Klesse (2011), observaron que al menos algunos aspectos de los discursos del amor romántico sí habían sido absorbidos por la noción de poliamor, lo que fue puesto en evidencia dada la cercana interrelación entre amor, intimidad, afecto y deseo sexual en el poliamor. Esto parece ser coherente con los resultados de la investigación de Morrison et al. (2013), quienes no encontraron diferencias entre monógamos y no monógamos respecto al amor pasional, la confianza y el patrón de apego. Para Enciso (2015), el poliamor no sería la antítesis de la monogamia, sino que ambos conceptos presentan varias semejanzas, proponiendo que en ocasiones pudiera resultar más acertado referirse al poliamor como 'polimonogamia'. Siguiendo en esta línea, Ben-Ze'ev y Brunning (2017), consideran que el poliamor representa una forma de vida romántica con criterios autoexpansivos, en la que, como apunta Wosik-

Correa (2010), los discursos del amor romántico valoran la individualidad del mismo modo que lo hacen los discursos no monógamos: aun cuando no existiría una expectativa de fidelidad sexual a un único compañero, sí se habría reconfigurado cierto tipo de ‘fidelidad emocional’ hacia quienes forman la relación (Klesse, 2011). De este modo, los estudios presentados apuntan a que las formas no monógamas consensuadas no difieren sustancialmente de las formas románticas y, asimismo, habrían incorporado características de este.

Con base en lo señalado anteriormente, se considera que, aun cuando hay estudios sobre el tema, falta profundizar en la asociación existente entre tipos de relaciones afectivo-sexuales y orientaciones sexuales no hegemónicas en la asunción de los mitos del amor romántico. Por consiguiente, el objetivo de la presente investigación busca analizar el papel que juegan el sexo, la orientación sexual y las diferentes formas de relaciones afectivo-sexuales contemporáneas, que abarcan desde la monogamia hasta un amplio abanico de formas alternativas de relaciones no hegemónicas como relaciones abiertas, poliamor, anarquía relacional, swinger, entre otras, en la creencia o asunción de los mitos del amor romántico. Por tanto, se debió crear un cuestionario y evaluar sus propiedades psicométricas, a fin de dar cumplimiento a los requerimientos de la presente investigación. Se espera que el instrumento creado arroje adecuadas propiedades psicométricas.

3. METODOLOGÍA

La diversidad de los presupuestos teóricos en los que se basa este trabajo va en consonancia con el carácter igualmente heterogéneo del material analizado. Este material está compuesto por diversos textos, vídeos, manuales y encuestas. La elección de este corpus material no se ha realizado de manera azarosa. Al contrario, para dar cuenta de la complejidad y la variedad que caracterizan a los fenómenos del amor, la sexualidad, la afectividad, el género, la masculinidad... como prácticas relacionales y dependientes de un contexto socio-histórico-cultural determinado, hemos considerado necesario abordarlos desde metodologías diversas y empleando materiales igualmente heterogéneos. De esta manera, las metodologías a utilizar son de corte cualitativo para los materiales audiovisuales y textuales; y de corte cuantitativo para las encuestas. Asimismo, dado el carácter heterogéneo del material audiovisual y textual analizado y las

características de los fenómenos analizados, se ha optado por el empleo de diversas prácticas metodológicas de análisis cualitativo. Destaca el uso del análisis discursivo en dos de los materiales a analizar; de repertorios interpretativos en un caso; y de actos de habla en otro. En los materiales anteriores, estas técnicas se combinan con análisis categorial temático y en el tercer material se emplea la estrategia de análisis inductiva Grounded Theory. La elección de emplear unas prácticas metodológicas determinadas en detrimento de otras responde a los objetivos propios de la investigación y a las características propias de cada material. A medida que se avance en este apartado se irán desarrollando las estrategias metodológicas junto a los materiales de análisis empleados.

Dado el carácter relacional y contextual de los fenómenos a estudiar, este trabajo se enmarca en la perspectiva socio-construccionista. Esta vendría a ser como un gran paraguas bajo el cual hay lugar para cobijar todas las formas de crear la realidad, e incluso para acoger la aparente realidad del construccionismo en sí mismo (Gergen y Gergen, 2011). De este modo, partimos de la idea de que al comunicarnos unos con otros construimos el mundo en el que vivimos, nuestras acciones no están condicionadas por nada tradicionalmente aceptado como verdadero, lógico o correcto (Gergen y Gergen, 2011). El construccionismo entiende el conocimiento como el producto de comunidades determinadas, guiadas por supuestos, creencias y valores concretos. No existe la Verdad (con mayúsculas) para todos sino la verdad (con minúsculas) de cada comunidad (Gergen, 2007). De este modo, la exactitud, sin duda, puede alcanzarse en el seno de una comunidad o tradición dada, es decir, de conformidad con las reglas y prácticas que le son propias y por las cuales se rige (Gergen, 2006). Por consiguiente, consideramos los fenómenos objeto de estudio como procesos relacionales, dependientes de un contexto socio-histórico-cultural determinado, indisociables de este y, por tanto, analizarlos de manera aislada nos llevaría a conclusiones fundamentadas en presupuestos parciales y reduccionistas.

Consideraciones preliminares:

Perspectiva de género.

En este trabajo partimos de una premisa común: del mismo modo que «no se nace mujer, se llega a serlo» (De Beauvoir, 1949), no se nace hombre, se llega a serlo. De este modo,

comprendemos los fenómenos de la masculinidad y la feminidad como constructos basados en normas sociales, culturales y contextuales, que se sustentan en unas prácticas y roles diferenciados, que organizan y califican una masculinidad y una feminidad como modelos deseables y hegemónicos, en detrimento de otros modelos alternativos.

Transcripción

Los materiales de naturaleza audiovisual han sido transcritos siguiendo la adaptación del código de Jefferson para las ciencias sociales (Bassi, 2015), el cual nos permite registrar aspectos del lenguaje no verbal, como énfasis, cambios en la entonación, expresiones emocionales....

Aspectos virtuales

Somos conscientes de que estudiar un entorno virtual o digital no está exento de polémica, pues en el imaginario social se ha mantenido la idea de que aquello que es virtual, marca una polaridad frente a real. Se da a entender, de esta manera, que las relaciones que se estudian son menos reales que las que mantenemos físicamente (Estalella y Ardévol, 2007), o que aquello que se muestra no refleja una “realidad”. En nuestro caso, los aspectos fuera de cámaras -el guion a seguir- no cobra demasiada importancia, pues son precisamente los aspectos que son reproducidos- aquellos que son consumidos por la audiencia- los que nos interesan por su alcance y por la capacidad de reproducir, generar y consolidar discursos respecto a los fenómenos que estamos trabajando.

Consideraciones ético-legales

En lo que respecta a los materiales que empleamos para este trabajo, cabe traer a colación que todo material audiovisual y textual se encuentra correctamente referenciado -con sus correspondientes enlaces- y son accesibles para cualquier persona que desee visionarlos.

Asimismo, el artículo 32 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, considera, en lo que a nuestro caso se refiere:

Lícita la inclusión en una obra propia de fragmentos de otras ajenas de naturaleza escrita, sonora o audiovisual (...) siempre que se trate de obras ya divulgadas y su

inclusión se realice a título de cita o para su análisis, comentario o juicio crítico. Tal utilización sólo podrá realizarse con fines docentes o de investigación (...).

Asimismo, en este trabajo monográfico se incluyen fragmentos de artículos académicos publicados por el propio autor. Esta inclusión se basa en la incorporación de las intervenciones transcritas de los participantes objeto de estudio y presentadas en los trabajos de Sánchez-Sicilia y Cubells (2018 y 2019). Se conserva el formato original de las transcripciones del material, las cuales son re-analizadas -y, por tanto, se aplican cambios- en este trabajo, habiendo sido correctamente citadas y explicitando este hecho. Asimismo, las revistas académicas donde se encuentran publicados ambos trabajos disponen de licencia de uso Creative Commons (CC-BY 4.0), y en lo que a nuestro caso se refiere:

El autor es libre de compartir, copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato, así como adaptar, remezclar, transformar y crear a partir del material para cualquier finalidad, incluso comercial. Asimismo, se debe reconocer adecuadamente la autoría, y proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se han realizado cambios (Creative Commons, 2020).

3.1 El amor romántico y el amor líquido a través del género.

En este apartado nos interesa focalizar la atención en cómo se construye el sentimiento amoroso en las relaciones afectivo-sexuales de los y las adolescentes, ya que es una etapa que se identifica con la búsqueda de autonomía y autoconocimiento. Asimismo, es en esta etapa en la cual tienen lugar las primeras relaciones sexo-afectivas, donde se pueden identificar las prácticas vinculadas al patriarcado y a los mitos y/o repertorios del amor romántico que posibilitan la aparición y mantenimiento de desigualdades en función del género. Marina Cacace (2006) hace hincapié en la importancia de trabajar con los adolescentes, quienes tienden a no registrar, a no interpretar coherentemente los datos restrictivos respecto a las cuestiones de género. En los grupos de iguales se establecen las primeras pautas y relaciones amorosas. Estas pautas dependen de unos discursos que orientan a los adolescentes en las primeras relaciones de pareja.

El programa que analizamos se ha desarrollado en la plataforma YouTube España y tuvo una amplia aceptación y seguimiento por parte del público adolescente. El programa con

formato “Reality Show” se enfoca a la búsqueda de pareja entre las personas jóvenes. En el programa participan adolescentes de edades comprendidas entre los 14 y 19 años. Asimismo, participan en él otros agentes que, a pesar de no entrar en la categoría adolescente, contribuyen en la construcción y reproducción de los discursos amorosos. Por tanto, no solo son los tronistas, pretendientes y el público, con edades comprendidas entre los 14 y 19 años los que centran nuestro análisis, sino también aquellas figuras no adolescentes, que aparentemente ostentan un saber experto que legitima o no lo que en el programa tiene lugar.

Los agentes que intervienen en el programa son diversos y con funciones inicialmente diferenciadas. El programa está compuesto en orden jerárquico (entendiendo éste como quien o quienes disponen del poder para hacer y/o deshacer en el programa) de arriba a abajo:

- Propietarios de los derechos del programa, director y equipo técnico
- Presentador, que dirige y marca los tiempos de intervención.
- Consejeros del amor, que plantean preguntas, intervienen y en algunas ocasiones marcan igualmente los tiempos de intervención.
- Tronistas, chicos y chicas que reciben pretendientes/as que vienen a “conquistarlos”.
- El público (en plató), compuesto mayormente por adolescentes de sexo masculino, que interviene como unidad o a través de miembros del mismo, mostrando su opinión sobre lo que en el programa sucede.
- Pretendientes/as, chicas y chicos que acuden a “conquistar” a los y las tronistas.
- Por último, podemos considerar igualmente parte activa del programa a los espectadores, los cuales, con sus críticas y comentarios en redes sociales van modificando el contenido del programa para los programas siguientes.

Un episodio prototipo se desarrolla en una sala amplia, donde se sitúan los tronistas sentados en sillones independientes con forma de Trono y, a su lado, los sillones donde se encuentran sus pretendientes. Cada tronista tiene a su lado a un consejero del amor (un hombre y una mujer ejerce este rol) y el presentador se mueve libremente por la sala. El público permanece cerca pero fuera de la escena principal, compuesta por las figuras nombradas anteriormente. Durante el programa, los y las tronistas conversan con sus pretendientes con el propósito de seleccionar a uno/a para tener una cita romántica. Si las citas son exitosas y se forma una pareja el o la tronista cede el trono a otro/a aspirante. A

su vez, el público participa activamente dando su opinión sobre las personas pretendientes y las citas que se producen. En el programa, los jóvenes hablan libremente sobre sus relaciones y la forma de comprender el amor. El programa está disponible en la plataforma YouTube, con una media en torno al millón de visualizaciones en la temporada completa que aquí analizamos.

La concepción de poder de Michel Foucault (1977) constituye un aspecto clave de nuestro trabajo, no solo por las relaciones de poder que tienen lugar en torno a la reproducción y legitimación de unas prácticas y discursos en detrimento de otros, sino por la amplia variedad de agentes que intervienen en el programa. Debemos tener en cuenta que se trata de un contenido en el que destaca la presencia de unos miembros que, por su posición de experto o por su posición estructural, ostentan un poder legitimador. En definitiva, como cuestionaba Michel Foucault (1997 p. 69):

¿Quién habla? ¿Quién, en el conjunto de todos los individuos parlantes, tiene derecho a emplear esta clase de lenguaje? ¿Quién es su titular? ¿Quién recibe de él su singularidad, sus prestigios y de quién, en retorno, recibe ya que no su garantía al menos su presunción de verdad?

De este modo, no es equivalente la influencia que ejerce alguien que es presentado como experto en el amor que alguien que viene a encontrarlo. Y esto es algo que tenemos que tener en cuenta y que irá emergiendo a lo largo del análisis. Pretendemos hacer hincapié en los discursos que operan en la voz de los diferentes agentes que forman parte del programa. En palabras de Michel Foucault (1970/1992), cómo estos coaccionan, limitan los poderes, dominan las apariciones aleatorias y seleccionan a quienes pueden o no hablar.

La transcripción ha sido llevada a cabo una vez visionada de manera completa la primera temporada del programa, disponible en la plataforma YouTube. Hemos transcrito 9 episodios compuestos por un total de 185 minutos de material analizable. Asimismo, aunque quienes participan en el programa se han expuesto y accedido a que sus intervenciones formen parte de un material de dominio público, en aras de no vincular las intervenciones que se presentan en el análisis con personas concretas, hemos tenido en cuenta a todos los agentes que intervienen en el programa, A cada uno, pues, se le ha

identificado con un código diferente dependiendo de la función que cumplen en el programa y, del mismo modo, en las citas textuales, sus nombres han sido sustituidos por otros.

Nuestra labor analítica se ha basado en recoger aquellas referencias textuales que forman parte de una categoría determinada y, por ende, de un eje y repertorio específico. Para ello, hemos realizado lecturas consecutivas del material y hemos ido señalando y recogiendo las citas textuales en función de la categoría y eje al que se adscribían. Una vez seleccionadas las referencias, hemos llevado a cabo el análisis del discurso, en concreto de repertorios interpretativos. En palabras de Iñiguez y Antaki (1994), el análisis de discurso refiere a:

El conjunto de prácticas lingüísticas que mantienen y promueven ciertas relaciones sociales. El análisis consiste en estudiar cómo estas prácticas actúan en el presente manteniendo y promoviendo estas relaciones: es sacar a la luz el poder del lenguaje como una práctica constituyente y regulativa (Iñiguez y Antaki, 1994).

Con la intención de comprender aquellos mecanismos lingüísticos a los que recurrimos con el fin de construir nuestras versiones sobre la realidad, llevaremos a cabo análisis de repertorios interpretativos (Potter y Wetherell, 1987). De esta manera, los repertorios interpretativos se presentan como estrategias encaminadas a construir, con una finalidad concreta, una representación determinada de la realidad. Para tratar de comprender el fenómeno que aquí analizamos, estudiamos la función a través del estudio de la variabilidad en la construcción de los discursos (Wetherell y Potter, 1996). La variabilidad es un índice de la función, como un índice de las distintas formas en que se puede fabricar una explicación. La construcción nos dirige hasta el lugar en el que el discurso se fabrica a partir de recursos lingüísticos preexistentes con características propias (Wetherell y Potter, 1996). Las funciones que encontramos en el análisis corresponden a formas de rechazo, justificación, apoyo ... que emergen gracias a la interrelación que sostienen con las variaciones del lenguaje, a su capacidad de construir y reproducir un discurso y a los repertorios interpretativos que destacan. Siguiendo la metodología propuesta por Wetherell y Potter (1996), es preciso llevar a cabo una serie de codificaciones preliminares para poder trabajar con un grupo de datos manejable. El estudio de las variaciones, construcciones y funciones se llevará a cabo gracias a las técnicas argumentativas y retóricas que nos ofrece el tratado de la argumentación de

Perelman & Olbrechts-Tyteca (1989), así como al estudio de las metáforas de Lizcano (1999; 2006). A medida que vayan surgiendo estas técnicas a lo largo del análisis serán resaltadas en el texto, definida su función y asociada al extracto de la referencia en la cual las hemos observado. Este análisis nos ha permitido identificar patrones recurrentes en cuanto a la temática y a la forma del discurso que caracteriza a los repertorios. En el caso del apartado del repertorio líquido, el orden que tomará el análisis será el siguiente: presentaremos cada eje; las categorías contrapuestas; la teoría a las que hacen referencia; las citas textuales que a modo de ejemplo sustentan y constituyen estas categorías y, por tanto, estos ejes y repertorios; y, por último, el análisis retórico y argumentativo de dichas citas. Asimismo, de manera transversal, iremos analizando desde la perspectiva de género los discursos que giran en torno a las nociones de feminidad y masculinidad.

Somos conscientes de que muchas de las interacciones que presentamos para cada categoría podrían formar parte igualmente de otras categorías del repertorio al que se adscriben, lo cual cobra sentido, ya que son categorías que están relacionadas entre sí, que pertenecen en su fin último al mismo repertorio y que todas juntas lo conforman. Aun así, con la intención de presentar un análisis claro y que suscite la menor confusión posible al lector, hemos querido presentar estas interacciones como ejemplos de una categoría concreta, aquella de la cual consideramos que es más representativa. Asimismo, en algunos casos se repetirán fragmentos de referencias textuales que darán lugar a interpretaciones diferentes.

Como complemento al análisis retórico de este material y en aras de proporcionar una estructura clara del discurso líquido, se ha realizado asimismo un análisis del contenido del trabajo Amor líquido (Bauman, 2003). En este se hace referencia a cómo las lógicas de mercado y capitalistas han impregnado la manera en la que comprendemos el mundo y las relaciones. Esta técnica de investigación -en la cual no nos detendremos excesivamente, ya que será mayormente desarrollada en el siguiente subapartado de la metodología- está destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias válidas y reproducibles (Krippendorff, 1980) y, en concreto, un análisis de contenido categorial temático que, como recoge Félix Vázquez (1996), pretende ir descomponiendo el texto en unidades, para posteriormente ser agrupadas en categorías, considerando las semejanzas y similitudes entre estas en función de criterios previamente establecidos según los objetivos propios de investigación y/o de análisis (criterio de analogía). El análisis de la teoría “Amor líquido” de Bauman (2003) nos ha permitido descomponer su trabajo en 5 ejes y 10 categorías. Cada eje está compuesto por dos categorías inicialmente

opuestas, que hemos asociado al discurso romántico y al discurso líquido. El proceso que seguimos consistió en la lectura analítica de su trabajo, en donde señalamos aquellas citas que hacían referencia a esta confrontación/convivencia entre las consideraciones románticas y las consideraciones líquidas en las relaciones. A medida que íbamos señalando estas citas, iban emergiendo de ellas categorías que a medida que iba avanzando el análisis se iban repitiendo, aunque con citas diferentes, hasta conformarse en lo que en un primer momento consideramos como 9 ejes y 18 categorías diferenciadas. Tras su discusión, fueron incluidas y simplificadas en los 5 ejes y 10 categorías comentadas anteriormente, desarrolladas en el apartado de resultados y discusión.

3.2 La sexo-afectividad masculina. Entre lo irracional y lo racional. Entre naturaleza y economías de mercado.

Este apartado se centra en dos materiales de distinta naturaleza y, es por ello, que hemos considerado que las prácticas analíticas llevadas a cabo debían responder y aplicarse en función de esta diversidad.

Nuestro trabajo se ha centrado por un lado, en el análisis del manual de seducción «Apocalypsex: los diez mandamientos de la seducción» (Luna, 2015)¹. El análisis del material se ha llevado a cabo mediante la Grounded Theory (GT) de Glaser y Strauss (1967), la cual nos permite generar categorías de forma inductiva mediante una comparación simultánea de todos los incidentes observados, explorando las relaciones de unos con otros e integrándolos en una teoría coherente. La GT altera el orden habitual de la revisión de la literatura y la recolección de los datos. La GT busca adaptar los descubrimientos previos a las características específicas del fenómeno en estudio (Hirschman & Thompson, 1997). La GT nos permite explicar el fenómeno que estudiamos apoyándonos en los datos recogidos e interpretando el fenómeno a través de explicaciones teóricas de carácter formal. De este modo, a la hora de desarrollar las categorías, el conjunto de signos y reglas que nos permiten formular y comprender el discurso, tendremos en cuenta las que emergen de los códigos «in vivo», que se generan

¹ Dicho libro ha centrado nuestro análisis por su actualidad, su alcance, por encontrarse actualmente a la venta en su quinta edición, por ser la guía definitiva de la trilogía que componen SexCrack (Luna, 2013) y SexCode (Luna, 2009) y por encontrarse en la categoría «los más vendidos en guías sexuales» de Amazon España -junto a SexCrack- (Amazon.es, 2020).

del lenguaje sustantivo, de datos brutos(incidentes), y las que emergen de los «constructos sociológicos», códigos formulados desde el conocimiento sociológico (Murillo et al., 2011). Tras analizar el material completo, hemos recogido un total de 17 páginas de incidentes (de las 208 que componen el material), entendiendo por incidente cada parte de la unidad de muestreo que puede ser considerada como analizable separadamente. Es aquella porción que el investigador aísla y separa por aparecer en este uno de los símbolos, palabras clave o temas que considera trascendentales para el análisis (Murillo et al., 2011).

El libro que aquí analizamos se encuentra actualmente a la venta en su quinta edición, disponible para cualquier persona que quisiese adquirirlo. Una vez analizado el material y reducido a los incidentes a analizar, comenzamos el mismo proceso con el manual *Sexcrack* (Luna, 2013). A medida que avanzábamos en el análisis, no emergía información nueva o adicional, y, por lo tanto, aplicando el criterio de saturación teórica, dimos por resuelta la categoría principal y finalizado el proceso de recogida de incidentes, y nos centramos en los que habían emergido del manual «Apocalypsex: los diez mandamientos de la seducción» (Luna, 2015). Mediante el método comparativo constante hemos cotejado y codificado incidentes. Posteriormente, de las codificaciones resultantes han emergido diversas categorías, y hemos integrado los respectivos incidentes en ellas. Una vez que teníamos las categorías bien definidas, a partir de los códigos in vivo y apoyados en los constructos sociológicos, conceptualizamos las teorías que emergen del material. De forma inductiva emergió la categoría central que explica y da sentido a todos los datos y sus relaciones y, por tanto, explica la mayor variabilidad del patrón de comportamiento social que orienta el estudio. Una vez localizada la categoría central que orienta el proceso de investigación, presentaremos, a modo de ejes temáticos, familias de incidentes codificados que tienen relación entre sí y se inscriben en una categoría concreta, sustentada y explicada por la categoría central. Presentamos los extractos literales del manual, los cuales se presentan en cursiva, asimismo, las negritas fueron añadidas por el autor de este artículo para destacar aquellas expresiones claves para el análisis.

Por otro lado, y respondiendo a la naturaleza diversa del material analizado que comentábamos al comienzo de este subapartado, hemos analizado cuatro videos de tres *maestros de la seducción* emitidos en la plataforma *YouTube*. Los criterios para

seleccionar estos videos fueron los siguientes: 1. La fecha de publicación, procurando que el material fuese reciente; 2. La relevancia, seleccionando aquellos vídeos recientes que contasen con un número de visualizaciones superior al millón de visitas; 3. El Criterio de Saturación, no incluyendo más material al análisis, ya que una mayor cantidad de videos no aportaba información relevante a la ya disponible.

El *corpus* de análisis lo componen un total de cuatro videos que suman 48 minutos de material analizable:

1. *Por Qué Ellas Te Rechazan Aunque Te Vean Atractivo o Les Gustes* (Alvaro Reyes, 2018a).
2. *3 Trucos Psicológicos Para Que Las Chicas Quieran Ir a Tu Casa + Interacción Completa* (Alvaro Reyes, 2018b).
3. *Cómo Hacer Que Ella Se Obsesione Por Ti* (Gerry Sanchez, 2017).
4. *5 Hábitos De Un Verdadero Caballero Que Derriten A Las Mujeres* (Conecta Con Ella, 2017).

Nuestro análisis se sustenta en los trabajos que estudian el modo en que la comprensión del mundo que nos rodea y las relaciones sociales que en él tienen lugar han sido capitalizadas por las lógicas económicas y de mercado: “Homo Economicus” y “Homo Consumens” (Bauman, 2003); Teoría de la economía sexual (Baumeister y Vohs, 2004); Economía política patriarcal (Cobo, 2017)... Asimismo, el análisis de la manera en que esta economía de mercado ha diseminado sus principios en las prácticas de interacción sexo-afectivas, es llevada a cabo bajo la perspectiva de género. De este modo, comprendemos la masculinidad y la feminidad como constructos basados en normas sociales, culturales y contextuales, que se sustentan en unas prácticas y roles diferenciados, que organizan y califican una masculinidad y una feminidad como modelos deseables y hegemónicos, en detrimento de otros modelos alternativos.

Se empleó el software ATLAS.ti v.7.5.18 para el análisis, y la transcripción ha sido llevada a cabo siguiendo la adaptación del código de Jefferson para las ciencias sociales (Bassi, 2015), la cual nos permite registrar aspectos del lenguaje no verbal, como énfasis, cambios en la entonación, expresiones emocionales.... Una vez transcritos los 48 minutos de material analizable, se procedió a realizar un análisis categorial temático (Vázquez,

1996) mediante el cual, partiendo de datos textuales, se va descomponiendo el texto en unidades, para posteriormente agrupar estas unidades en categorías.

En la etapa de preanálisis, el primer *corpus* de datos transcrito con el que contamos, estuvo compuesto por 8226 palabras, correspondientes a los 48 minutos de duración del material. Para la elección del *corpus* documental sobre el que realizar la codificación y categorización posterior se seleccionó una muestra representativa del total del documento, estableciendo una correspondencia entre el *corpus* y sus elementos constitutivos. Este proceso permitió definir una muestra representativa *-corpus* documental- compuesta por 5 páginas y 1991 palabras.

En la etapa de codificación, realizamos lecturas sucesivas del material, delimitando los segmentos con significación, en función de los objetivos propios de la investigación.

En la etapa de categorización, organizamos y clasificamos las unidades obtenidas en base a criterios de diferenciación. Tras una revisión sistematizada de los elementos emergentes se complementaron y sintetizaron en cinco categorías que respondían a las lógicas neoliberales y económicas de mercado.

Dada la naturaleza del material que analizamos, hemos incorporado el análisis discursivo, en concreto de actos de habla (Austin, 1971 y Searle, 1990), dado que los enunciados pueden interpretarse de variadas formas, en función del contexto en el que se enuncia, la autoridad o estatus de quien lo enuncia y el destinatario que lo recibe. Para Austin (1971), lo fundamental del análisis de actos de habla, recae en cómo se habla. Sostiene que cuando hablamos no estamos expresando sólo un significado, sino que estamos haciendo alguna cosa en sí misma. La teoría de los actos de habla sostiene que “hacer algo” implica, en primer lugar, un acto locutivo, que consiste en enunciar algo que posee cierto significado, en el cual se incluyen los actos fonéticos, semánticos y gramaticales. En segundo lugar, implica un acto ilocutivo, la realización de una función comunicativa, las acciones intencionadas que realizamos mediante el uso de enunciados. Por último, el acto perlocutivo hace referencia a efectos o reacciones que surgen en el interlocutor a partir de dicha enunciación. Asimismo, Austin (1971) precisa que la emisión de estos enunciados puede generar consecuencias en la audiencia a la que se dirige, en el mismo emisor o en otras personas que no siempre son intencionados o esperados. Empleamos

para el análisis la taxonomía de actos ilocutivos de Searle (1990), y su función comunicativa:

(R) Representativos. Comprometer al hablante con la verdad de la proposición expresada, describiendo la proposición como real, verdadera o falsa.

(Di) Directivos. Intención del hablante a llevar al oyente a hacer algo

(C) Conmisivos. Comprometer al hablante con algún futuro curso de acción.

(E) Expresivos. Manifiestar actitudes o estados de ánimo del hablante.

(De) Declarativos. Provocar un cambio en el estatus o condición en un asunto.

La semántica de un lenguaje puede ser contemplada como una serie de sistemas de reglas constitutivas, de tal manera que los actos ilocutivos son actos realizados de acuerdo con esos conjuntos de reglas constitutivas (Searle, 1990).

3.3 La emergencia de las relaciones contrarias a la hetero-normatividad monógama y su relación con el discurso del amor romántico.

Participantes

Por medio de un muestreo no probabilístico por conveniencia y del tipo bola de nieve, al que se accedió a través de plataformas de redes sociales *online* como medio de convocatoria y selección de participantes; se obtuvo una muestra de 1235 personas que participaron de la aplicación del instrumento entre los meses de abril y mayo del 2018. De ellas el 68,9% ($n=851$) se declara mujer, el 30,2% ($n=373$) hombre y el 0,9% ($n=11$) manifiesta no sentirse representado por esta categoría dual. La edad media es de 26,92 años ($DT: 8,51$), entre un rango mínimo de 18 y un máximo de 70, con una mediana de 24 y una moda de 19. Respecto a la orientación sexual, el 60,7 % ($n=750$) se declara heterosexual; el 24% ($n=296$) bisexual; el 9,5% ($n=117$) homosexual y el 5,8% ($n=72$) manifiesta no sentirse representados/as por ninguna de estas categorías. En cuanto al tipo de relación afectivo-sexual, el 59,4% ($n=734$) reconoce que mantiene o mantuvo una relación monógama; el 33,1% ($n=409$) que mantiene o mantuvo relaciones no monógamas consensuadas (relaciones abiertas, poliamor, anarquía relacional o swinger)

y el 6,1% ($n=76$) declara no mantener ni haber mantenido ningún tipo de relación afectivo-sexual.

Instrumento

Encuesta de Evaluación de la Diversidad afectivo-sexual

La encuesta de evaluación de la diversidad afectivo-sexual es un formulario de autoaplicación diseñado para el abordaje de los objetivos propios de la investigación. Se compone de un apartado descriptivo y de tres escalas estructuradas de la siguiente manera: (A) *Datos descriptivos y sociodemográficos*; (B) *Escala de sentimientos hacia la(s) relación(es) adaptada a la diversidad afectivo-sexual*; (C) *Escala de celos sexuales y emocionales adaptada a la diversidad afectivo-sexual* y (D) *Escala de mitos del amor romántico adaptada a la diversidad afectivo-sexual*.

Para dar respuesta a los objetivos propuestos, se utilizaron únicamente los apartados A y D, que se detallan a continuación.

Datos descriptivos y sociodemográficos (A):

Este apartado del instrumento está constituido por ítems que recogen información sociodemográfica como sexo, edad, orientación sexual, experiencia/s de relación/es afectivo-sexual /es actual/es o pasada/s, entre otros. Se plantea además, un ítem con 16 opciones de respuestas (Anexo 7.3), correspondiente a distintos tipos de relaciones afectivo-sexuales, que abarcan desde la monogamia hasta diferentes expresiones de no monogamias consensuadas: *monogamia fiel*; *monogamia infiel (yo)*; *monogamia infiel (él/ella)*; *monogamia infiel (ambos)*; *relación abierta (sentimental y sexual) de comunicación 'limitada'*; *relación abierta (sentimental y sexual) de comunicación 'abierta'*; *relación abierta (sentimental, pero no sexual) de comunicación 'limitada'*; *relación abierta (sentimental, pero no sexual) de comunicación 'abierta'*; *relación abierta (sexual, pero no sentimental) de comunicación 'limitada'*; *relación abierta (sexual, pero no sentimental) de comunicación 'abierta'*; *poliamor de triada cerrada jerárquico*; *poliamor de triada cerrada no jerárquico*; *poliamor de triada abierta jerárquico*; *poliamor de triada abierta no jerárquico*; *intercambio de parejas participante (swinger) e intercambio de parejas observador (swinger)*. Además, se consideró una opción abierta, para quienes no se sintieran representados/as por las

alternativas planteadas. Cada opción de respuesta está acompañada de textos y dibujos explicativos.

Para el desarrollo de los análisis, las cuatro primeras opciones de respuesta fueron agrupadas en las categorías “monógamos” y las siguientes, así como aquellas de la opción abierta que coinciden con un tipo de relación no monógama consensuada, fueron agrupadas en la categoría “no monógamos consensuados”. Aquellos que marcaron la opción de no haber mantenido nunca ningún tipo de relación afectivo-sexual fueron agrupados en la categoría “sin relación”. Las respuestas de la opción abierta que resultaron inclasificables no fueron consideradas en los análisis.

Escala de mitos del amor romántico adaptada a la diversidad afectivo-sexual (D)

La escala consta de 12 ítems que se presentan con un formato de respuesta tipo Likert que va desde 1 ‘totalmente en desacuerdo’ a 5 ‘totalmente de acuerdo’. Los reactivos que son inversos se presentan con la letra R al principio del código. *D1. Las relaciones afectivo-sexuales deben estar formadas siempre por dos personas; D2. Las relaciones afectivo-sexuales deben dirigirse hacia una unión estable y duradera; RD3. Somos capaces de enamorarnos de más de una persona a la vez; D4. Sentir celos es un indicador de verdadero amor; D5. En el caso de enamorarnos de dos personas a la vez, siempre estaremos más enamorados de una que de otra, nunca sentiremos exactamente lo mismo por ambas; RD6. Somos capaces de querer a más de una persona a la vez; D7. En el caso de querer a dos personas a la vez, siempre querremos más a una que otra; nunca sentiremos exactamente lo mismo por ambas; RD8. Estando en una relación afectivo-sexual, no hay problema en mantener relaciones sexuales con otras personas; RD9. Estando en una relación afectivo-sexual, no hay problema en mantener relaciones sentimentales (no sexuales) con otras personas; D10. Una relación afectivo-sexual debe conducir hacia una unión estable y para siempre; RD11. Se puede estar ‘completo/a’ sin tener una relación afectivo-sexual; D12. En alguna parte hay personas que están predestinadas a estar con otras y formar una relación afectivo-sexual.* Asimismo, se recoge la escala global compuesta por la media de todos los ítems.

La consistencia interna para esta escala ($n=1235$) presenta un alfa de Cronbach de 0.834, lo cual muestra un valor de fiabilidad que se ajusta a lo esperado para aplicarse a la investigación (Nunnally, 1978).

Procedimiento

La construcción del instrumento de mitos del amor romántico adaptada a la diversidad afectivo-sexual se realizó en base a una revisión bibliográfica de trabajos que previamente habían estudiado el fenómeno de los mitos del amor romántico, principalmente la categorización de Barrón et al. (1999), Yela (2003) y el estudio de Ferrer et al. (2010), anteriormente señalados. Se diseñó una escala con ítems planteados de manera no excluyente hacia las formas no hegemónicas de relación. Tradicionalmente, las escalas de mitos del amor romántico se han enmarcado dentro de los límites de la monogamia heterosexual. Para esto se desarrolló el siguiente procedimiento:

1) Creación de los ítems excluyendo términos que remitan únicamente a relaciones afectivo-sexuales normativas e invisibilicen otras formas de relacionarse.

2) Se utilizó el juicio de expertos/as para evaluar la validez de contenido. Los jueces evaluaron el grado en que el instrumento mide la variable que busca medir. Se trata de personas expertas, tanto en el diseño de instrumentos, como en investigación en ciencias sociales, psicología social crítica y diversidad afectivo-sexual.

3) Se desarrolló un grupo de discusión con 10 jóvenes, quienes revisaron detalladamente la comprensión y alcance de cada ítem. Tuvimos en cuenta sus sugerencias para una nueva revisión del instrumento.

4) Se realizó un estudio piloto con una muestra de 50 personas, en el que se recogió información sobre las dificultades para la comprensión de algunos ítems. Asimismo, se determinó la necesidad de incorporar nuevos ítems. Finalmente, la escala quedó compuesta por 12 reactivos.

5) Previo a la aplicación masiva, se solicitó colaboración a una experta en difusión de conocimiento respecto al amor y relaciones no monógamas consensuadas, con el objetivo de subsanar aquellas ambigüedades o dificultades que aún pudiera presentar el instrumento respecto a formas no normativas de relacionarse afectivo-sexualmente.

Posteriormente se realizó la aplicación masiva a fin de dar cumplimiento a los objetivos de este estudio. Se convocó a participantes de población general, se difundió el cuestionario en Redes sociales online, invitando a participar a todas aquellas personas que estuvieran interesadas en completarlo, animándoles a difundirlo entre sus contactos.

Se convocó intencionadamente a participantes que mantuvieran o hubiesen mantenido relaciones afectivo-sexuales no monógamas consensuadas, con el objetivo de contar con

una muestra amplia de personas que se relacionan de este modo. Para ello, se difundió el instrumento en diversos grupos de Facebook que abordaban contenidos no normativos respecto a relaciones afectivo-sexuales. Este procedimiento requirió al personal investigador tomar contacto previamente con quienes administraban estos espacios *online*, para explicar los objetivos de la investigación y proponer invitar a sus miembros. Finalmente, el instrumento se aplicó en los grupos Poliamor Catalunya, Poliamor Chile, Golfxs con Principios, Poliamor Salamanca, Alchimia Poliamor Chile, Poliamor España y Poliamor Valencia. Respecto a los resguardos éticos, los participantes dieron su consentimiento informado previo a la administración del instrumento.

Análisis de datos

En primer lugar se analizó la estructura factorial de la escala de mitos del amor romántico, para lo cual se dividió a la muestra en dos grupos. Con la primera submuestra se procedió a realizar análisis factorial exploratorio (AFE), para identificar la estructura subyacente a los datos, utilizando como método de extracción componentes principales y rotación Varimax. Posteriormente, con el 50% restante de la muestra se procedió a realizar un análisis factorial confirmatorio (AFC), para confirmar la estructura factorial propuesta por el AFE.

Se describen las variables cuantitativas mediante la media (*M*) y la desviación estándar (*DT*). Para las variables cualitativas se reportan el recuento de casos y el porcentaje. Para analizar el efecto de cada una de las variables por separado (Sexo, Orientación sexual y Tipo de relación) se realiza la prueba ANOVA de un factor. Particularmente, en el caso de las comparaciones por sexo se utilizó *t* de Student, excluyendo de estos análisis a la categoría “otra”, debido a que el *n* era muy pequeño (*n*=11). Se presentan los estadísticos descriptivos para cada índice, y además la diferencia entre grupos estimada para la escala de mitos (media de los doce ítems). Para analizar el efecto conjunto de las variables de interés, se presentan los resultados de la prueba del análisis de ANOVA multifactorial para determinar el efecto de cada una de ellas. Para las variables estadísticamente significativas se han realizado comparaciones por parejas aplicando corrección de Tukey. Se ha fijado el nivel de significación en el 5% ($p \leq 0,05$). Los análisis estadísticos se llevaron a cabo utilizando el software libre R versión 3.5.3.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 El amor romántico y el amor líquido a través del género.

Del análisis realizado al material completo emergen fundamentalmente dos repertorios sobre el amor: El repertorio del amor líquido -el cual será desarrollado en este apartado tras la presentación del repertorio romántico-, que está caracterizado por el uso generalizado de figuras y argumentos considerados racionales o con intenciones objetivas; entre ellas, destacan los lugares de lo existente, los lugares de cantidad, los razonamientos basados en las probabilidades, los argumentos pragmáticos y los argumentos a fortiori. Y el repertorio del amor romántico, el cual se ha caracterizado - como veremos a lo largo del análisis de resultados- por el empleo generalizado de figuras retóricas como son las metáforas, el uso de mecanismos para la exteriorización, estrategias lingüísticas para la amplificación y maximización de los sentimientos, el uso de máximas, los valores de unicidad, los lugares de cualidad, lugares de esencia y persona, epanortosis y metonimias entre otras.

4.1.1 Características predominantes del repertorio interpretativo del amor romántico

Cubells y Calsamiglia (2015) identificaron como recursos lingüísticos que versan sobre el discurso romántico: el uso de metáforas, los mecanismos para la exteriorización (Potter, 1998) para hablar del amor, así como el uso de estrategias lingüísticas encaminadas a amplificar (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989; Pomerantz, 1986) y maximizar (Potter, 1998) el sentimiento. Asimismo, en este apartado hemos prestamos especial atención a aquellas figuras que emergen con asiduidad a lo largo del material: las máximas, figuras de presencia, los objetos de acuerdo: valores de unicidad y concreción, lugares de cualidad, esencia y persona (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989) y que, como iremos viendo, forman parte igualmente de las estrategias retóricas y lingüísticas que construyen el discurso romántico.

Metáforas

Como Cubells y Calsamiglia (2015) muestran en su trabajo, las metáforas han sido abordadas desde diversas perspectivas: como la lingüística cognitiva con la teoría de la metáfora conceptual (Lakoff y Johnson, 1980, 2008) o la nueva retórica (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989). El análisis socio-metafórico que realiza Emmánuel

Lizcano (1999), nos permite realizar un análisis social a la vez que lingüístico del uso de las metáforas y es por ello que en este apartado ocupamos esta perspectiva. Lizcano (1999) reconoce a las metáforas como un potente analizador social pues, a través de su análisis, el científico social puede perforar los estratos más superficiales del discurso para acceder a lo no dicho en el mismo (Lizcano, 1999, p. 29). Lizcano sostiene que el concepto es metáfora y la metáfora es social. Todos y cada uno de los conceptos científicos son metafóricos (Lizcano, 1999, p. 30). La actividad metafórica es una actividad lingüística (Lizcano, 1999; Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989) a la vez que una actividad en la que se trasluce el contexto y la experiencia del sujeto —social— de la enunciación, un sujeto concreto histórica y socialmente situado (Lizcano, 1999, p. 31). Lizcano hace una distinción entre metáforas vivas y metáforas muertas o zombis. Para este autor, las metáforas vivas son aquellas que establecen una conexión insospechada entre dos significados hasta entonces desvinculados, aquellas que ofrecen una perspectiva sobre algo familiar y nos hace verlo con otros ojos. Las metáforas muertas o zombis son aquellas que ya no se perciben como tales metáforas, sino como conceptos bien definidos. Este olvido de la ficción original, lejos de desactivar la potencia metafórica, la refuerza, pues al mantenerla inconsciente hace imposible el control sobre la ficción que la constituye (Lizcano, 1999, p. 42). Diversos estudios hacen referencia al uso metafórico para referirse al fenómeno amoroso: el amor como construcción, el amor como camino, el ser amado como ideal, el amor como trabajo, el amor como contenedor, el amor como propiedad, el amor como caza (Barcelona, 1992 y 1995; Cubells y Calsamiglia, 2015; Glucksberg y McGlone, 1999; Lakoff y Johnson, 2008; Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018; Sánchez-Sicilia y Cubells, 2019).

Máximas

Las máximas se refieren a juicios de valor. En palabras de Aristóteles “confieren al discurso un carácter ético”. Su significado depende de su elaboración social. Cuanto más se reconozca tradicionalmente su forma, más fácilmente será aceptado su enunciado. Los refranes son un ejemplo de breves máximas que se han popularizado (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 266).

Mecanismos exteriorizadores

Los mecanismos exteriorizadores hacen referencia a que el fenómeno descrito existe mediante acciones que sobrepasan el ámbito de la agencia humana (Woolgar, 1988). En

nuestro caso, se haría referencia a que el amor existe como categoría independiente de quien realiza la descripción del mismo (Potter, 1998).

Mecanismos amplificadores y de presencia

Anita Pomerantz (1986) expone que las personas minimizamos o maximizamos los hechos o argumentos que queremos destacar, recurriendo a recursos extremos para describir las situaciones de forma interesada, permitiendo que esté presente el objeto del discurso. De este modo, figuras retóricas como la epanortosis, la sinécdoque, la repetición, la metábole o sinonimia, el conduplicatio, la corroboración... (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989), hacen posible este fenómeno.

Valores de unicidad y concreción

El valor dado a lo único y la valoración de lo concreto están estrechamente relacionados entre sí: desvelar el carácter único de algo es valorizarlo por el hecho mismo. Los escritores románticos, al versar sobre el carácter único de ciertos seres, grupos..., desencadenaron una reacción contra el racionalismo abstracto. A la clase de valores concretos y únicos pertenecen las nociones de fidelidad, compromiso, lealtad... (Perelman y Olbrechts- Tyteca, 1976/1989, p. 136).

Lugares de cualidad

Los lugares de la esencia conceden un valor superior a los individuos en calidad de representantes bien caracterizados por la misma (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 163).

El análisis del material que hemos transcrito nos permite reconocer las estrategias retóricas que las personas empleamos para comprender las experiencias y el mundo que nos rodea (Cubells y Calsamiglia, 2015). El análisis retórico nos permite comprender el sistema de normas que —asumidas acríticamente— orientan las formas de sentir, pensar y actuar (Butler, 1997/2001; Foucault, 1975/1976, 1979; Pujal, 2007).

A continuación, presentamos los resultados del análisis de repertorios interpretativos. Con el objetivo de facilitar la comprensión del análisis y la lectura del mismo, se presentan las concepciones principales sobre el amor que las y los jóvenes construyen a través de los repertorios. Estas serán analizadas identificando y explicitando la función del empleo de las diferentes estrategias retóricas empleadas en sus intervenciones.

Las citas textuales de corpus presentadas en este apartado son re-analizadas a partir de las ya propuestas por Sánchez-Sicilia y Cubells (2019)².

Características del repertorio interpretativo del amor romántico

Sin amor estamos incompletos

La palabra *encontrar* aparece de manera frecuente a lo largo del material analizado. La definición de *encontrar* hace referencia primero a dar con alguien o algo que se busca y, en segundo lugar, a dar con algo o alguien sin buscarlo. Observamos referencias a la primera acepción de la palabra *encontrar*, la cual comprendemos como una **metáfora muerta o zombi**, ya no es percibida como una metáfora, sino como un concepto claramente definido, como la realidad misma (Lizcano, 1999, p. 42). La expresión “*encontrar* el amor” destaca por la agencia en su búsqueda:

Presentador: ¿Por qué dejaste el trono y estás aquí ahora?

Público Fran: ° ☺ No, porque yo ya he **encontrado** el amor ☺ °.

Presentador: ¿Has **encontrado** el amor?

Público Fran: ☺ Sí((ríe)) fuera de aquí y todo ☺ (FilmNight Barcelona, 2015a)

(...) < ¿tú ya has **encontrado** el amor?, ¿has **encontrado** el amor o no? >

(presentador). (FilmNight Barcelona, 2015c)

En esta misma línea, encontramos referencias a *perder*, entendido este como dicho de una persona: No hallar o dejar de tener aquello que poseía, sea por descuido o culpa del poseedor, sea por desgracia o contingencia. Apreciamos la connotación negativa que presenta esta expresión en las acepciones presentadas. Del mismo modo que en el caso anterior, comprendemos las expresiones de este estilo como **metáforas muertas**. En la próxima interacción se recoge esta idea:

Presentador:(...) ¿qué les dirías a nuestros tronistas? (...)

² Consultar el apartado “Consideraciones ético-legales” de la sección metodológica.

Público Fran: Pues que lo **encuentren** que van un poco **perdidos** y yo qué sé.

Presentador: ¿Tú también ibas **perdido** no?

Público Fran: Bueno, un poquillo ((ríe)). (FilmNight Barcelona, 2015a)

La expresión *encontrar el amor* nos remite a la consideración de construir el fenómeno amoroso como algo externo que espera a ser buscado y encontrado. Se trata de un **mecanismo exteriorizador** que ubica al amor como algo externo a nosotros y, por tanto, fuera de nuestro control. Este *se evade* de nosotros, no perdemos el amor, sino que vamos perdidos, una parte de nosotros mismos se ha esfumado y es esta la que debemos buscar y encontrar nuevamente para así volver a completarnos. Esto hace referencia a los **lugares de persona y esencia**. Es decir, al “hecho de conceder un valor superior a las personas en calidad de representantes bien caracterizados por esta esencia” (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 163). En este caso, la esencia se refiere al amor y, por tanto, aquellas personas que posean esta esencia serán considerados individuos completos.

En esta misma línea, en el material analizado también observamos referencias a *conocer*, entendido este como el ejercicio de entender, advertir, descubrir... algo o alguien. En este caso se hace referencia al amor. A continuación, presentamos algunas de las metáforas muertas identificadas en el análisis:

Laura viene (...) a **conocer** de verdad el amor (tronista Laura). (FilmNight Barcelona, 2015c)

(...) ¿qué esperas del programa? ¿**conocer**, encontrar el amor? (presentador).

(FilmNight Barcelona, 2015c)

Asimismo, en este apartado apreciamos una **máxima** tradicionalmente aceptada: *el mito romántico de la media naranja*, la creencia de que existe alguien singular y único que está predestinado en cierta forma a estar con nosotros y completarnos como persona (Yela, 2000).

El amor surge de forma espontánea

La palabra *suerte* se entiende como algo fortuito o casual. La palabra *surgir* hace referencia a aparecer o manifestarse, brotar. Nuevamente observamos el empleo de **metáforas** que a construyen el amor como algo externo a nosotros:

Pues venimos a ver (...) que quieren **buscar** y si **surge** el amor (invitada Carolina).

(FilmNight Barcelona, 2015a)

Porque fuera (...) no he tenido la **suerte**, he estado tres años de relación y:::por desgracia mira (...) (pretendiente Carla tronista Alex). (FilmNight Barcelona, 2015b)

Consejero: ¿Esperas encontrar aquí el amor de tu vida?

Tronista Alex: De mi vida no creo((ríe)) pero= (incomprensible, 2).

Consejero: =Bueno, vamos a ver si hay **suerte**. (FilmNight Barcelona, 2015a)

Observamos la **contraposición** entre buscar (se toma parte activa en ella) y surgir (no depende de nosotros) que conlleva el efecto de comprender el amor como algo que escapa de nuestro control. Lo podemos *buscar*, pero no es seguro que lo *encontremos*, es una cuestión de *suerte* y de que *surja*. Somos agente y ente de manera simultánea en la búsqueda y el surgir, respectivamente del fenómeno amoroso. Apreciamos como, a pesar de tomar parte activa en su búsqueda, sus resultados escapan de nuestras intenciones. Esto trae a colación la división entre **lugares para románticos y clásicos**, donde los primeros hacen referencia al carácter de lo irremediable (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 167) en este *surgir* del amor.

El amor es incomprensible

Solucionar, aconsejar y ayudar son tres expresiones que aparecen de manera constante a lo largo del programa. Estas son habilidades que ostentan unos pocos, aquellos que en el programa ocupan aquellas *claves* para encarar este fenómeno que pareciera escapar de las intenciones de los adolescentes. El amor se construye como un problema que debemos solucionar con los consejos o la ayuda de otros. Mostramos nuevamente **metáforas muertas** respecto al tema:

Vengo (...) para **aconsejarles** en el amor a ver si lo **encuentran** (invitada Ariadna).

(FilmNight Barcelona, 2015a)

Quiero presentaros a dos **consejeros del amor** (...) Dos managers y representantes que tienen **la clave del amor**, la tienen, **la solución** (...) dispuestos a **ayudar en el amor** a nuestros tronistas (presentador). (FilmNight Barcelona, 2015a)

Se hace presente la relación de poder existente entre aquellos que ocupan posiciones de expertos, ya sea por función en el programa o por edad, y los adolescentes, quienes parece están deslegitimados para encontrar el amor por sí solos. Apreciamos cómo para los adolescentes es algo que consideran que escapa de sus conocimientos. Este apartado recoge la contraposición entre el amor líquido y el amor romántico, presentados como racional e irracional respectivamente (Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018).

La batalla en la conquista del amor

Comprendemos el término *batalla* como el conjunto de acciones ofensivas dirigidas a conseguir un objetivo. En nuestro caso, el objetivo sería encontrar el amor y, para esto, se traen términos como *pelea*, *guerra*, *lucha*, para poder conquistarlo. A continuación, presentamos **metáforas muertas** que reflejan esto:

(...) soy una niña que me gusta **luchar** por lo que quiero (...) (pretendiente Anna tronista Alex). (FilmNight Barcelona, 2015e)

•↑Tú no puedes estar ahí de brazos cruzados, tú tienes que venir aquí a **luchar**, a **conseguirla**↑•, te gusta ella (2) pues a por ella, a **pelear** (consejero). (FilmNight Barcelona, 2015g)

En las referencias anteriores se alude a esta idea de que es necesario un ejercicio de fuerza para lograr el amor, para poder conquistarlo.

(...) Toma asiento al lado de tu compañera y también de tu **contrincante** (presentador). (FilmNight Barcelona, 2015c)

↑¿Vienes, vienes **guerrera** o no vienes **guerrera**? ↑ (presentador) (FilmNight Barcelona, 2015c)

En estas referencias, el presentador emplea el **conduplicatio** (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 280) para hacer hincapié en *guerrera*, duplicando no solo el efecto de presencia, sino cargando de valor al segundo término. Asimismo, destaca el uso **metonímico** (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 277) de *contrincante*. Además, se suma la idea de que no solo combatimos contra una fuerza imaginaria que nos dificulta

la conquista del amor, sino que competimos con el resto que, al igual que nosotros, están en esa búsqueda del amor.

Donde hay celos hay amor

A lo largo del material se recogen intervenciones donde los celos son comprendidos como una cualidad deseable y una prueba de amor. A continuación, mostramos ejemplos de metáforas muertas al respecto. Metáforas que -recordemos-, lejos de eliminar la potencia metafórica, la refuerzan pues, al permanecer inconsciente, hace imposible el control sobre la ficción que la conforma (Lizcano, 1999, p. 42). En este caso, la ficción vendría definida por la idea de que amor y celos “van conjuntamente de la mano”:

Presentador: Paula ¿qué esperas de un chico?

Tronista Paula: Pues:::, no sé, **lo normal**, que me trate bien, que sea **celoso**, que esté por mí, que le de igual lo que diga la gente=.

Presentador: = ↑Que sea **celoso** eh↑.

Tronista Paula: Sí.

Presentador: ¿Para que **te dedique más tiempo a ti**? ¿O para que esté=?

Tronista Paula: = Claro, **donde hay celos hay amor**.

Presentador. **Genial** (1) ¿Qué edad tienes Paula? (FilmNight Barcelona, 2015c)

En esta intervención apreciamos la connotación positiva que se le confiere a la presencia de celos, pues se trata de una característica deseable que deben tener aquellos chicos que vienen a pretenderla. Prestamos especial atención a cómo normaliza su respuesta, *lo normal, claro*. Asimismo, el presentador - una de las figuras que más poder ostenta - muestra un discurso igualmente positivo tras los celos, *para que te dedique más tiempo a ti*. En este caso, observamos cómo el presentador, en lugar de “escandalizarse” o confrontar tales declaraciones, **repite** lo que acaba de decir la tronista para hacerlo aún más visible: *celoso eh*. Del mismo modo ocurre ante la intervención que titula este subapartado, ante la cual el presentador responde un *genial*, **corroborando** esta intervención. A continuación, presentamos otras referencias al respecto:

Consejero: ¿Te gustan **celosos**?

Tronista Paula: A mí sí. Yo prefiero, **si un chico no es celoso es porque no le importas**. (FilmNight Barcelona, 2015c)

(...) El único que le da importancia a Paula es el primer chico de allí, que los otros ni hablan ni nada sobre la foto de Carles (...) (Público Arnau). (FilmNight Barcelona, 2015g)

Se mantiene la idea de que donde hay celos hay amor; ser celoso o sentir celos y que la persona te importe van de la mano. En la última cita de público Arnau hace referencia a una fotografía en la que la tronista se muestra en una posición cariñosa con un pretendiente. En esta intervención se muestra cómo sentir celos refleja que la otra persona te importa. A continuación, haremos especial hincapié en cómo destaca que todos los pretendientes que entran para Tronista Paula resultan ser celosos. De este modo, entendemos que han comprendido que para ella esto es una característica deseable y no dudan en presentarla como una cualidad destacable de su persona:

Consejera: ¿Eres cariñoso?

Pretendiente Oriol tronista Paula: Muy cariñoso, también **soy un poco celoso**. (FilmNight Barcelona, 2015c)

Presentador: ¿A qué te dedicas? (...)

Pretendiente Mateu tronista Paula: Estoy en prácticas de mecánica y hago gimnasia en barra y::: **soy un poco celoso** y cuando voy a una relación voy a to=

Presentador: =<Perdón, perdón un momento>, ¿**celoso? Te gustaban celosos** (dirigiéndose a tronista Paula) (FilmNight Barcelona, 2015d)

Pretendiente Fabio tronista Paula: (...) No no, pero me gusta::: todo(1). Bueno, a ver, todo de físico.

Presentador: ¿Cómo eres? ¿**eres celoso?**

Pretendiente Fabio tronista Paula: [**Si, soy celoso**]

Presentador: [¿De dónde provienes?]

Pretendiente Fabio tronista Paula: **Si, soy celoso**

Presentador: ¿**Eres celoso?**

Pretendiente Fabio tronista Paula: Si

Presentador: ¿De dónde eres? ¿eres de aquí? (FilmNight Barcelona, 2015g)

Bueno tiene razón el chaval porque, bueno, yo quiero recordar una cosa (1): los pretendientes ella **los pedía celosos, son los tres celosos** (...) (consejero) (FilmNight Barcelona, 2015g).

Prestamos especial atención a la **repetición** como forma de duplicar el efecto, como una manera de reproducir y hacer visible este discurso. Y volvemos a hacernos mayor eco cuando la repetición es usada por las figuras *expertas* con su poder legitimador para construir y dirigir este discurso. En la segunda interacción se observa cómo el presentador hace referencia en este tema y lo repite. En la tercera interacción parte con la idea de que los celos son una característica positiva y lo plantea con la intención de obtener una respuesta cómplice. Por último, en la última intervención, el consejero vuelve a repetir esta idea y además **corrobora** la idea anteriormente planteada *-Bueno tiene razón el chaval-* legitimando así el derecho a pedir explicaciones por esas fotos y, por tanto, a mostrar celos porque ella los pedía así.

De las interacciones de este apartado destacamos la presencia de una **máxima** aceptada tradicionalmente, como es el *mito romántico de los celos* (Yela, 2000), la creencia de que los celos son una muestra de amor verdadero y que su falta indica ausencia de amor o de interés hacia el otro.

En el amor soy todo/a y solamente tuyo/a

Fidelidad, exclusividad y pertenencia, son nociones que pertenecen a los **valores concretos y de unicidad**, donde desvelar el carácter único de algo es valorizarlo por el hecho mismo (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 136). A lo largo de las intervenciones encontramos referencias a esta idea:

El prototipo de chica: realmente no tengo ninguno, mientras sea **fiel** (...) Tampoco me gusta que me mientan, o sea, sinceridad ante todo (2) y::: sobre todo **fidelidad**, que no, (x) od- o sea soy muy celoso, **odio que (2) se hablen con más, tonteen** (...) (tronista Alex). (FilmNight Barcelona, 2015a)

Observamos una exclusividad que trasciende las categorías de exclusividad sexual y emocional, hacia una fidelidad y exclusividad de pensamiento, de palabra y tiempo:

Pretendiente Mateu tronista Paula: Y **voy a todas en una relación** (...). Cuando estoy en una relación **voy con la mente pensando en ella** (Incomprensible, 2).

Tronista Paula: **Eso me gusta eh.**

Presentador: <**Genial, o sea tu tiempo, o sea tú eres para ella, solo para ella, todo tuyo para ella**>.

Pretendiente Mateu tronista Paula: Sí. (FilmNight Barcelona, 2015d)

En esta intervención destacamos el uso de **metáforas** muertas que refieren fidelidad y exclusividad pronunciadas por el pretendiente. Asimismo, destacamos la **corroboración** de la tronista confirmando lo anteriormente señalado y legitimando esta idea; y la corroboración del presentador, *genial*, de nuevo reproduciendo y haciendo legítimo el discurso romántico y la corroboración hacia el discurso romántico anterior. A esto, añadimos el empleo de la **metábole** durante la intervención del presentador al repetir la misma idea de la exclusividad con diferentes palabras *o sea tu tiempo, o sea tú eres para ella, solo para ella, todo tuyo para ella*, también a modo de **epanortosis**, con la intención de **amplificar** cada expresión anterior; La lealtad, la exclusividad incluso de tiempo como **lugares de cualidad**: el valor de lo único como original, se destaca, distingue, agrada. Presentamos algunos ejemplos más de este fenómeno:

Presentador: Paula ¿qué esperas de un chico?

Tronista Paula: Pues::: no sé, lo normal, (...) **que esté por mí, que le de igual lo que diga la gente**

(...)

Presentador: **¿Para que te dedique más tiempo a ti?** (...) (FilmNight Barcelona, 2015c)

En las intervenciones analizadas observamos algunos recursos encaminados a **amplificar** la intensidad de los sentimientos que se expresan. Anita Pomerantz (1986) expone que las personas minimizamos o maximizamos los argumentos o hechos que queremos destacar, recurriendo incluso a los casos extremos para describir las situaciones de manera interesada. En el siguiente fragmento se muestra cómo por medio de la **repetición** se lleva al extremo, y se valoriza la importancia atribuida a la fidelidad:

(...) sobre todo **fidelidad**, que no, (x) od- o sea soy **muy** celoso, **odio que (2) se hablen con más, tonteen o sea lo odio, lo odio (1) lo odio mucho**, (...). (tronista Alex) (FilmNight Barcelona, 2015a)

En esta intervención observamos cómo se **maximiza** esta necesidad de fidelidad y exclusividad a través de la constante repetición de la palabra *odio* hasta en unas cuatro ocasiones, complementado este último por el adverbio de cantidad *mucho*. En esta última interacción, el adverbio de cantidad *muy* enfatiza en esta idea de los celos como una cualidad deseable a poseer.

Siguiendo con el tema de la fidelidad y exclusividad, apreciamos cuatro referencias a este tema a modo de **metáforas**:

(...) Se lió en in time **con uno**, en la feria **con otro y vete a saber Dios** = ((el público ríe))= **con cuántos** (público Arnau). (FilmNight Barcelona, 2015e)

Que no quiero seguirla conociendo y ya está (3). No quiero que esté aquí **si se va liando con otros** (tronista Alex). (FilmNight Barcelona, 2015e)

Se puso a perrear **con uno en medio de todo el mundo** (...) (público Pau). (FilmNight Barcelona, 2015e)

Pero es que **lo está diciendo todo el mundo** (tronista Alex). (FilmNightBarcelona, 2015e)

Destacamos el uso de cuatro **metáforas muertas** en estas referencias, donde se **maximiza**, se potencia a través de ellas la supuesta falta de exclusividad por parte de la pretendiente, *vete a saber Dios con cuantos, se va liando con otros, en medio de todo el mundo, lo está diciendo todo el mundo*. Se **amplifica** aún más esta idea cuando, a modo de **sinécdoque**, reemplazan *las personas que había en ese momento*, por *todo el mundo*. Metáforas utilizadas para dar veracidad a su discurso. Apreciamos cómo se **valora** la exclusividad, lo **único**, en contraposición a lo accesible, a lo múltiple. Continuando con el empleo de **metáforas**, nos centraremos ahora en aquellas que aluden al amor como una conquista, en la que uno debe dar el **máximo**:

(...) viene::: con ganas de guerra (1) viene e::: dispuesta a **darlo todo**, y sobre todo a **comerse a sus pretendientes** (...) (presentador). (FilmNight Barcelona, 2015c)

Presentador: ¿vienes, vienes guerrera o no vienes guerrera?

Tronista Laura: Vengo **a darlo todo**. (FilmNight Barcelona, 2015c)

Consejera: ¿(...) vienes a por él... y **a darlo todo** no?

Prendienta Laia tronista Alex: Sí (FilmNight Barcelona, 2015b)

Las citas de este apartado traen a colación dos **máximas** tradicionalmente aceptadas, como son el *mito romántico de la fidelidad*, la idea de que todos los deseos afectivo-sexuales deben satisfacerse exclusivamente con la pareja (Yela, 2000) y el *mito romántico de la exclusividad*, la creencia de que solo podemos sentir amor o enamorarnos de una única persona a la vez (Yela, 2000).

La dualidad femenina/masculina en el repertorio del amor romántico

La socialización diferencial de género en el amor se expresa de forma transversal a lo largo de todo el material. A pesar de ello, hemos considerado imprescindible dedicarle un espacio propio. Como ya hemos indicado, trabajamos desde las perspectivas del dualismo masculino/femenino. Frances Olsen (2000) sostiene que los hombres se han identificado y apropiado de un par del dualismo: lo racional, el pensamiento, lo activo, la razón, la cultura, lo objetivo, el poder, lo abstracto, lo universal. Por el contrario, las mujeres resultaron proyectadas hacia el otro par y fueron identificadas con la emoción, lo irracional, lo pasivo, el sentimiento, la sensibilidad, la naturaleza, lo subjetivo, lo concreto, lo particular. Hemos organizado el análisis por apartados y características duales reseñables, con el fin de proporcionar una mayor comprensión del fenómeno que aquí estudiamos. El estudio de este apartado será abordado principalmente a partir del análisis de género que nos proporcionan los estudios del dualismo y las referentes en estudios de género. Asimismo, recogeremos algunas figuras retóricas que por su relevancia y efecto destaquen a lo largo del análisis.

Como mujer, necesito ser cuidada. Como mujer, necesitas ser cuidada

A lo largo del material se hace visible el dualismo actividad/pasividad, poder/sensibilidad (entendida también como poder/subordinación) y fortaleza/fragilidad, a las que hace referencia Olsen (2000). La mujer se presenta y es presentada como un ser que precisa protección. Bourdieu (1998/2001) sostiene que las construcciones sobre feminidad y masculinidad se escriben sobre el cuerpo que, de alguna forma, está relacionado con la manera como se ha propuesto el empleo de la fuerza. Un ejemplo de esto sería hablar de la fuerza superior masculina, frente a la fragilidad emocional y física femenina.

En este caso, no hemos encontrado la inversión de un dualismo por género. Es decir, no hemos observado, por lo general, casos en los que la pasividad, la fragilidad y la sensibilidad (o subordinación) se presenten en el polo masculino, ni los asociados al polo masculino en el femenino. A continuación, presentamos referencias de esta dualidad:

(...) Me gusta una chica con **carácter**, también **que me marque, que no sea yo quien diga todas las cosas, que me ponga a raya** (...) (Tronista Carles). (FilmNight Barcelona, 2015a)

En la referencia anterior, el tronista parece dotar de agencia a las mujeres, al referirse a ellas con las expresiones *con carácter, que me marque*; pero esta intervención trae a colación las palabras de Kate Millet (1969) cuando recogía que “un mínimo de cultura en las mujeres resultaba de mayor agrado para los hombres que la ignorancia completa y mantenía al mismo tiempo su tan deseable inferioridad”. El hombre se sitúa en una posición de poder, mientras que la mujer es relegada a una situación de subordinación. Esto se hace visible en la expresión *que no sea yo quien diga todas las cosas*, empleada como mecanismo de **amplificación del sentimiento** de superioridad. Observamos el empleo de dos **metáforas muertas** que se encuentran antes y después de la cita anterior, *que me marque, que me ponga a raya*. Mediante el uso de dichas metáforas cede, le otorga la opción de que sea ella quien ejerza también ese poder en la relación, pero, volviendo a la cita que amplifica el sentimiento, lo estaría en una situación subordinada. A continuación, presentamos referencias a esta idea de cuidados asociados a la indefensión:

(...) es una grandísima persona (...) y **sobre todo** (1) **cuida a las mujeres**, que es lo que tú no sabes hacer. (Público Arnau). (FilmNight Barcelona, 2015b)

Esta cita tiene lugar antes de que ellas expliciten esta *necesidad de cuidado* y cabría descartar, por tanto, que se haya utilizado como estrategia de agrado. Prestar atención al uso del *sobre todo*, empleada como estrategia para **amplificar** esta idea que aquí estamos mostrando. Esta intervención nos recuerda las palabras del sociólogo Hugo Beigel (1951), quien hacía referencia al amor cortés y a la galantería como un disfraz y un paliativo de la injusticia inherente a la posición social de las mujeres. Asimismo, es empleado para crear una división entre aquellos que ostentan este rol protector de activo/poder y aquellos que no, *que es lo que tú no sabes hacer*. La consideración de la fragilidad femenina se hace presente a través de esta **metáfora** del cuidado:

El chico ideal ya no lo necesito (1) **solo necesito que::: me traten bien, que sepan cuidarme** y que estén solo por mi (Tronista Laura). (FilmNight Barcelona,2015c)

En la intervención anterior, apreciamos cómo esta necesidad de cuidado no solo es legitimada por el género masculino, sino también por el femenino. La expresión *solo necesito*, **amplifica** esta fragilidad femenina, subordinada al cuidado masculino. Del mismo modo, a pesar de que el empleo de la metáfora *chico ideal*, nos anima a comprender este tipo de chico como un hombre completo donde, según el repertorio romántico, se incluiría también este cuidado/protección como una cualidad que forma parte de este ideal. A pesar de ello, la tronista muestra su negativa a este tipo de hombre y apuesta por un hombre cuya función principal sea mantenerla en esta situación. Por último, en la siguiente cita, la **metáfora** de la protección emerge mediante su variante más física. Primero, por medio de la **repetición**, el presentador hace hincapié en un deporte de defensa personal y es entonces cuando la tronista visibiliza esta fragilidad física y **corrobora** su misma intervención anterior: *está bien*. A pesar de que físicamente no le atrae su pretendiente, muestra interés por él cuando hace acto de presencia su fuerza masculina, de su ser protector:

Tronista Laura: A ver (1) ¿aficiones?

Pretendiente Roberto tronista Laura: Fútbol, boxeo y Muay.

Presentador: Boxeo, movidito ¿te gusta?

Tronista Laura: **Bueno, que me sepa defender** (1) está bien. (FilmNightBarcelona, 2015c)

Esta última intervención nos remite a las palabras pronunciadas por Simone de Beauvoir (1949/1969):

La mujer ya ha sido privada naturalmente de las lecciones de la violencia: ya he dicho hasta qué punto la inclina a la pasividad su debilidad física; cuando un muchacho resuelve una pendencia a puñetazos, adquiere conciencia de que puede confiar en sí mismo para su propia defensa. (p. 407)

La mujer es cuerpo. El cuerpo es propiedad

En este apartado, hacemos referencia a cómo el cuerpo femenino es objetivado sexualmente. Al igual que comentamos en el apartado anterior, no hemos encontrado por

lo general referencias o, al menos, tan explícitas como las que mostramos a continuación, en las que la utilización del cuerpo sitúe en una posición subordinada o cosificada al polo masculino. Considerar a la mujer como cuerpo, conlleva posicionarla en una situación de pasividad y subordinación, carente de agencia. Sandra Lee Bartky (1990) hace uso del término objetivación sexual cuando se refiere a la definición de una persona por sus partes o funciones sexuales, al aislarlas del resto de su personalidad y, de esta forma, separarla del todo y reducirla a instrumentos que logran representar al sujeto dominado:

Público Cristian: La Paula (...) tenía una **P, tatuada en el pecho**.

Presentador: ¿En el pecho tienes una **P tatuada**?

Tronista Paula: No, me lo hice con lo de los ojos.

Público Cristian: (...) **era una P de Pau, era una P de Pau**. (FilmNight Barcelona, 2015d)

Dibujarse la inicial del chico que le gusta en el pecho se asocia con la emoción del amor romántico, la emoción se relaciona con el corazón, el corazón se localiza en el pecho. Podríamos interpretar que se hace referencia a que mi corazón es tuyo y yo soy tuya. Esta expresión posiciona a la mujer como una propiedad transitoria. Hacerlo con algo tan efímero como la tinta de un lápiz de ojos o rímel haría referencia a la superficialidad con la que se establecen los vínculos relaciones (Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018). En este caso, la mujer es quien se sitúa como propiedad, al igual que observamos a continuación:

Tronista Carles: (...) fíjate bien en ella.

Tronista Alex: ☺ Si, lleva un **colgante con mi nombre** ☺ .

Consejera: ¿Ah sí?

Tronista Alex: ☺ **Y sí, es muy bonito** ☺ .

Consejero: ¿Y por qué llevas un **colgante con su nombre**?

Pretendiente Laia tronista Alex: Lo veo cada dos semanas y (2) **quiero algo que me recuerde a él cada día**.

Consejera: **Muy bien (2) encima, encima romántica.** (FilmNight Barcelona, 2015e)

Al igual que en la intervención anterior, la chica porta en su cuerpo el nombre del chico que le gusta, mostrándose de nuevo como perteneciente a este. Al igual que en el caso anterior, el hecho de sacarse el colgante la desvincula de él. Prestamos especial atención a las estrategias de **corroboración** que apoyan lo acontecido. Primero con la reacción del tronista - *Y sí, es muy bonito-*, el cual se muestra encantado con ello. Y seguido, cuando la consejera del amor valora su gesto con el uso del **conduplicatio** *Muy bien, encima, encima romántica.* Estas dos referencias anteriores nos remiten a las palabras de Ana De Miguel (2015) sobre el significado dado al amor por parte de las mujeres: “el amor puede ser algo muy valioso en la vida de los hombres, pero nunca el sentido de su vida, algo que sí podría seguir siendo para las mujeres”. En la próxima cita, a través del empleo **metonímico**, la pretendiente queda desprovista de cualquier cualidad de su personalidad y queda reducida a sólo cuerpo, uno subordinado, pasivo y frágil, al igual que una muñeca:

Tronista Carles: A primera impresión es como una **mini Barbie.**

Presentador: ↑Una **mini Barbie**↑, una mini Barbie.

(...)

Presentador: **Una mini Barbie.** (FilmNight Barcelona, 2015e)

En esta referencia vemos como la chica es considerada por el tronista como una muñeca. Una muñeca viene a ser un objeto frágil, manejable y subordinado a las manos de quien la posee. Ya no solo destacamos el referirse a ella como *Barbie*, sino el **amplificar** el sentimiento de inferioridad con la expresión *mini*, la cual es repetida a modo **anafórico** las mismas cuatro veces que *Barbie*, mediante la cual se le dota de una subordinación aún menor a la ya de por sí dada a una muñeca. Para ir concluyendo este subapartado, en la próxima referencia, una pretendiente vuelve a ser objetivizada sexualmente. De este modo, prestamos especial atención a la interacción no verbal que se nos presenta entre paréntesis - *hace gestos con las manos y le echa una mirada de arriba abajo-* y cómo se ajustan al concepto de objetivación sexual propuesto por Lee Bartky (1990):

Presentador: ¿Te quedas? ¿Carles, te gusta?

Tronista Carles: **Mm:::(4) no se.** ((hace gestos con las manos y le echa una mirada de arriba a abajo))

Presentador: (...) Para presentar a la siguiente y para continuar el programa debes decir si se queda o se tiene que ir.

Tronista Carles: **¿No puede ser cuando pase alguna más?**

(...)

Presentador: ¿entonces la dejas o no la dejas?

Tronista Carles: **Déjala, pero::: quiero que pase alguna más.**

Presentador: **La dejo, la dejo** (...). (FilmNight Barcelona, 2015e)

Lo masculino es hombre, lo femenino es mujer

En este apartado atendemos al rechazo al ser asociado o al mantener un polo del dualismo que no te viene socialmente dado. Profundizamos en la contradicción que provoca asociar a las mujeres con las cualidades del polo masculino y cómo el polo femenino es denigrado y glorificado al mismo tiempo (Olsen, 2000). Por último, analizamos el rechazo social al hombre que no se comporta en consecuencia a las características tradicionales asociadas al polo masculino (Bourdieu, 1998/2001). Hemos estado observando a lo largo del material contradicciones entre cómo se presenta a las mujeres, y cómo estas se muestran:

Ella promete ser diferente (...) es una princesa guerrera. Pues (1) vamos a conocer a esta princesita. (presentador). (FilmNight Barcelona, 2015b)

En esta intervención, el presentador mediante el uso **metonímico**, dota a esta *princesa* la capacidad de actividad, poder, la fuerza asociada a lo masculino de la guerra. Inmediatamente su discurso entra en una contradicción al eliminar el apelativo *guerrera* y **minimizando** el de *princesa* añadiendo el sufijo -ita, mediante el cual potencia esta fragilidad y subordinación femenina.

(...) viene::: **con ganas de guerra** (1) viene e::: dispuesta a darlo todo, y sobre todo a comerse a sus pretendientes (...) (presentador). (FilmNight Barcelona, 2015c)

Presentador: ¿vienes, **vienes guerrera o no vienes guerrera?**

Tronista Laura: Vengo a darlo todo. (FilmNight Barcelona, 2015c)

En estas intervenciones observamos cómo el presentador emplea el uso **metafórico** de la guerra para dotar de poder y agencia a las mujeres, pero, a pesar de su intención, unos segundos después de esta intervención, las dos tronistas y algunos chicos participantes hacen hincapié en la necesidad de la protección a las mujeres. Como hemos indicado, en segundo lugar, analizamos cómo el polo femenino del dualismo es simultáneamente denigrado y glorificado:

Consejera: ¿Diferente por qué? (...).

Pretendiente Laia tronista Alex: **Porque no me considero::: como (2) como una guarra de las tantas que hay.**

Tronista Carles: ((ríe)) ☺ ha llamado a todas las niñas guarras ☺ .

Consejera: ¿No te consideras una guarra (1) como quién?

Pretendiente Laia tronista Alex: **Como todas.**

Tronista Carles: ↑Bua, este:::, ESPERA, ESPERA, ESPERA, ESPERA, [ESPERA, ESPERA], ¡**TODAS!** ↑.

Presentador: (refiriéndose a tronista Alex) [le ha cambiado la cara].

Pretendiente Laia tronista Alex: No no.

Tronista Carles: ↑¿**Ellas son unas guarras?** ↑ (Refiriéndose a sus pretendientas).

Pretendiente Laia tronista Alex: No.

Tronista Carles: **Entonces no son todas.**

Pretendiente Laia tronista Alex. Cállate ((ríe)) He dicho luego casi todas.

(...)

Tronista Carles: Ah vale, vale, vale.

Presentador: Uy uy, casi todas, pero a él le ha cambiado la cara.

Consejero: ¿**Te gusta eh?**

Tronista Alex.- Sí sí.

Presentador: ¿Por qué te ha cambiado la cara?

Tronista Alex: Eh?, no, porque es muy guapa y:::.

Consejera: =**Le gusta su carácter.**

Tronista Alex: Si, y me gusta. (FilmNight Barcelona, 2015e)

La pretendiente se muestra como un valor **único, concreto**... Como hemos visto, lo único es original, se distingue, puede expresarse por oposición a aquello vulgar, banal, común... valores que constituyen lo múltiple como despectivo (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 153). En este caso lo múltiple responde al empleo de *todas o casi todas* - mediante la **sinécdoque**- para referirse a las mujeres que muestran conductas líquidas (Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018). La pretendiente se distancia de lo que hasta ahora se había asociado como característico del polo femenino, del sentimiento, de lo emocional, de lo irracional y se acoge al pensamiento, a lo racional, al uso de la razón masculina. Su discurso es interpretado de manera positiva, pues se ha situado en el polo superior de esta jerarquía y además muestra **valores concretos** propios de los **lugares de calidad** y, por tanto, de las nociones de lealtad, fidelidad, compromiso... propias del discurso romántico. Como recoge Olsen (2000), las características del polo femenino son glorificadas y denigradas al mismo tiempo. En los subapartados anteriores hemos observado cómo las mujeres eran glorificadas por mostrarse pasivas, subordinadas, frágiles... y, al mismo tiempo -como observamos en este subapartado- es denigrada por mostrar características del polo dual que se le ha asociado, es decir, por ser emocional, irracional, por dejarse llevar por el sentimiento. En la referencia anterior observamos la **amplificación** del sentimiento de incredulidad ante las declaraciones de la pretendiente. Esto lo observamos en un primer momento cuando uno de los tronistas mediante la **repetición** de la palabra *espera* y de *todas*, parece mostrar disconformidad con dichas declaraciones, pero si prestamos atención a la continuación de la intervención, nos percatamos de que lo único que le importaba era que no se le aplicase esta característica a sus pretendientes. En referencia a esta intervención, Simone de Beauvoir (1949/1969) nos presenta la siguiente idea:

La idea de posesión es siempre imposible de realizar positivamente; en verdad, nunca se tiene nada ni a nadie; por tanto, uno intenta cumplirlo de un modo

negativo; la manera más segura de afirmar que un bien es mío, consiste en impedirle a otro que lo use (De Beauvoir, 1949/1969, p. 80)

El tronista establece una división entre *todas* -haciendo referencia a aquellas que se asocian con lo múltiple, que no muestran nociones de fidelidad, lealtad...- y las *suyas*, a las que prefiere que no se las asocie con esta cualidad de lo múltiple, característica de los **lugares de cantidad**. Asimismo, como estrategia de **amplificación** de lo que la pretendiente acaba de decir, se utiliza el *casi*, con el cual se legitima y se “quita peso” a sus palabras y el tronista, mediante la **repetición y corroboración** -*ah vale, vale, vale*-, confirma esto que esta acaba de decir. El presentador se percata de la reacción del tronista, los consejeros **corroboran** esto presentándolo como algo que ha sido percibido de manera positiva -*¿te gusta eh?, le gusta su carácter*- y simultáneamente el tronista corrobora lo que acaba de suceder, respondiendo de manera afirmativa a esto.

Por último, analizamos el rechazo social que se produce cuando los chicos no se comportan en correspondencia con las características asociadas a su polo masculino. La racionalidad, la razón y el pensamiento son características asociadas a la masculinidad tradicional y, por tanto, se exige estén presentes:

↑Tú tienes que **tener cabeza** y (sic) irte↑ (Público Luis). (FilmNight Barcelona, 2015g)

Yo, de vosotros, me iría ya (...) ¿y **el orgullo**, chavales?, iros de aquí (...) (Público Cristian). (FilmNight Barcelona, 2015g)

Observamos el empleo de la **metáfora tener cabeza**, la cual hace referencia al hombre como ser racional, aquel que en la cualidad de hombre no se deja influenciar por la emoción. También se hace referencia al *orgullo* masculino asociado a mantener ese poder, actividad y razón.

4.1.2. Características predominantes del repertorio interpretativo del amor líquido

Del análisis realizado al material de estudio emerge no solamente el repertorio romántico, como acabamos de ver, sino también destaca la clara presencia del repertorio del amor líquido, donde destacan las prácticas líquidas (Bauman, 2003): relaciones *libertarias*, *hedónicas* y *superficiales*, abordadas de manera *racional* y siendo prácticas comunes en las relaciones *virtuales*. Estas prácticas líquidas se hacen presentes mediante el empleo

generalizado de figuras y argumentos asociados a la racionalidad o a la búsqueda de objetividad. Entre las figuras que emergen del análisis destacamos: los **lugares de cantidad**, los **lugares de lo existente**, los **razonamientos basados en las probabilidades**, los **argumentos a fortiori** y los **argumentos pragmáticos**. Aunque en menor frecuencia que las anteriores, destacamos también el empleo de argumentos de lo irreparable, polarización de virtudes y vicios, prolepsis, enlaces de sucesión del fin y los medios y enlaces de coexistencia de acto-persona.

A lo largo del análisis presentaremos cada eje, con sus respectivas dos categorías contrapuestas, una característica del amor romántico y otra del amor líquido. Posteriormente, presentamos el fragmento de la teoría de Bauman (2003), a partir de la cual han emergido estas cinco categorías. Acto seguido, se presentan las interacciones de los adolescentes y miembros que componen el programa, las cuales serán analizadas -del mismo modo que en el apartado anterior sobre el discurso del amor romántico- a través de las figuras retóricas y, de argumentación que recogen Perelman & Olbrechts-Tyteca (1989) y el estudio de las metáforas de Lizcano (1999; 2006). Asimismo, este proceso de análisis lo llevamos prestando atención a las construcciones, variaciones y funciones que derivan del análisis de repertorios interpretativos. A lo largo del análisis, se repetirán algunas intervenciones del material que previamente han sido analizadas en el apartado anterior. Aun así, hemos considerado necesario traer las intervenciones nuevamente para ser analizadas desde la metodología que se ocupa en este apartado.

Las citas textuales de corpus presentadas en este apartado son re-analizadas a partir de las ya propuestas por Sánchez-Sicilia y Cubells (2018).³

Emocionalidad/Racionalidad

En una relación de bolsillo (...) debe embarcarse en la relación con total conciencia y claridad. Recuerde, nada de amor a primera vista. Nada de enamorarse... Nada de esas súbitas mareas de emoción que lo dejan sin aliento: nada de esas emociones que llamamos amor ni de esas a las que sobriamente denominamos deseo. Usted no

³ Consultar el apartado “Consideraciones ético-legales” de la sección metodológica.

debe permitir que nadie le arrebatase la calculadora de la mano (Bauman, 2003, 38)
(...) Las consideraciones técnicas no se llevan bien con las emociones (Bauman, 2003, 69).

A lo largo del análisis encontramos referencias a la contraposición entre las categorías de lo emocional (vinculado al amor romántico) y lo racional (vinculado al amor líquido). En primer lugar, presentamos aquellas citas que muestran esta irracionalidad/emocionalidad:

(...) viene::: con ganas de guerra (1) viene e::: dispuesta a **darlo todo**, y sobre todo a **comerse a sus pretendientes** (...) (haciendo referencia a Tronista Laura) (presentador)

Pretendiente Mateu tronista Paula.: **Y voy a todas en una relación** (...)

Tronista Paula.: **Tenía algo** que me gustaba (1) tenía y lo, lo sigue teniendo (...)

Esta noción del amor como algo emocional e irracional, se hace manifiesta mediante el empleo de **metáforas muertas**. *Darlo todo, comerse a sus pretendientes o ir a todas en una relación*, a modo de **hipérbaton**, amplifican y hacen énfasis en esta idea que pretende transmitir; o, como ese *algo*, recibe **el valor dado a lo único y la valoración de lo concreto**, asociado a los **lugares de cualidad**. Ese *algo*, que la tronista no es capaz de concretar, desvela el carácter único: lo nico es original, destaca, agrada, se distingue y es valorado por el hecho mismo. Estas referencias al amor como algo irracional o inexplicable entran en contradicción con la comprensión del fenómeno amoroso como un suceso racional que a continuación presentamos:

Pretendiente Sergi tronista Paula.: Ante todo quiero dejar claro que me quiero ir (...) **somos cuatro, hay poquísimas(x) prob- posib- probabilidades** (...)

↑Tú **tienes que tener cabeza y irte**↑ (Público Luis)

Yo, de vosotros, me iría ya (...) **¿y el orgullo, chavales?**, iros de aquí (...) (Público Cristian)

Las referencias anteriores bien podrían emplearse como ejemplos idóneos de esta manera que Bauman (2003, 38) utilizaba al referirse a las decisiones tomadas bajo la vía racional: “Usted no debe permitir que nadie le arrebatase la calculadora de la mano”. En estas intervenciones destacamos la presencia de **lugares de lo existente** en los tres ejemplos,

al confirmarse la superioridad de lo que existe, de lo actual, de lo que es real, sobre lo posible o eventual. Esto lo apreciamos en cómo los pretendientes valoran en mayor medida la situación actual, real...para abandonar el programa, que lo que pudiera acontecer al quedarse. Un claro ejemplo sería la intervención *somos cuatro, hay poquísimas probabilidades*, la cual no solo encaja en el caso anterior de los lugares de lo existente, sino que es remitida también a los **lugares de cantidad**, donde apreciamos una clara preferencia dada a lo probable sobre lo improbable; asimismo, el aplicar razonamientos basados en probabilidades tiene por resultado el otorgar a los problemas un carácter empírico y, por tanto, legítima y asegura esta acción futura: en este caso, abandonar el programa y, a modo de **prolepsis**, anticiparse así a las posibles objeciones que puedan presentarse. El pretendiente utiliza un **argumento pragmático**, al exponer el éxito de su toma de decisiones como criterio de validez, de objetividad, el cual se contradice con la expresión *vengo a darlo todo* de la categoría emocionalidad/irracionalidad en el amor. Apreciamos en esta categoría esta vez, un ejemplo de **metáfora muerta** en la expresión *tener cabeza*, la cual hace referencia a la toma de decisiones racional en el amor. En la última referencia, el empleo de la expresión interrogativa *¿y el orgullo, chavales?*, cuando ya previamente había mostrado su parecer, muestra un ejemplo de **epanortosis** y amplifica el sentido de una expresión anteriormente expuesta. A continuación, presentamos dos intervenciones donde, en cada una de ellas, se hace presente esta contraposición de categorías:

Público Cristian.: La Paula (...) tenía una P, **tatuada en el pecho**.

Presentador.: ¿En el pecho tienes una P tatuada?

Tronista Paula.: **No, me lo hice con lo de los ojos**

Público Cristian.: (...) **era una P de Pau, era una P de Pau**

Tronista Carles.: (...) fijate bien en ella

Tronista Alex.: Si, **lleva un colgante con mi nombre**

Consejera.: ¿Ah sí?

Tronista Alex.: **Y sí, es muy bonito**

Consejero.: ¿Y por qué llevas un colgante con su nombre?

Pretendiente Laia tronista Alex.: Lo veo cada dos semanas y (2) **quiero algo que me recuerde a él cada día**

Consejera.: **Muy bien (2) encima, encima romántica**

En las dos situaciones presentadas anteriormente, ambas pretendientas embargadas por la emoción romántica se escriben en el pecho la inicial del chico que le gusta o portan un colgante con el nombre de su tronista. Si no profundizamos más en estas situaciones, aceptamos que ambos actos pertenecen de forma inequívoca al repertorio del amor romántico. Al ahondar en estas intervenciones, emergen características a su vez propias del repertorio líquido. Esto lo apreciamos en la superficialidad, fugacidad del efecto de estos actos en el tiempo, el **enlace simbólico** presentado entre el símbolo de la inicial plasmada con un lápiz de ojos o como el colgante, y el ser amado como simbolizado, pierden su significado, al borrarse la inicial o quitarse el colgante. Por tanto, un acto que muestra a su vez características emocionales/irracionales y superficiales/racionales, nos remite a una complementación del repertorio romántico y el líquido. En este caso, al contrario de lo que apuntaría Bauman (2003), las consideraciones técnicas, si se llevan bien con las emociones, se complementan. Asimismo, nos gustaría prestar especial atención a cómo la consejera del amor, mediante un juicio de valor personal refuerza la **máxima** del amor romántico, la cual disfruta de valor y respaldo popular. Dicha intervención está avalada por ser un **argumento de autoridad**, que transmite unos discursos, unas máximas concretas, además de utilizar la repetición para duplicar el efecto de presencia.

Cuando analizamos estas intervenciones a través de la perspectiva de género observamos cómo mayormente las referencias al comportamiento irracional o emocional del amor romántico que acabamos de observar: *comerse a sus pretendientes, darlo todo*; las *estrategias de venta* románticas -en este caso complementadas con características líquidas- se asocian a las mujeres y al polo femenino. Al contrario, las expresiones racionales asociadas al amor líquido se presentan en referencia a los hombres: *tienes que tener cabeza, ¿y el orgullo, chavales?*. Esto tiene su raíz en la concepción de los dualismos masculino/ femenino, donde culturalmente se ha asociado al hombre con lo racional, lo objetivo, el pensamiento y a la mujer con lo irracional, el sentimiento, la emoción (Olsen, 2000).

Compromiso/Libertad

Bauman (2003), al inicio de su trabajo, recoge la necesidad actual de las personas de estrechar lazos, pero manteniéndolos al mismo tiempo flojos para poder desanudarlos. Desconfían todo el tiempo del *estar relacionados* y particularmente de estar relacionados *para siempre*, por no hablar de *eternamente*, porque temen que ese estado pueda convertirse en una carga y ocasionar tensiones que no se sientan capaces ni deseosos de soportar, y que pueden limitar severamente la libertad que necesitan- sí, usted lo ha adivinado- para relacionarse... (Bauman, 2003, 8). (...) El compromiso a largo plazo es una trampa que el empeño de relacionarse debe evitar a toda costa (Bauman, 2003, 10).

A continuación, presentamos intervenciones que remiten al compromiso de exclusividad monógamo del amor romántico:

Pretendiente Mateu tronista Paula.: Y **voy a todas en una relación** (...) cuando estoy en una relación **voy con la mente pensando en ella** (Incomprensible, 2)

Tronista Paula.: Eso me gusta, eh.

Presentador.: <**Genial, o sea tu tiempo, o sea tú eres para ella, solo para ella, todo tuyo para ella**>

Pretendiente Mateu tronista Paula.: Si

El chico ideal ya no lo necesito (1) **solo necesito que:::** me traten bien, que sepan cuidarme y que **estén solo por mí** (Tronista Laura)

Tronista Laura.: **Quiero tener los justos, no quiero tener muchos**, agobiarme y que luego salga mal.

La fidelidad, la lealtad o el compromiso, son nociones que pertenecen a los **valores concretos**. De ahí que su valor sea puesto en alza, al entenderse estos como fenómenos con valor de unicidad. En la primera cita expuesta, se emplean **metáforas muertas** que denotan la irracionalidad/emocionalidad propia del discurso romántico vista en la categoría anterior, pero esta vez se le suma la noción de compromiso, de exclusividad: *voy con la mente pensando en ella*. El compromiso fuera del repertorio romántico no es un término equivalente a la exclusividad, pero la exclusividad (acaparada por el discurso romántico) requiere de compromiso. Por tanto, en este eje, comprendemos la categoría de

compromiso como una característica romántica y de este modo, emplearemos la noción de exclusividad como término equivalente a compromiso. La persona tronista **corrobor**a este compromiso de exclusividad expuesto por el pretendiente: *eso me gusta, eh*. Asimismo, el presentador, como figura y **argumento de autoridad**, corrobora la **máxima** del compromiso y exclusividad como valor a tener en cuenta, por el **carácter de unicidad** expuesto anteriormente. A modo de **perífrasis**, a través del uso de la **epanortosis**, amplifica mediante las expresiones: *o sea tu tiempo, o sea tú eres para ella, solo para ella, todo tuyo para ella* la idea anteriormente expuesta por el pretendiente. Asimismo, el uso de la repetición *para ella* hace hincapié en esta idea de compromiso/exclusividad. En la segunda referencia, apreciamos el empleo de la **epanortosis** para incidir en la expresión de *no necesitar el chico ideal*, poniendo el foco en la necesidad única de cuidado, el cual en realidad hace referencia más bien a protección/sensación de seguridad que a lo que podríamos comprender como cultura de los cuidados y el compromiso de exclusividad. Esta necesidad de cuidado es recogida por Bourdieu (2001) cuando sostiene que las construcciones sobre feminidad y masculinidad se inscriben sobre el cuerpo, que de alguna manera está relacionado con la forma en como se ha propuesto el empleo de la fuerza, como sería hablar de la fuerza superior de la masculinidad, frente a la fragilidad física y emocional femenina. En la última referencia, el **argumento pragmático** de *tener los justos* supone una toma de decisiones en base a criterios de objetividad, de validez, y racionalidad, todas ellas características asociadas al repertorio líquido. Y, en este caso, estas estrategias líquidas son empleadas como manera de garantizar el compromiso de exclusividad característico del repertorio romántico.

Al contrario que en los ejemplos anteriores, observamos referencias que reflejan la intencionalidad de mantenerse libres y por tanto el rechazo a esta exclusividad:

Consejero.: ¿Esperas encontrar aquí **el amor de tu vida**?

Tronista Alex.: **De mi vida no creo**((ríe)) pero= (incomprensible, 2)

No, que yo::: venía con una idea, o sea que yo::: **no he venido aquí a perder el tiempo**, ni por fama ni nada, que yo me voy porque **estoy conociendo a otra chica fuera** (...) (Pretendiente Víctor tronista Laura)

Que no quiero seguirla conociendo y ya está (3) no quiero que esté aquí **si se va liando con otros** (tronista Alex).

Pretendiente Carla tronista Alex.: Sí, es verdad que **se ha saltado las normas** (...).

Entre las reglas del programa -diseñado en principio bajo las consideraciones del discurso romántico- destaca mantener el compromiso de exclusividad hacia tus pretendientes o hacia tu tronista, según sea el caso. Observamos cómo, a pesar de ser una regla del programa, en las tres últimas intervenciones anteriores esta exclusividad no se está manteniendo o, al menos, se está poniendo en cuestión. **Metáforas muertas** como *perder el tiempo*, denotan la carga que supone apostar por mantener el compromiso de exclusividad. **Los lugares de lo existente** confirman la superioridad de lo que es real, de lo que existe, sobre lo posible o lo eventual y, por lo tanto, el pretendiente, bajo esta premisa, ha optado de manera racional por apostar por el valor seguro de exclusividad fuera del programa. Dentro de la polarización de **virtudes y vicios**, la libertad líquida es comprendida con desprestigio; mientras que el compromiso romántico es entendido como una virtud, prestigio. Por ende, no es de extrañar la connotación negativa asociada a las referencias a la libertad líquida y se valore tanto el compromiso romántico. La presencia de formas líquidas conflictúa con la **máxima** de compromiso y exclusividad que aparecen en el programa: *se va liando con otros, se ha saltado las normas...* y, a modo de **argumento a fortiori**, si ha mostrado características del repertorio líquido (desprestigiado), no dudará en volverlas a mostrar. Haciendo referencia a la práctica líquida de fácil acceso y salida en el establecimiento relacional, las dos pretendientes que acudieron

a conocer al tronista Carles en el primer programa no aparecieron en el segundo. Y de las tres nuevas que entraron al segundo programa, solo una acudió al tercero. Asimismo, a lo largo del programa, los y las adolescentes van y vienen con completa libertad, y la exclusividad, pilar de la monogamia, brilla por su generalizada ausencia. Observamos algunas referencias que critican abiertamente la libertad líquida con la que convive el compromiso de exclusividad romántico:

(...) sobre todo fidelidad, que no, (x) od- o sea soy muy celoso (...) porque **últimamente tal como está todo**, tanto ellas como nosotros ((resopla)) **no te puedes fiar nada de nada de nada**. (tronista Alex)

Con esta crítica hace referencia a la incursión del repertorio líquido en la sociedad actual y, por tanto, reconoce una serie de características de comportamiento líquido y muestra rechazo a aquellas personas que actúan en relación con dichos presupuestos.

Sacrificio/Hedonismo

En esta época de convivencia y transición hacia las prácticas líquidas, las personas abogan por mantener relaciones satisfactorias procurando evitar cualquier atisbo de sacrificio o malestar:

Los seres humanos esperan (...) degustar las dulces delicias de las relaciones evitando los bocados más amargos y menos tiernos; como lograr que la relación les confiera poder sin que la dependencia los debilite, que los habilite sin condicionarlos, que los haga sentir plenos sin sobrecargarlos... (Bauman, 2003, 9)
(...) Los habitantes de nuestro moderno mundo líquido (...) ¿qué clase de consejo están buscando realmente? ¿Cómo anudar la relación o cómo, por si acaso, deshacerla sin perjuicio y sin cargos de conciencia? (Bauman, 2003, 12).

Observamos referencias al sufrimiento/sacrificio asociado al establecimiento de una relación romántica:

↑Tú no puedes estar ahí de brazos cruzados, tú tienes que venir aquí a **luchar**, a **conseguirla** ↑•, te gusta ella (2) pues a por ella, a **pelear** (consejero)

Acudir a un programa donde debes cumplir unas normas de exclusividad hacia tus tronistas o hacia tus pretendientes es una manera de sacrificio: sacrificas tus posibles vínculos afectivo-sexuales con otras personas, para dedicarte únicamente a tu tronista o a tus pretendientes. En esta referencia, el consejero hace empleo del **argumento del despilfarro** cuando invita al pretendiente a continuar con la situación, puesto que, ya que se ha comenzado y aceptado sacrificios que serían inútiles en caso de renunciar, es conveniente proseguir en la misma dirección. Observamos referencias a la categoría hedonismo, caracterizadas por la evitación del sacrificio/malestar por parte de los participantes:

Pretendiente Carla tronista Alex.: (...) <**yo puedo coger y me puedo ir**>, **no te voy a seguir conociendo sabiendo que has hecho eso, no puedo confiar en ti**
(...) Pretendiente Carla tronista Alex.: (...) dejas entrar a todas las garras <de de de> todos lados y encima ↑¿**pretendes que yo me quede**↑?

Encontrar pareja en el programa, como **fin** previsto, requiere de una elección de **medios**, aquellos que requieren un menor sacrificio para su consecución, gozan de un valor inherente, de cierta superioridad. En este caso, se desecha la posibilidad de aceptar la

inclusión de prácticas líquidas en las personas que participan en el programa. Requiere un menor sacrificio rechazarlas por el mero hecho de no cumplir totalmente con las cualidades románticas. En la primera referencia, la pretendiente construye la imagen de su tronista en base a sus **actos**: en este caso, actos líquidos tras verterse sobre él rumores de haber mantenido una relación con otra chica fuera del programa. Estos actos construyen su imagen de persona líquida. Como hemos visto con anterioridad, ser asociado al repertorio líquido supone ser víctima de **argumentos a fortiori**, *quien ha mentado no dudará en volver a mentir*. En este caso, quien se ha comportado en concordancia con el repertorio líquido no dudará en volver a hacerlo y esto conlleva el uso de un **argumento de lo irreparable**, al concederle carácter de **unicidad** al acontecimiento, calificado de irreparable, el cual es valorado por el hecho mismo. En nuestro caso, se observa como algo irreparable haber coqueteado con las consideraciones del repertorio líquido. En el eje anterior, en las intervenciones analizadas en la categoría de *libertad* presenciamos cómo las pretendientes no tenían problema en asistir o no al programa y, en lo que a esta categoría se refiere, anudando y deshaciendo la relación sin perjuicio ni cargos de conciencia, es decir, de manera hedónica.

Profundidad/Superficialidad

Como recoge Bauman (2003), cuando la calidad no nos da sostén, tendemos a buscar remedio en la cantidad. Con ello quiere decirnos que en la modernidad líquida las relaciones se caracterizan por un frágil y superficial establecimiento de los vínculos personales, en detrimento de las relaciones románticas profundas donde ahondamos en conocer y establecer un vínculo con el otro.

En las siguientes intervenciones observamos rechazo hacia las formas líquidas de superficialidad y apoyo hacia las formas románticas de profundidad:

Invitada Carolina.: ¿Tú quieres conocerme?

Tronista Carles.: Yo sí

Invitada Carolina.: ¿Pero como amiga?

Tronista Carles.: ¿**Se empieza por algo no((ríe))**?

Invitada Carolina.: (...) no te fíjes tanto::: en el físico, que es importante ¿no?, **pero que las conozcas realmente como son.**

Presentador.: ¿Has tenido alguna relación?

Pretendiente Oriol tronista Paula.: **Sí, pero sería sería no, (...) o sea, todo el mundo busca solo que::: follar y todo eso (1) ¿sabes?**

Consejera.: ¿Diferente por qué? (...)

Pretendiente Laia tronista Alex.: **Porque no me considero::: como (2) como una guarra de las tantas que hay**

Tronista Carles.: ((ríe)) ha llamado a todas las niñas guarras

Consejera.: ¿No te consideras una guarra (1) como quién?

Pretendiente Laia tronista Alex.: **Como todas**

Pretendiente Carla tronista Alex.: (...) dejas entrar a todas las guarras <de de de> todos lados y encima ↑¿pretendes que yo me quede?↑

En las dos primeras intervenciones anteriores, presenciemos cómo se recoge esta idea de profundidad en las relaciones afectivo-sexuales, donde se conoce lentamente o *realmente* al otro. En la tercera referencia, con la crítica de *todo el mundo busca solo que follar y todo eso*, al igual que destacamos anteriormente, hace referencia a la incursión del repertorio líquido en la sociedad actual y, por ende, se reconoce una **esencia** de comportamiento líquido, mostrando rechazo a aquellas personas que actúen conforme a dicha esencia. En este caso concreto, se rechaza la superficialidad líquida, la cual es incongruente con generar un vínculo relacional profundo. Se produce una **clasificación** dual, que califica como positivo aquello que se asocia al repertorio romántico, y se descalifica lo que se inscribe en el líquido. Asimismo, la **inclusión de la parte** (en este caso las personas que muestran comportamientos asociados al repertorio líquido) *en el todo, todo el mundo*, otorga mayor validez a su intervención.

En la última referencia, la pretendiente establece un **enlace simbólico** entre el símbolo (*guarra*) y lo simbolizado (mujer que muestra prácticas líquidas). El uso **metonímico** del término *guarra*, sustituye a la *mujer líquida*. Este enlace simbólico dota de valor a las personas consecuentes con las consideraciones románticas (recordemos la intervención *muy bien, encima, encima romántica*) en detrimento -desprecio- de las prácticas líquidas. Al actuar el repertorio romántico como una **máxima**, no extraña que este enlace simbólico no provoque más que risas en los allí presentes ante la intervención de la pretendiente. Se presenta a ella misma como **modelo** ideal, el cual señala la conducta a seguir, modelo de los valores románticos, frente al antimodelo, *guarras*. Los ejemplos de mujeres **antimodelo** que aparecen en el programa, son cuestionados o expulsados inmediatamente. Esto contribuye a seguir reproduciendo el discurso del amor romántico como ideal en detrimento del amor líquido. La crítica a este tipo de comportamiento reconoce una **esencia** actual de comportamiento líquido, de la cual quiere desmarcarse, mostrándose con **valor de unicidad**: *no me considero como, como una garra de las tantas que hay*. Cuando hace referencia a *como todas*, expresa una **sinécdoque** y un **argumento cuasilógico de frecuencia**. Es decir, designar la parte por el todo, y reforzar de nuevo su valor de unicidad y modelo de comportamiento en lo que a lo afectivo-sexual se refiere. Toda su intervención es un **proceso de disociación**, al separar elementos considerados dentro de un todo: el todo líquido y sus elementos *guarras* y el todo romántico y sus elementos las mujeres románticas, como ella se presenta. Asimismo, observamos cómo son las mismas mujeres quienes también presentan rechazo a las otras mujeres que optan por mantener relaciones superficiales y libertarias. Es necesario destacar que en ningún momento del material analizado se encuentra una palabra o expresión que denigre a los hombres por comportarse de forma líquida. En cambio, el apelativo *guarra* aparece en varias ocasiones a lo largo del material, para referirse a las mujeres que mantienen prácticas líquidas (superficiales y libertarias) con otros. Esto que aquí analizamos trae a colación las palabras de Carol Smart (2000), la cual sostiene que la mujer representa el dualismo, en el sentido de que en el discurso jurídico, la prostituta es construida como mala mujer o, en este caso, *guarra* es construida, es símbolo de mala mujer; pero simultáneamente se erige en el epítome de la Mujer en contraposición al Hombre.

A pesar del continuo rechazo a las formas superficiales y libertarias de la liquidez que observamos a lo largo del material, se nos presentan intervenciones donde se reproducen características de la superficialidad líquida, sin que esto conlleve un rechazo social:

(...) Me gustan las chicas que tengan e:::, aire así pijillo, (...) mm::: **soy muy superficial (1) demasiado creo.** (Tronista Carles)

Presentador.: Muy bien Roberto (2) primer impacto Laura

Tronista Laura.: ((ríe)) **es que no quiero ser maleducada**

(...)

Presentador.: Decide, ¿quieres que esté o despedimos?

Tronista Laura.: **Siento mucho decirlo, pero no**

Presentador.: ¿Te quedas? ¿Carles, te gusta?

Tronista Carles.: Mm:::(4) no se ((hace gestos con las manos y le echa una mirada de arriba a abajo))

Presentador.: (...) Para presentar a la siguiente y para continuar el programa debes decir si se queda o se tiene que ir

Tronista Carles.: **¿No puede ser cuando pase alguna más?**

(...)

Presentador.: ¿entonces la dejas o no la dejas?

Tronista Carles.: **Déjala, pero::: quiero que pase alguna más**

Presentador.: **La dejo, la dejo (...)**

Tronista Carles.: A primera impresión es como **una mini Barbie**

Presentador.: **↑Una mini Barbie↑, una mini Barbie**

(...)

Presentador.: **Una mini Barbie**

En las dos últimas referencias se presenta a la mujer como un ente sin agencia. En la penúltima se somete a las voluntades de su “comprador”, quien decide sobre su devenir. En el último ejemplo se presenta a la mujer como una muñeca, objeto frágil, pasivo, subordinado a las manos de quien la posee. Ya no solo referirse a ella de esta forma, sino que se **amplifica** -como vimos con anterioridad- este sentido de inferioridad con la expresión *mini* que es repetida las mismas cuatro veces que *Barbie*. Prestamos especial atención a cómo el presentador lo repite tres veces. El empleo del **conduplicatio**, -al repetir más de una vez la misma expresión-, no solo multiplica su efecto de presencia, sino que carga de valor al último enunciado. Asimismo, como ya mostramos en el eje de Compromiso/Libertad, las dos pretendientas que acudieron por tronista Carles en el primer programa, no aparecieron en el segundo. Y de las tres nuevas que vinieron al segundo programa, solo una apareció en el tercero. Esta situación denota ausencia de profundidad, siendo la profundidad una característica que destaca en el repertorio romántico, imprescindible para poder conocer *realmente* al otro.

El próximo eje está muy relacionado con el que acabamos de presentar. A pesar de que las referencias del mismo podrían utilizarse como claros ejemplos de este apartado, no ocurre lo mismo al contrario. Por ello hemos querido destacarlo aparte pues, aunque similares, constituyen categorías diferentes.

Realidad/Virtualidad

Las redes sociales virtuales han capitalizado la manera de relacionarnos en la etapa posmoderna. A pesar de esto, continúa la idea romántica de que la forma correcta o verdadera de encontrar el amor es en persona. A pesar de como señala Bauman (2003), respecto a las posibilidades que nos aportan las relaciones virtuales, siendo estas de fácil acceso y salida, el discurso de los jóvenes del programa muestra que este acceso y salida tiene que hacerse correcta o verdaderamente en persona, como en las relaciones convencionales.

Al contrario que en los apartados anteriores, en aras de facilitar la comprensión del lector, presentaremos en primer lugar las intervenciones asociadas a la categoría del amor líquido (virtualidad):

Pretendiente Silvia tronista Carles.: No sé, o sea, me gusta su físico, su personalidad, de lo poco que le he visto en **Ask**, o sea (...)

Pretendiente Mateu tronista Paula.: La estaba mirando en **Facebook**, pues no sé, me gustó

Pretendiente Carol tronista Alex: Lo vi en **Facebook** y me pareció muy guapo y pues aquí estoy

En este caso, observamos cómo las redes sociales se emplean como primera toma de contacto, como un acercamiento a la persona que nos atrae, sin llegar a profundizar en ella o en el establecimiento de un vínculo. Posteriormente, se acude al programa para en persona poder tener una relación de *verdadero amor*:

Laura viene (...) a **conocer de verdad el amor** (tronista Laura)

(...) ¿qué esperas del programa? ¿**conocer**, encontrar el amor? (presentador)

Pretendiente Oriol tronista Paula.: (...) Porque en la calle no he tenido mucha oportunidad y quiero **conocerla de verdad**

Los **lugares de la existencia** confirman la superioridad de lo actual, de lo que existe, de lo real. Como hemos visto con anterioridad, el amor se presenta como ente externo, real, que existe, que espera ser conocido.

A lo largo del análisis hemos observado que esta libertad/superficialidad y falta de compromiso/profundidad en las relaciones conlleva un fácil acceso y salida. Pareciera estarnos refiriendo a las relaciones virtuales y no convencionales en persona. Entendemos que esta complementación es debido al proceso de transición y, por tanto, de convivencia del repertorio romántico y líquido. Esto conlleva, como observamos, que se *fusionen* características de cada discurso, y se produzcan relaciones convencionales cara a cara, pero de fácil acceso y salida, como sucede con las relaciones virtuales.

4.2 La sexo-afectividad masculina. Entre lo irracional y lo racional. Entre naturaleza y economías de mercado.

4.2.1 Naturaleza irracional

Justificándose en lo innato, lo biológico, lo genético ... el autor del material que analizamos presenta a mujeres y hombres como polos de un dualismo diferenciado. De este modo y, al igual que recoge Baker, (2013), O'Neill (2018) y Van Valkenburgh, (2018) sobre las comunidades de seducción, el autor del manual emplea los conceptos de la psicología evolutiva y la diferenciación sexual como marco teórico, justificando y legitimando las pautas que se muestran en el manual, considerando a hombres y mujeres como seres programados, con funciones y comportamientos genéticamente diferenciados. Esta idea -reforzada por autores evolucionistas y biologicistas- emerge de forma transversal a lo largo de todo el material a modo de marco teórico, rechazando e invisibilizando cualquier otra perspectiva, enfoque o variable explicativa que aborde el fenómeno objeto de estudio. Al contrario de lo que se enarbola en este manual, la historia de los hombres y las mujeres nos ha mostrado que no existe una naturaleza humana fija e inmutable, pero sí un carácter que se construye a través de la estructura social y la conciencia colectiva (De Miguel, 2015). Antes de presentar los extractos del material nos gustaría traer a colación las palabras del sociólogo Pierre Bourdieu (2000):

Las apariencias biológicas y los efectos indudablemente reales que ha producido, en los cuerpos y en las mentes, un prolongado trabajo colectivo de socialización de lo biológico y de biologización de lo social se conjugan para invertir la relación entre las causas y los efectos y legitimar una relación de dominación inscribiéndola en una naturaleza biológica que es en sí misma una construcción social (Bourdieu, 2000)

Aquello que hace que tú te vuelvas loca de deseo por un hombre es, por lo general, distinto de aquello que hace que tú le pongas a él (Luna, 2015, p. 32) Al igual que a ti, (a las mujeres) **sus genes la han programado** para responder a ciertas cosas. Cuando vivíamos en cavernas e investigábamos el fuego, a ellas les perdía el líder de su tribu [...] A día de hoy, aunque el mundo ha cambiado mucho, **sus instintos ancestrales** no lo han hecho (Luna, 2015, p.34) [...] **Desde una perspectiva evolucionista**, esto tiene mucho sentido. Pues cuando vivíamos en tribus, a las mujeres les iba **la calidad de su descendencia en ello** (Luna, 2015, p. 58). **Esa es, al menos, la tesis sobre la que se sostiene todo mi trabajo.** Por suerte para mí, no

estoy solo en esto. Gracias a científicos como Richard Dawkins, David Buss, Steven Pinker, Matt Ridley, Geoffrey Miller o Robin Baker, **la psicología evolucionista que considera la esencia de nuestro comportamiento sexual está preprogramado genéticamente y se puede explicar desde una óptica evolucionista**- ha pasado a ser el fundamento de la psicología moderna. (Luna, 2015, p.34)

a. Sexualidad y Virilidad

Las sociedades producen relatos que naturalizan instituciones sociales, como la creencia de que existe una naturaleza sexual masculina que se manifiesta como un impulso irrefrenable (Cobo, 2017). De esta manera, la cultura se ha construido sobre la férrea idea de que los hombres tienen más apetito y más potencia sexual que las mujeres (Royo, 2018), un apetito considerado desmesurado e imprevisible (Marqués y Osborne, 2011). De este modo, se desprende la imagen de la sexualidad masculina construida desde una posición hegemónica de privilegio social y, por tanto, que posibilita el libre disfrute de la sexualidad en un ejercicio de promiscuidad históricamente negado a las mujeres (Sambade, 2017). Asimismo, supone una exigencia moral y un sexismo que exige a los hombres virilidad y heterosexualidad (López-Sáez, García-Dauder y Montero, 2019). El autor de la guía presenta un modelo de hombre deseable, el «*hombre Ganador*», aquel que se identifica y es identificado según las tesis evolucionistas que sostienen la necesidad biológica de los hombres de mantener relaciones sexuales con muchas y variadas mujeres. Pensamiento que reduce y valora a los hombres «machos alfa» a su papel dominante sexual. Elisabeth Badinter (1992) en sus estudios sobre la identidad masculina analiza de qué manera el hombre, para alcanzar su masculinidad tiene que convencerse y convencer a los demás de tres cosas: que no es una mujer, que no es un bebé y que no es homosexual. El hombre dedica una gran parte de su tiempo en demostrar que es un «verdadero hombre», la masculinidad es, pues, algo que está en constante (auto) evaluación, y que como muestran Vicent Marqués y Raquel Osborne (1991), la vivencia de la sexualidad en los hombres se ve condicionada a una forma de confirmación de la masculinidad. Del mismo modo que muestra Ismael Ocampo (2019), las nociones de lo que significa ser hombre se articulan con el carácter violento de la masculinidad, que se relaciona con la necesidad constante de demostración de la misma, por medio de la violencia competitiva.

La masculinidad se sigue aprendiendo en el patio del colegio como negación de lo que es ser una niña y en la etapa adolescente como dominio y, por tanto, quién accede a más cuerpos de chicas se le puntúa positivamente (De Miguel, 2015). De este modo, La identidad masculina se construye a través de los paradigmas de la cantidad: el tamaño del pene, el número de parejas sexuales, la cantidad de prácticas sexuales y, de este modo y como recoge Adriana Royo (2018) sobre los machos alfa, «Su autoestima dependerá de sus méritos, no se valorarán como personas sino como datos y necesitarán desarrollar un ego tan grande como sus éxitos». Parfraseando a Kate Millet (1970), las mujeres y las relaciones sexuales que mantengan con ellas serían el espejo en el que se miran estos hombres para construir su identidad masculina y por tanto su autoestima. Las mujeres quedan desprovistas de cualquier característica que las defina como persona, se las aísla del todo y se las identifica a partir de sus partes o funciones sexuales, reduciéndolas a instrumentos que logran representar al sujeto dominado (Lee Bartky, 1990). Así se perpetúa una visión de la masculinidad como algo que se logra tras la consecución del acceso sexual al cuerpo de las mujeres, mediante un proceso de seducción que se fundamenta en desequilibrios de poder, donde se priorizan necesidades y deseos de los hombres en detrimento de los de las mujeres, quienes son presentadas como «problemas técnicos a resolver» (O'Neill, 2018):

Mi relación con las mujeres seguía siendo **constante pesadilla**. A veces pasaba meses, o años, **sin acostarme con nadie. Una vida de fracasos** [...] al menos en lo que respecta a las mujeres [...] **El mundo entero se mofaba de mí** (Luna, 2015, p. 21). A fin de cuentas, un Ganador se conquista a sí mismo. Antes de **poseer el mundo y sus mujeres**, he aprendido a ser dueño de sus propias emociones (Luna, 2015, p.37) El mensaje es que **disfrutes del momento. Aun cuando ella no lo hiciese**, al pasártelo tú bien consigues activar su Punto GG (Ganador ganado) (Luna, 2015, p. 38)

Si estás con una chica que te atrae, pero **no tienes relaciones sexuales** con ella, **no vas a hacer nada** que implique algún tipo de esfuerzo, tiempo o inversión por tu parte. (Luna, 2015, p.148) [...] Que entienda que **tengo pilila y suficientes opciones como para no perder mi tiempo con situaciones que no me aporten nada**. (Luna, 2015, p.149) Lo mejor cuando Paquita no cumple con su parte del trato es tener el teléfono de Pepita succulento y humeante (Luna, 2015, p.165) [...] **Si ella no te da lo que hace falta para retenerte a su lado como hombre, eres**

totalmente libre de seguir experimentando con otras mujeres hasta que des con aquella que sepa completarte (Luna, 2015, p.200) Negando tu condición de criatura sexual o la de ellas, cometes una enorme injusticia. Recuerda que un Ganador jamás renuncia a su naturaleza sexual (Luna, 2015, p.146)

En las expresiones anteriores se pone de manifiesto la referencia al sexo como a una divisa (Perry, 2017) donde lo primordial que podría ofrecer una de las mujeres a las que hace referencia esta guía son las relaciones sexuales y una reafirmación de la masculinidad de estos hombres. De este modo, las mujeres son objetualizadas y deshumanizadas simbólicamente y culturalmente para la satisfacción sexual de los varones y la confirmación de su masculinidad (Sambade, 2017). Asimismo, dadas las similitudes observadas, nos gustaría traer a colación el trabajo de Ana de Miguel (2015) en el que recoge como la práctica de la prostitución refuerza la concepción de las chicas/mujeres como cuerpos de los que es normal disponer, que no suscitan el interés de preguntarse cómo o por qué están ahí; cuerpos femeninos como cuerpos subalternos -en los cuales se inscriben las definiciones patriarcales- sobrecargados de sexualidad para satisfacer la mirada del hombre heterosexual (Cobo, 2017).

Bourdieu (2000) recoge de qué manera el acto sexual es concebido por el hombre como una forma de dominación, de apropiación, de posesión. Los chicos son propensos a compartir sus hazañas sexuales, concebidas como un acto agresivo y sobre todo físico de conquista, orientado a la penetración y el orgasmo. A lo largo del material, el autor dedica un espacio a los «*hombres no ganadores*», a los no machos alfa. En el material se aprecian maneras de denominarlos cargados de desprecio por no reproducir aquellas características que definen y dan identidad a la masculinidad que aquí se presenta como deseable... «*Un Ganador jamás renuncia a su naturaleza sexual*» (Luna, 2015, p.146):

Cada vez que inviertes tiempo, dinero o energía en una relación estancada, les estás telegrafando a las mujeres que: o **no** eres un **ganador**, y lo haces por necesidad; o **no tienes pilila**, y lo haces por eso. Cada vez que caes en una situación de este tipo, estás admitiendo que **no tienes pilila** [...] Y cada vez que aceptas este marco, ¿sabes lo que ocurre? Que, en efecto, ella te pierde el respeto y te ve con **menos pilila**. (Luna, 2015, p. 146) [...] a veces me he saltado este principio, cada vez que lo hago caigo en la trampa del **seductor pelele**. Me convierto en uno de esos

hombres sin pilila y empiezo a jugar como ella quiere o de algún otro modo (Luna, 2015, p.148). ¿Te gustaría descubrir todo lo que NO debes hacer para evitar que te encasillen como un **hombre de poca valía**? (Luna, 2015, p. 150)

Quien es un hombre y pretende encarnar una masculinidad hegemónica deberá, de diferentes maneras en diferentes contextos, demostrar su posición como hombre y luchar para que no le sea arrebatada (Azpiazu, 2017). En este caso, la posición como hombre se construye en base al acto sexual. Las actitudes y conductas consideradas poco viriles son, así, sancionadas usando calificativos que degradan y cuestionan la masculinidad (Guasch, 2008); es sancionado aquel hombre «*sin pilila*» que no encarna una masculinidad para el autor deseable. El estudio de Padrós, Aubert y Melgar (2010) muestra cómo en las prácticas de seducción se desvaloriza a los chicos que no siguen las dinámicas de la masculinidad tradicional. Cuando se refiere al «*hombre no ganador*» se emplea de forma intencionada y en repetidas ocasiones el término «*pilila*» con la intención de infantilizarlo, rebajarlo a niño, a bebé (Badinter, 1992) y no identificarlo como hombre. Cuando se refiere al hombre ganador, emplea mayoritariamente el término «*polla*; *Y jamás, jamás vas a negar que tienes polla*» (Luna, 2015, p. 148). El pene concentra todas las fantasías colectivas de la fuerza fecundadora (Bourdieu, 2000, p. 23) y simboliza un derecho histórico e inalienable al poder, el respeto y el orgullo (Buchbinder, 2013). Dentro de esta construcción, la masculinidad se mide de acuerdo con la multiplicidad de relaciones heterosexuales. La satisfacción está centrada en los genitales y en la penetración. Se caracteriza también por la homofobia y el rechazo a cualquier feminización de sus conductas (Kaufman, 1994 y Figueroa-Perea 1998).

b. Poder y Dominación

El poder social para los hombres es la fuente de su poder y privilegios (Kaufman, 1994) la capacidad de ejercer control, de imponer definiciones e intereses, sobre los asuntos ajenos, comunes y también los propios (Emakunde, 2008). El poder confiere la capacidad de dominar y no ser dominado; la masculinidad hegemónica configura unas prácticas de género que dan sentido a la legitimidad del patriarcado, que garanticen la posición dominante en los hombres y la subordinación en las mujeres (Romero Díaz y Abril Morales, 2011). Si consideramos la masculinidad como un deseo permanente de tener el control de la situación, entonces perder dicho control es síntoma de una masculinidad dañada, de una pérdida de masculinidad (Kimmel, 2017). Para la virilidad es fundamental

aparentar poder y es interesante observar cómo los hombres usan sus atributos para llamar la atención femenina (Royo, 2018) y, por tanto, instalarse en una situación favorable de poder, de reafirmación de su identidad masculina, y satisfacer así deseos de dominio y ser objeto de atención (De Miguel, 2015). Esto deriva en una necesidad de dominar, de impresionar, tan fundamental para la masculinidad, que siempre hallará una manera de expresarse (Perry, 2017), que en este caso se manifiesta a través de expresiones como: «*la mirada, el insinuar, preguntar, acusar, culpar, desaprobar, despreciar, premiar, sonreír, burlarte, animar, atacar, defenderte o acariciar...*»

Dota tu presencia de **autoridad y poder** (tono, gestos, ropa etc.) Esta vez usa tu presencia para **infundir respeto, autoridad y poder**. Domina en lenguaje de la mirada. A menudo una mirada basta. Los Ganadores lo saben. Con la mirada puedes dominar, insinuar, preguntar, acusar, culpar, desaprobar, despreciar, premiar, sonreír, burlarte, animar, atacar, defenderte o acariciar. Puedes hacer que una chica no pare de pensar en ti, se ponga roja o incluso moje su ropa interior (Luna, 2015, p.61)

Porque ¿cuál es la forma más rápida de regalarle **tu poder** a alguien o algo? Darle control sobre tus emociones [...] Por eso, nada de lo que ellas hagan debe otorgarles dicho **dominio** [...] **Tener poder** sobre las emociones de alguien que no es su pareja también les indica otra cosa: que dicho hombre carece de opciones con otras mujeres. En la mayoría de los mamíferos, **los machos dominantes** son los que adoptan posturas más cómodas y ocupan más espacio (Luna, 2015, p.60). A nadie le gusta llegar lejos para que le arrebaten el premio justo en el último momento ¿verdad? (Luna, 2015, p.197) [...] Y por supuesto, convéncete de que, en el fondo, ella lo desea todavía más que tú. Al hacerlo, entrará en vigor **la ley de la realidad dominante**. A veces te comportas como un troglodita consentido porque percibes que, en su fuero más interno, **ella desea que la secuestres**. Anhela en ti al salvaje que la cargaría sobre sus hombros y sin preguntar a nadie, la arrancaría de su cueva para fundar una familia (Luna, 2015, p.81)

c. Actividad y Agencia

Siguiendo en la línea del poder y la dominación/subordinación; la actividad/pasividad supone otro par del dualismo jerarquizado masculino/femenino (Olsen, 2000).

Parafraseando a Elisabeth Badinter (1992), la socialización diferencial de género condiciona a los hombres para que se conviertan en «máquinas sexuales»; hiperpotentes e hiperactivos, más vacíos de aquellas emociones consideradas socialmente como «femeninas». Las mujeres son mostradas en actitud pasiva y sumisa, mientras que los varones aparecen en actitudes activas y dominantes (Subirats, 2013) y que, por ende, la mujer se convierte en un objeto de conquista en las prácticas románticas y de consumo en las prácticas líquidas (Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018). El autor del material que aquí analizamos emplea expresiones diferenciadas para referirse por un lado a los hombres que encarnan una masculinidad deseable y por otro a las mujeres. Asimismo, legitima una relación de dominación inscribiéndola en una naturaleza biológica que es en sí misma una construcción social (Bourdieu, 2000)

Si adoptas el disfraz de borreguito es muy posible que tan solo logres potenciar tu naturaleza de borreguito y jamás llegues a convertirte en un **depredador** [...] Recuerda que no ser un **lobo** es una limitación más (Luna, 2015, p. 118) Recuerda, **eres un lobo**. Enséñale los dientes a la oveja. Si la oveja no se aparta, te la puedes comer ¿te lo repito? Cómetela o espántala. (Luna, 2015, p.119) [...] Todo apunta a que eres el ganador (Luna, 2015, p.141) [...] ¿No te ha llamado jamás la atención cómo muchas de ellas parecen sentirse sexualmente atraídas por hombres que visten como auténticos ex presidiarios? ¿Qué es lo que tiene la estética del chico malo? De nuevo te recordaré **sus instintos ancestrales y su predilección por los buenos cazadores y guerreros** (Luna, 2015, p. 64). Te vas a dejar de cacerías y te vas a convertir en un **agricultor**. Cuando puedas **recolectar** lo harás. Cuando no, te dedicarás a **sembrar** [...] porque en la vida los **ganadores** no cazan. **Cultivan** [...] Siempre que puedas vas a escalar. Y cuando no puedas escalar, te dedicarás a **sembrar** y a **cuidar** tu huerto (Luna, 2015, p. 111) [...] En su grado óptimo de madurez, tu obligación es **recolectarla** (Luna, 2015, p.117)

Por una parte, muestra al «*hombre ganador*» como un «*lobo, un depredador*» animal, activo, impulsivo, impaciente -y por tanto como un ser emocional- en la consecución de su objetivo, un objetivo que como hemos visto con anterioridad les define, les identifica. En palabras de Kate Millet (1970), la hembra es el espejo en el que se mira el macho, haciendo referencia a la importancia que tiene para la construcción de la identidad de los hombres el acceso al cuerpo de las mujeres. Por otra parte, Luna (2015) presenta al hombre como un «*agricultor*», un ser de nuevo activo, pero esta vez calculador, sensato,

paciente, racional-y, por tanto, como ser no emocional-... cuyo objetivo sigue siendo el anteriormente recogido. De este modo, observamos una contradicción recurrente en las pautas dadas por el autor al referirse a la sexualidad masculina que glorifica como incontrolable y predatora: «*Aprende a morder sin miedo y a desatar tu instinto animal. Hazlo como sea. Paga el precio*» (Luna, 2015, p. 118) -justificada por los postulados biológicos que el autor emplea- y, al mismo tiempo, enarbolar el carácter racional y calculado de la masculinidad: «*La mayoría de los hombres presos de la lógica (...) prestamos demasiada atención a los razonamientos*» (...) (Luna, 2015, p.103). De esta manera, se pone de manifiesto el carácter artificial de las categorías adscritas -presentadas como inmanentes e inmutables- a la masculinidad. En el material analizado las mujeres carecen de agencia y son mostradas desprovistas de cualquier característica que las defina como seres con voluntad propia, adoptando una posición de objeto (Lee Bartky, 1990), que a modo de trofeos (Royo, 2018) influyen en una autoestima masculina sujeta al acceso al cuerpo de las mujeres. Por lo tanto, las mujeres se convierten en lo que los hombres- en nuestro caso los «*hombres ganadores*»- no son, en el entramado occidental del dualismo masculino/femenino (Coral-Díaz, 2010). En este caso se convierten en «*oveja*» (presa), «*cultivo*», en inerte («*huerto, pepita*»), en lo pasivo, lo sumiso, sin capacidad de agencia, subordinadas a la actividad del hombre depredador o recolector:

Hay cazadores que acechan a sus **presas** para emboscarlas [...] pero tú no vas a ser uno de ellos. Tú vas a ir más allá, te vas a dejar de cacerías y te vas a convertir en un agricultor, te dedicarás a sembrar y a cuidar **tu huerto** (Luna, 2015, p. 111) [...] Cuando la **hortaliza** esté madura, recoléctala (Luna, 2015, p., 116) [...] Debes dejar de lado la pala por un momento y recoger la **pepita** [...] Recuerda, eres un lobo. Enséñale los dientes a la **oveja** (Luna, 2015, p., 119) [...] Cuando no están escalando con una mujer concreta, mejorando su vida o disfrutando de una de sus pasiones de Ganador, los encontrarás cuidando de **sus cultivos**. Han logrado sacar adelante un **huerto** fértil y próspero (Luna, 2015, p. 122)

d. Riesgo y Virilidad

Corresponde a los hombres realizar todos los actos a la vez breves, peligrosos y espectaculares que marcan unas rupturas en el curso normal de la vida (Bourdieu, 2000). Muchos hombres adoptan actitudes que cuestionan la seguridad y se basan en conductas de riesgo y demostraciones de valor, como una confirmación de su virilidad y valía como

hombres (Emakunde, 2008). El privilegio masculino encuentra su contrapartida en la tensión y la contención permanentes, a veces llevadas al absurdo, que impone a cada hombre la tarea de afirmar su virilidad en cualquier circunstancia. La masculinidad es algo que está en constante (auto) evaluación (Ocampo, 2019). Virilidad entendida por un lado como la capacidad sexual, reproductiva y social y, por otro lado, también como aptitud para el combate y para el ejercicio de la violencia (Bourdieu, 2000). Si traemos a colación la importancia de las prácticas sexuales en la conformación de la identidad masculina para los hombres, y a ello le añadimos -como muestra Baker (2013) sobre los hombres que participan en comunidades de seducción- el considerar a las mujeres como un grupo homogéneo sexualizado, pasivo y subordinado ante el cual se debe insistir porque «un rechazo no es una opción», se generan violencias que se reproducen como invisibles, inocuas o incluso humorísticas pero que generan sufrimiento (Marina Castañeda, 2007) y que como veremos a continuación posibilitan y promueven la violencia sexual hacia las mujeres:

Piérdele el miedo a la sangre. Hazte atrevido y osado. Recréate en la tensión sexual y en los altibajos emocionales. Disfruta desconcertando, provocando, contradiciendo, decepcionando y **violentando**. **Aprende a morder sin miedo y a desatar tu instinto animal. Hazlo como sea. Paga el precio** (Luna, 2015, p. 118) (...) si eres **valiente, atrevido, intrépido, osado, fresco, cara dura, audaz o temerario** a la hora de acercarte a ella, mostrarle tu interés sexual ¿sabes lo que pasa? **Sus genes** le van a gritar “Nena, si tienes que montártelo con alguien que sea con este” Este interruptor sexual está tan arraigado en su **sistema biológico** que, aun cuando todos los hombres fuesen **osados**, el **atrevimiento** seguirá resultando atractivo para las mujeres (Luna, 2015, p. 126). Los **psicólogos evolucionistas** te lo dirán: a esa vecinita tuya le ponen los intrépidos. **Especialmente cuando esté ovulando** [...] **Decenas de estudios psicológicos nos confirman**, una y otra vez, que los amantes del riesgo les excitan (Luna, 2015, p.124) Tienes que demostrarle que eres el hombre de su vida. Debes dejarle claro que **tú vas a darle acción sin que ella te lo pida** (Luna, 2015, p. 113) Pero aún hay más razones para escalar. ¿Quieres que te dé la más potente de todas? Allá va: **a las mujeres les excitan los osados**. (Luna, 2015, p. 124)

e. Protección y Presencia

Bourdieu (2000) sostiene que las construcciones sobre masculinidad y feminidad se escriben sobre el cuerpo que, de alguna manera, está relacionado con la forma como se ha propuesto el uso de la fuerza. Un ejemplo de ello sería hablar de la fuerza superior de la masculinidad, frente a la fragilidad física y emocional femenina. De este modo, la masculinidad se caracteriza por una necesidad de dominar, y la manera más antigua de lograrlo es mediante la fuerza (Perry, 2017). Los hombres reafirman su masculinidad al ocupar con su cuerpo el espacio público, como si la feminidad se resumiera en el arte de empequeñecerse (Bourdieu, 2000). Como apunta Connell (1995), el género masculino se expresa como forma de sentir en la piel, ciertas formas y tensiones musculares, ciertas posturas y formas de moverse, ciertas posibilidades en el sexo; un cuerpo de un «hombre» de verdad, debe mostrar atributos como la fuerza, cierta complexión y tono muscular, posturas y movimientos (Cruz, 2006). Este apartado trae a colación las palabras del sociólogo Hugo Beigel (1951) cuando se refiere al amor cortés y a la galantería como un paliativo y un disfraz de la injusticia inherente a la posición social de la mujer. No es verdad que los hombres respeten a las mujeres: se respetan unos a otros a través de sus mujeres -esposas, amantes, entretenidas-; cuando la protección masculina deja de extenderse sobre ella, la mujer se encuentra desarmada ante una casta superior que se muestra agresiva, sarcástica u hostil (De Beauvoir, 1949). Ya a finales del siglo XIX la poetisa Aurelia Castillo hacía referencia a la posición de perpetua protegida de la mujer, de posición humillante que deja ancho campo a todos los abusos y cuyo resultado final e ineluctable es la postración de la voluntad (Valdés, 2007):

Tócala. Cada minuto que pases sin **tocarla**, más sólida e infranqueable se vuelve la intangible barrera que os separan. Tu forma de **tocarla** debe ser **firme, protectora y arropadora**. Así se sentirá más segura. Por eso, **tócala**. Y **tócala bien**. (Luna, 2015, p.67) Al **tocarla** le estas dando algo valioso [...] tu actitud no es la del típico aprovechado, sino la de un cálido ganador que **protege y cuida** de quienes le rodean. Cuando **toques** haz que los demás se sientan **arropados** [...] y recuerda: **nadie rechaza algo agradable, las chicas menos**. (Luna, 2015, p.69) [...] ellas perciben en ti una **energía firme e inamovible**, pero a la vez, toneladas de **cariño protector**

f. Racionalidad e Insensibilidad

Hace ya más de dos siglos Mary Wollstonecraft (1792) condenaba la educación que se daba a las mujeres, pues las hacía «más artificiales y débiles de carácter de lo que de otra forma podrían haber sido» y porque deformaba sus valores con «nociones equivocadas de la excelencia femenina». Siguiendo en la línea de la educación diferencial, John Stuart Mill (1869) sostenía que a la mujer se le daba una educación de los sentimientos y no del entendimiento. Los hombres se identificaron a sí mismos con un lado de los dualismos: con lo racional, el pensamiento, la razón, lo objetivo... Las mujeres resultaron proyectadas hacia el otro lado e identificadas con lo irracional, el sentimiento, la emoción, lo subjetivo, lo concreto... (Olsen, 2000). Sánchez-Sicilia y Cubells (2018) observan cómo el discurso de la racionalidad y la objetividad en las relaciones afectivo-sexuales corresponde generalmente a los hombres y, por tanto, en el ámbito social, el amor va en detrimento de lo que se considera viril y masculino (Royo, 2018). Los hombres reciben una escasa o nula educación emocional, lo cual no quiere decir que no se les permitía mostrar sus sentimientos o emociones en público, sino que se muestra rechazo social generalizado a que los hombres muestren emociones que se han categorizado como femeninas: vulnerabilidad, debilidad, frustración... no aquellas que se categorizan como masculinas: la rabia, la ira, la lujuria... (Azpiazu, 2017). Por tanto, no estaríamos hablando de que los hombres no pueden mostrar emociones, sino que hay una serie de emociones permitidas y reforzadas y otras indeseables en la construcción del modelo de masculinidad tradicional.

Las mujeres nos ven a través de sus propias **emociones** [...] no se trata, pues, de que les hagas llegar un concepto. Se trata de que le hagas experimentar un **sentimiento** o **emoción**. Recuerda que cuando trates con mujeres, ya no necesitas ser **objetivo**. Sé específico y **concreto**. Y tan **sensorial** como puedas (Luna, 2015, p.90) La mayoría de los hombres presos de la **lógica**, tendemos a centrarnos únicamente en lo textual y para colmo prestamos demasiada atención a los **razonamientos** olvidando las emociones que hay detrás (Luna, 2015, p.103) La lógica retroactiva se trata de un principio básico de la **psicología femenina**. Céntrate en detectar sus emociones [...] Observa su estado, no sus palabras. Y no le des lo que estas piden. Dale, en cambio lo que necesita para que la relación prospere. (Luna, 2015, p.139) [...] Paralelamente desarrollará un miedo justificado a que, si no juega bien sus

cartas, otra puede levantarle a su príncipe. No se lo impidas. (Luna, 2015, p. 75)

4.2.2 Racionalismo y economías de mercado

A lo largo del análisis hemos identificado cinco categorías que consideramos responden a la economía de mercado y a las lógicas neoliberales. 1. *Enseñanza*: la seducción se presenta como un proceso lógico y racional de enseñanza-aprendizaje, que se fundamenta en unas estrategias o trucos, donde una persona actúa como maestro y el resto como alumnos. 2. *Meritocracia*: El peso del “éxito” logrado en las interacciones afectivo-sexuales recae en los hombres que siguen las pautas de seducción bajo la narrativa liberal del “Con esfuerzo puedes lograr todo lo que te propongas”. 3. *Autosuficiencia*: Se promueve una mentalidad independiente, desapegada y cero empática, centrada en la consecución de sus propios objetivos. 4. *Estatus*: Se presenta el estatus-la masculinidad- en términos cuantitativos y se logra mediante la compra y el acceso a los bienes de consumo (mujeres). 5. *Valoración de costes-beneficios*: Se miden las interacciones afectivo-sexuales en términos de medios-fines y costos-beneficios. Se valoriza al hombre por el hecho de serlo y se le sitúa como un ser con alto estatus que procura obtener el mayor beneficio con la menor inversión posible.

De esta sociedad regida por la economía de mercado, surgen el “homo economicus” y “homo consumens”, hombres y mujeres solitarios, autorreferentes, preocupados únicamente por sí mismos, sin ataduras sociales. En definitiva, miembros ideales para la economía de mercado (Bauman, 2003, 96:97). Akerlof et al. (1997) descubrieron analogías entre las prácticas sexuales modernas en el cortejo y la economía industrial y que, por tanto, las actividades sexuales dentro de una comunidad están interconectadas mediante un mercado sexual y un sistema económico (Baumeister y Vohs, 2004). Asimismo, de acuerdo con O’Neill (2018), la economización de la sexualidad es un síntoma de que el neoliberalismo “disemina las lógicas de mercado a todos los dominios y actividades”. De este modo, el consumo se incorpora a las prácticas amorosas cuando se difunde la idea de que la “seducción” se logra y se conserva mediante la compra de productos que exaltan el yo (Illouz (2009).

Enseñanza

Una de las lógicas modernas que ha capitalizado la forma en la que comprendemos el mundo que nos rodea es cómo este se organizó en base a la “metáfora de la máquina”. De esta forma, y como recoge Angélica Velasco (2016), sociedad y ser humano pasaron a ser concebidos como sistemas ordenados de partes mecánicas, sujetos a razonamientos deductivos y gobernados por leyes regulares. La centralidad que toma la metáfora de la máquina y, por ende, la interiorización del discurso neoliberal hegemónico es causa y efecto de un inmenso daño en las relaciones humanas y en la cultura de los cuidados (Pié, 2019, 37). De este modo, se presenta el fenómeno de la seducción como un fenómeno racional sujeto a leyes lógicas, a *enseñanzas -trucos y estrategias-* que los maestros transmiten a través de sus canales:

En GS (...) nos enfocamos en darte no solo los(x) **trucos** de gratificación instantánea, sino también la sustancia. Por decirlo así, como le digo a mis **alumnos y discípulos** (...) (GerrySanchez, 2017), te voy a explicar tres trucos psicológicos para aumentar las probabilidades de que ella y tú tengáis un encuentro sexual (AlvaroReyes, 2018b). Vamos a ver **los pasos exactos** que tienes que hacer para que una mujer se obsesione por ti (GerrySanchez, 2017).

Llevando a cabo el análisis de los actos de habla ilocutivos, observamos cómo el hablante se construye como (*De*) un experto o autoridad en el asunto, posición que utiliza para representar (*R*) el fenómeno de la seducción como algo real y sujeto a normas lógicas, donde el *maestro* se compromete (*C*) a transmitir unos *trucos* o *pasos* a sus *alumnos* o *discípulos*. De este modo, el hablante pretende que la persona que recibe este mensaje se convierta en alumno y siga sus *pasos* (*Di*). Asimismo, podemos observar cómo estos *trucos* o *estrategias* tienen por fin último que el *alumno* mantenga encuentros sexuales con las mujeres y sea exitoso con ellas. El fenómeno de la seducción se fundamenta en desequilibrios de poder, donde las necesidades y los deseos de los hombres son rutinariamente priorizados por encima de los de las mujeres, quienes son presentadas como problemas técnicos a resolver (O’Neill , 2018). De este modo, las mujeres son mostradas en actitud pasiva y sumisa, mientras que los varones aparecen en actitudes activas y dominantes (Subirats, 2013), y son estos quienes toman la iniciativa en la interacción sexual y a quienes se dirige este tipo de material.

Meritocracia

El filósofo Byung-Chul Han (2012), acuña los términos “sociedad de rendimiento” e “imperativo del rendimiento” para hacer referencia a “cómo la sociedad se caracteriza por el verbo modal positivo *poder* sin límites. Los proyectos, las iniciativas y la motivación reemplazan la prohibición, el mandato y la ley”. Un vivir en la ficción del “sí se puede” de manera permanente conlleva una soledad disfrazada de libertad, un intento de borrado absoluto de la negatividad de la existencia (Pié, 2019, 32:33).

Cuando nos referimos a esta categoría, lo hacemos destacando el ilocutivo directivo (*Di*) empleado por el hablante, a partir del cual y, mediante el uso de expresiones directivas que aluden a la segunda persona del singular (*tú decides, (tú) vas a ser capaz, lo que tú...*) -que sitúan al *alumno* como protagonista del cambio-, asegura que (*De*) siguiendo las pautas y estrategias de seducción, superarán el estado en el que se encuentran y lograrán el objetivo de mantener relaciones sexuales con mujeres. Como apuntan Schuurmans y Monaghan (2015), esto conlleva que estos hombres mantengan la creencia de que pueden conquistar el éxito a través del desarrollo personal y el trabajo duro.

(...) **tú decides** si tu realidad es abundante o no es abundante(...) (GerrySanchez, 2017). “todo **lo que tú pienses se va convertir en realidad**” (GerrySanchez, 2017).
(...) **Ten en cuenta que somos lo que hacemos repetidamente**; por lo tanto, la excelencia con las mujeres no es un acto ☺ sino un hábito ☺ (Conectaconella, 2017). **Vas a ser capaz** de elegir ((señala)) con qué mujer quieres estar (...) (Conectaconella, 2017)

Poner todo el peso del éxito de la interacción en la intención y creencias del hombre -*tú decides, todo lo que tú pienses se va a convertir en realidad*- , como hemos visto con anterioridad y veremos posteriormente, lleva asociada la idea de que el hombre merece por sí mantener relaciones sexuales con las mujeres. Esto trae a colación las investigaciones de Baumeister et al. (2002) y Bushman et al. (2003), quienes recogen que los hombres que tienen un sentido inflado de merecimiento y, por lo tanto, tienen mayores expectativas de que otros les den lo que quieren y son más propensos que otros a participar en la coerción sexual. Cuando el sentimiento de meritocracia va asociado a la concepción cultural de que los hombres presentan una naturaleza y un apetito sexual desmesurado e irrefrenable (Marqués y Osborne, 1991; Pateman, 1995; Cobo, 2017; Royo, 2018;

Sánchez-Sicilia, 2020), se concibe la sexualidad como un derecho, como una necesidad biológica y no como un deseo (Aláριο-Gavilán, 2018). Y, por tanto, son estos hombres con un sentido inflado del merecimiento y la creencia de que su sexualidad está motivada por fuerzas inaplacables propias de una naturaleza sexual masculina que viene dada, quienes -como apuntaron los autores anteriores- son más propensos a incurrir en coerción sexual. Asimismo, y en relación con la categoría que presentamos a continuación, Amaia Pérez (2014) recoge que el capitalismo patriarcal impone como objetivo vital de trascendencia la autosuficiencia masculina -como sujeto privilegiado que se vale por sí mismo, bajo la promesa que todo lo puede lograr si uno se esfuerza lo suficiente- frente a la dependencia femenina.

Autosuficiencia

De las lógicas modernas y de mercado emerge una lógica vertical que concibe al sujeto actual como autosuficiente, que nunca se quiebra, siempre firme, independiente, libre de ataduras (Cavarero, 2014). Los *maestros de la seducción* transmiten una serie de valores deseables, características que, según ellos, las mujeres consideran atractivas en los hombres. Entre ellas, destacamos una mentalidad independiente, autosuficiente e individualista, que decide impulsivamente a partir de un total desapego emocional. Esto lo observamos a partir de las siguientes referencias:

(...) un hombre que **toma la iniciativa**, un hombre que **lidera** su propia vida (...) y eso es mucho más atractivo que estar pendiente de que ella tome la iniciativa (Conectaconella, 2017). **Si tú quieres hacer algo..., hazlo** (...) te apetece besarla... pues **no empieces a buscar evidencias** (...) si en ese momento **tú sien:::tes** de una manera natural y de manera auténtica que quieres besarla, °lánzate° y °bésala°. (AlvaroReyes, 2018a). (...)Van a hacerte un hombre increíblemente sexy y poderoso ((golpea su puño contra su otra mano)), y te van a(x) <desear>, **en lugar de estar negociando el deseo** como la mayoría de los *betas* lo hacen, el 99% buscan **negociar ese deseo** (GerrySanchez, 2017). Empieza a ser ese **hombre sin miedos** y entonces las mujeres empezarán a ver en ti ((señala a la cámara)) algo muy atractivo (AlvaroReyes, 2018a)

La actividad sexual humana es a menudo considerada como una actividad privada, negociada y consensuada por las personas implicadas en ella, en base a sus propios deseos

y valores individuales. A pesar de esto, como apunta Illouz (1997), los encuentros románticos informales y comunitarios del pasado están desapareciendo, para ser reemplazados por formas de esparcimiento comerciales e individualistas. La forma en la que se configura la identidad masculina y femenina parte de la idea hegemónica actual posmoderna que, como recoge Amaia Pérez (2014), crea una distinción entre vida humana y naturaleza, identifica los valores asociados a la masculinidad con lo realmente humano, impone un sueño inalcanzable de autosuficiencia y asocia “bien-estar” con consumo mercantil en crecimiento y progreso permanente.

Lo que observamos en estos mensajes es que el consenso desaparece y es el hombre quien busca satisfacer sus deseos individuales sin tener en cuenta los deseos de la otra persona. Esto lo observamos en cómo el hablante presenta (*R*) como real la proposición expresada, mostrando su desacuerdo y ridiculizando el tener en cuenta los deseos y el estado en el que se encuentra la otra persona: *si tú quieres hacer algo, hazlo, sé ese hombre sin miedos, no empieces a buscar evidencias* en el estado de la otra persona ni a *negociar* o consensuar *los deseos* con la otra persona, porque eso es cosa de *betas*. Al fin y al cabo, estas prácticas se desarrollan en el contexto de un sistema cultural en el cual hombres y mujeres juegan diferentes roles, como compradores y productos en venta respectivamente (Baumeister y Vohs, 2004). Asimismo, el lenguaje no verbal del hablante expresa (*E*) el poder y la fuerza de esa masculinidad que glorifica a través del golpe. La masculinidad hegemónica se construye en base a relaciones sexuales de alta intensidad, pero bajas emociones, compulsividad sexual y una ignorada dependencia emocional e incluso rabia y violencia manifiesta (McCaughey, 2008). Y para conseguir satisfacer tus deseos sexuales sin tener en cuenta los de la otra persona es necesario liberarse de cualquier apego emocional o afectivo hacia el otro:

Y otra de las razones ↑muy importantes↑ es que seas un hombre **desapegado emocionalmente** de ella (...) **Desapego emocional** es uno de los requisitos indispensables >para volverla loca por ti< (GerrySanchez, 2017) (...) a una mujer le gusta el sexo de un hombre, no de un **niño** necesitado de **aprobación**, ni de un niño necesitado de **cariño** y **validación** (GerrySanchez, 2017)

El hablante de nuevo emplea ilocutivos directivos (*Di*), mediante el uso de expresiones planteadas en segunda persona del singular. El enunciador reafirma (*R*) el desapego emocional como una cualidad deseable en los hombres y ridiculiza y reduce al estatus de

niño a aquellos hombres que muestran emociones y necesidades humanas que desestabilicen la mentalidad independiente y predatora. Por tanto, las *necesidades de cariño, apego emocional, aprobación o validación* quedan totalmente excluidas de la masculinidad, porque o son cosas de *niños* o de mujeres. Kaufman (1994) sostiene que la conformación de la masculinidad es un proceso a través del cual los hombres llegan a suprimir toda una gama de emociones, necesidades y posibilidades, tales como el placer de cuidar de otros, la receptividad, la empatía... Por tanto, como apunta Bonino (1998), ser varón supone no tener ninguna de las características que la cultura atribuye a las mujeres (cuidar de otras/os, pasividad, vulnerabilidad, emocionalidad). Asun Pié (2019:13) recoge al respecto cómo de las lógicas de mercado hegemónicas emerge una nueva manera de comprender al sujeto, el cual es teorizado desde la apología de lo autosuficiente, en la cual se contempla cualquier forma de interdependencia -o, como aquí se presenta, *apego-* como una debilidad. Esto produce un fenómeno de “precarizado común”, del cual emerge la narrativa omnipresente de la plenitud occidental del ser autosuficiente en el capitalismo contemporáneo (Gil, 2018). Esto mantiene la concepción de la vida como un viaje individual, no compartido.

Estatus

La seducción se logra mediante la compra de productos que exaltan el yo, productos destinados a denotar una determinada posición en el sistema de estratificación social (Illouz, 1997). Los sistemas culturales tienden a dotar de mayor valor a la sexualidad femenina y, como resultado, las relaciones sexuales por sí mismas no son un intercambio equitativo, sino más bien un ejemplo de cómo el hombre obtiene algo de valor de la mujer (Baumeister y Vohs, 2004). En esta misma línea, Eva Illouz (2014) muestra como esta sexualidad femenina responde a las lógicas de consumo del capitalismo global y a las dinámicas que objetualizan los cuerpos de las mujeres por parte de los sistemas patriarcales.

Entonces lo primero que tienes que hacer es **tener un reino al cual una mujer quiera pertenecer**, y reino me refiero que **tú eres el rey**, tú decides si tu **realidad es abundante** o no es abundante, qué pasa en ese reino (GerrySanchez,2017) (...) Lo que necesitas es más **abundancia**, es la cura para absolutamente todo en tu vida, para hacerla antifrágil (GerrySanchez, 2017).

De nuevo emplea ilocutivos directivos (*Di*), mediante el uso de expresiones planteadas en segunda persona del singular, interpelando directamente al *alumno*, y procurando que este lleve a cabo sus indicaciones. Se muestra cómo la *abundancia* es un aspecto fundamental para lograr el estatus. *La realidad abundante* hace referencia al número de mujeres disponibles, en ese *reino* y el estatus hace referencia a la masculinidad. Al diseminarse las lógicas de mercado en las interacciones afectivo-sexuales, observamos cómo las relaciones sexuales comienzan a ser entendidas en términos de cantidad en lugar de calidad (Van Valkenburgh, 2018). Rachel O'Neill (2018) observa cómo la seducción es un fenómeno en el cual se perpetúa una visión de la masculinidad como algo que puede ser logrado al obtener acceso sexual al cuerpo de las mujeres. En esta misma línea, Sánchez-Sicilia (2020) observa cómo a las mujeres se las reduce y presenta como objetos sexuales que logran representar y dotar del estatus de verdadero hombre a los varones. O'Neill (2018) recoge que las relaciones íntimas se abordan de manera similar que los asuntos del trabajo, manifestándose al calificar la belleza de las conquistas sexuales y la cantidad de encuentros sexuales como marcadores de valor masculino y estatus social. Observamos como el *alto estatus, el valor, la excelencia, la perfección...* son características que se adquieren al lograr mantener relaciones sexuales con mujeres:

(...) Vamos a ver exactamente >lo que tienes que hacer para ser exitoso con ella y que no pueda olvidarte< (GerrySanchez, 2017). Tienes que ser un **hombre de alto estatus** (...) que estés **forjando acero** y que estés cambiando en algo tu tribu, que (x) estés aportando, que estés **generando valor** (GerrySanchez, 2017). Lo que tienes que hacer es volverte un **hombre de mayor estatus** (...) el **desarrollo personal** es en sí nuestra misión (...), el camino a la **excelencia** y el camino a la **perfección** (...) Lo que estamos haciendo es eso, precisamente volviéndonos **un hombre, un superhombre** (...) (GerrySanchez, 2017) (...) La **excelencia con las mujeres** no es un acto, ☺ sino un hábito ☺ (Conectaonella, 2017)

Sánchez-Sicilia (2020) muestra cómo los hombres son representados de manera vertical. De esta manera, se produce una jerarquía que degrada a los hombres que no se comportan acorde al modelo de masculinidad deseable presentado en las pautas de seducción. Asimismo, las mujeres son representadas como un grupo homogéneo, que ocupa las cotas más bajas de esta escala jerárquica.

Valoración de costes - beneficios

El comportamiento de los individuos en la interacción sexual está interconectado a un sistema de mercado en el cual las elecciones individuales están marcadas por costes y beneficios. En este sistema, las personas buscan maximizar sus resultados (Baumeister y Vohs, 2004). Se trata a los otros seres humanos como objetos de consumo, mayor o menormente válidos en función de la cantidad de placer que pueden proporcionar, en términos de costes-beneficios (Bauman, 2003:104). De este razonamiento del coste-beneficio se deriva una lógica instrumental (Mèlich, 2006: 31) que todo quiere computar y rentabilizar; una lógica que no tolera la incertidumbre. Una lógica que considera todo acorde a la relación medios-fines; para la cual todo tiene que ser calculable, previsible y reducido a su mínima expresión. Como hemos visto a lo largo del análisis, hombres y mujeres ocupan roles diferenciados en el fenómeno de la seducción, dentro de los cuales ellos actúan como compradores y ellas como objetos en venta. Baumeister y Vohs (2004) sostienen que “Durante una interacción con fines sexuales, las mujeres recibirán otros bienes de valor a cambio de sus favores sexuales. La sexualidad masculina, en contraste, no es intercambiada por otros bienes”. De este modo, las mujeres se convierten en productos intercambiables (Van Valkenburgh, 2018), proveedoras de sexo, mientras que los hombres constituyen la demanda y desempeñan el papel de compradores y consumidores (Baumeister y Vohs, 2004).

En las referencias que a continuación presentamos, observamos cómo lo que invierten los hombres está capitalizado por el tiempo y el esfuerzo. De este modo, *limitan su tiempo* y se presentan en *constante movimiento, no siempre disponibles*. Presentan su tiempo y esfuerzo como un recurso limitado y escaso, que los convierte en un *Bien escaso* para las mujeres, quienes, a cambio de sus favores sexuales, recibirán el preciado tiempo y el esfuerzo de estos. Los hombres actúan como compradores que buscan obtener relaciones sexuales abundantes y placenteras, sin invertir demasiado, en términos de tiempo, esfuerzo, compromiso o dinero (Baumeister y Vohs, 2004). El hablante emplea de nuevo un estilo directivo (*Di*), con el que pretende incidir en el hablante, a través del uso de la segunda persona del singular (*eres, entiende, haz...*), y expresa (*E*), masculiniza y dota de relevancia lo que está diciendo, mediante el ejercicio de la fuerza.

El segundo truco psicológico es >la **limitación temporal** o el **sentimiento de urgencia**< (...) **eres un bien escaso** (...) **ellas quieren tener lo que ↑poca ge:::nte ↑puede tener** y eso es < **un hombre que está siempre en movimiento** que tiene un buen estilo de vida y **que no está siempre disponible** (AlvaroReyes, 2018b).

Siempre (2) haz **limitaciones temporales** en tus citas con las mujeres y actividades que requieran >↑**baja**↑ **inversión de energía**< (...) >Entiende que el **sentimiento de urgencia** es superútil para que **la chica quiera quedar antes contigo** y la **limitación temporal** va a servir para que **ella acepte** más rápido tus invitaciones< (AlvaroReyes, 2018b). Nos enfocamos en darte no solo los trucos de **gratificación instantánea**, sino también la sustancia. (GerrySanchez, 2017). Somos lo que hacemos repetidamente. Por tanto, la excelencia no es un acto sino un hábito ((golpea su puño contra su otra mano)) (...) ¿te gustaría que ellas se interesaran por ti **fácil** y naturalmente **°sin esforzarte°**? (ConectaConella, 2017)

Parafraseando a O’Neill (2018), una mínima inversión de tiempo y esfuerzo conlleva una lógica individualista centrada en obtener el máximo beneficio al menor precio posible. De este modo, los hombres buscarían satisfacer sus propios deseos de manera inmediata, invirtiendo los menores recursos posibles para lograrlo y sin tener en cuenta los deseos de la otra persona.

4.3 La emergencia de las relaciones contrarias a la hetero-normatividad monógama, y su relación con el discurso del amor romántico.

Análisis factorial:

Para el AFE se utilizó como método de extracción componentes principales y rotación Varimax. Los resultados dan cuenta de la existencia de dos factores que en conjunto explican el 48.48% de la varianza. La estructura y cargas factoriales se observan en la Tabla 1.

Tabla 1. Estructura factorial con AFE y cargas factoriales de la escala de amor romántico adaptada a la diversidad afectivo sexual

N°	Ítem	Factor 1	Factor 2
3	Somos capaces de enamorarnos de más de una persona a	0.786	

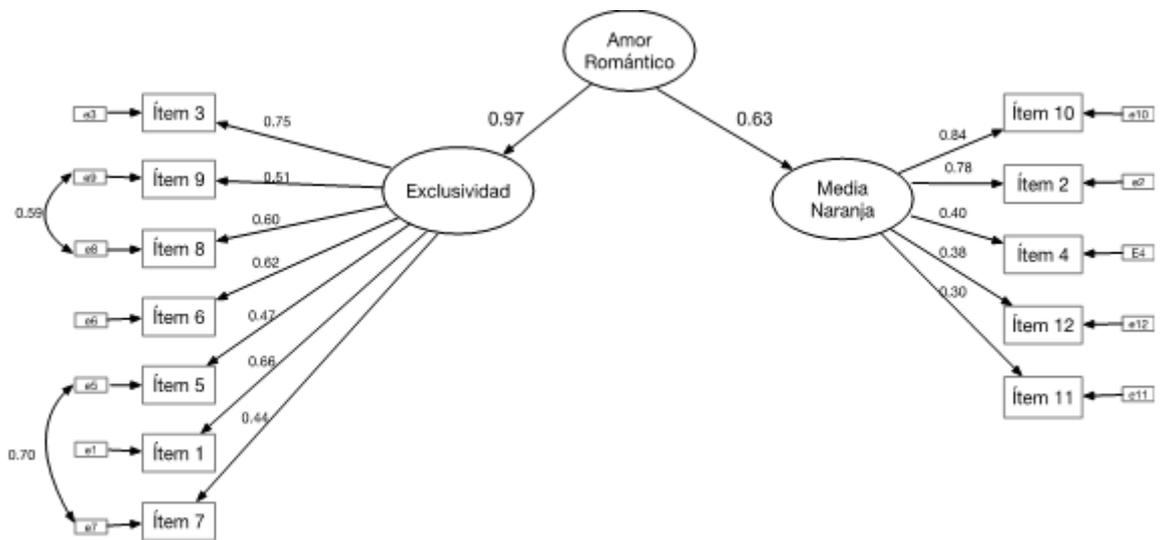
	la vez	
9	Estando en una relación afectivo-sexual, no hay problema en mantener relaciones sentimentales (no sexuales) con otras personas	0.760
8	Estando en una relación afectivo-sexual, no hay problema en mantener relaciones sexuales con otras personas	0.752
6	Somos capaces de querer a más de una persona a la vez	0.712
1	Las relaciones afectivo-sexuales deben estar formadas siempre por dos personas	0.502
7	En el caso de querer a dos personas a la vez, siempre querremos más a una que otra, nunca sentiremos exactamente lo mismo por ambas	0.455
10	Una relación afectivo-sexual debe conducir hacia una unión estable y para siempre	0.750
2	Las relaciones afectivo-sexuales deben dirigirse hacia una unión estable y duradera	0.729
4	Sentir celos es un indicador de verdadero amor	0.640
12	En alguna parte hay personas que están predestinadas a estar con otras y formar una relación afectivo-sexual	0.567
11	Se puede estar “completo/a” sin tener una relación afectivo-sexual	0.390

Fuente: Elaboración propia

El Factor 1 corresponde a ítems referidos a mitos sobre la exclusividad en la pareja, en tanto que el Factor 2, alude a reactivos vinculados a la idea romántica de “la media naranja”.

Respecto al AFC, se utilizó la corrección Satorra-Bentler para realizar los análisis. La estructura propuesta se puede observar en la Figura 1. Los indicadores de ajuste son: ($\chi^2_{(SB)}(50) 204,70, p < 0.001, RMSEA_{(SB)} = 0.070 [0.070 - 0.089], CFI_{(SB)} = 0.930, TLI_{(SB)} = 0.907, SRMR = 0.061$). Se incluyeron dos covarianzas, una entre el ítem 9 y 8 y otra entre el ítem 5 y 7, lo anterior debido a que los indicadores de bondad de ajuste mejoraban y por la alta correlación entre los reactivos (Tabla 1).

Figura 1. Estructura propuesta para el AFC y cargas factoriales



La confiabilidad de la escala total, a partir de la muestra completa de participantes, arroja un alfa de Cronbach de 0,834, mientras que para el Factor de Exclusividad la confiabilidad fue de 0.820; y para Media Naranja fue de 0,667. Para los análisis posteriores solo se trabaja con la escala total.

Análisis descriptivos de la escala de mitos del amor romántico adaptada a la diversidad afectivo sexual y comparación de grupos

A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos en los valores descriptivos (*M* y *DT*) para cada uno de los ítems, incluida la puntuación total de la escala de mitos, para las variables sexo (Tabla 2), orientación sexual (Tabla 3) y tipo de relación (Tabla 4).

A pesar de encontrarse algunas variaciones a nivel descriptivo en función del sexo (Tabla 2), se observa que no hay diferencias estadísticamente significativas entre mujeres y hombres en la escala global de mitos ($t(1206) = -0,74$, $p = .46$; mujeres $M = 2.29$; $DT = 0.71$; hombres $M = 2.32$; $DT = 0.74$).

Tabla 2. Datos descriptivos variable sexo

	Mujer		Hombre	
	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>
D1	1.92	1.24	1.96	1.21
D2	2.32	1.30	2.58	1.34
D3	2.10	1.21	2.04	1.20
D4	1.36	0.78	1.45	0.84
D5	2.95	1.24	2.92	1.32
D6	1.65	0.97	1.67	0.95
D7	2.93	1.27	2.98	1.33
D8	2.93	1.38	2.77	1.38

D9	3.02	1.33	2.85	1.34
D10	2.04	1.16	2.25	1.22
D11	1.59	1.01	1.89	1.21
D12	2.63	1.35	2.48	1.39
Escala Mitos	2.29	0.71	2.32	0.74

Respecto a la orientación sexual, como se observa en la Tabla 3, se observan algunas diferencias a nivel descriptivo.

Tabla 3. Datos descriptivos variable orientación sexual

	Heterosexual		Homosexual		Bisexual		Otra	
	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>
D1	2.14	1.30	1.91	1.15	1.52	0.96	1.43	0.89
D2	2.50	1.32	2.56	1.38	2.15	1.26	2.00	1.30
D3	2.34	1.23	1.99	1.20	1.61	1.00	1.48	0.93
D4	1.45	0.85	1.47	0.78	1.24	0.69	1.14	0.40
D5	3.18	1.21	2.73	1.25	2.52	1.25	2.40	1.26
D6	1.83	1.01	1.63	0.93	1.34	0.80	1.16	0.60
D7	3.13	1.23	2.99	1.31	2.57	1.30	2.33	1.33

D8	3.13	1.23	2.85	1.34	2.25	1.20	1.98	1.20
D9	3.22	1.30	3.12	1.27	2.41	1.22	2.21	1.32
D10	2.25	1.19	2.26	1.33	1.77	1.02	1.67	1.12
D11	1.81	1.15	1.74	1.24	1.43	0.91	1.24	0.62
D12	2.73	1.34	2.64	1.42	2.26	1.30	2.27	1.44
Escala mitos	2.48	0.69	2.32	0.78	1.92	0.60	1.78	0.53

Los análisis de ANOVA de un factor revelan diferencias significativas para la variable orientación sexual ($F(3) = 61,82$ $p < 0,001$); entre los grupos heterosexual y bisexual ($0,56(0,05)$, $p < 0,001$); heterosexual y otra orientación ($0,71(0,08)$, $p < 0,001$); homosexual y bisexual ($0,40(0,07)$, $p < 0,001$) y, homosexual y otra orientación ($0,55(0,11)$, $p < 0,001$).

Como se evidencia en la Tabla 4, a nivel descriptivo destacan diferencias entre quienes se relacionan de manera monógama y quienes lo hacen de manera no monógama consensuada en la escala de mitos. Asimismo, quienes declaran nunca haber mantenido relaciones afectivo-sexuales, puntúan similar a quienes se relacionan de manera monógama.

Tabla 4. Datos descriptivos variable tipo de relación

	Monogamia	No monogamia consensuada	Sin relación
--	-----------	--------------------------------	--------------

	M	SD	M	SD	M	SD
D1	2.17	1.29	1.38	0.84	2.60	1.28
D2	2.55	1.34	2.04	1.21	2.79	1.32
D3	2.37	1.22	1.46	0.84	2.56	1.37
D4	1.46	0.83	1.22	0.67	1.57	0.93
D5	3.20	1.20	2.45	1.21	3.04	1.38
D6	1.88	1.05	1.24	0.61	1.68	0.98
D7	3.19	1.23	2.46	1.23	3.11	1.32
D8	3.36	1.27	1.91	1.01	3.37	1.31
D9	3.40	1.21	2.15	1.16	3.11	1.29
D10	2.30	1.22	1.71	1.02	2.28	1.18
D11	1.74	1.11	1.56	1.04	1.71	1.02
D12	2.74	1.36	2.26	1.34	2.79	1.23
Escala Mitos	2.53	0.69	1.82	0.53	2.55	0.66

Los análisis de ANOVA de un factor revelan diferencias significativas ($F(3) = 165,90$ $p < 0,001$); entre los grupos monógamo y no monógamo consensuado ($0,71(0,04)$, $p < 0,001$); y entre no monógamo consensuado y sin relaciones ($-0,73(0,08)$, $p < 0,001$).

Análisis de la varianza multifactorial

A continuación, se presentan los resultados del análisis de la escala de mitos en función del sexo, orientación sexual y tipo de relación. Los análisis de varianza multifactorial (ANOVA) revelan que no existen diferencias estadísticamente significativas entre mujeres y hombres., ($F(1) = 0,19, p = 0,660$), pero sí, en función de la orientación sexual ($F(3) = 10,48, p < 0,001$) y el tipo de relación ($F(2) = 25,66, p < 0,001$). La interacción entre los distintos factores no alcanzó la significación estadística ($p > 0,05$).

Como se observa en la Tabla 5, respecto a la variable orientación sexual, se detectan diferencias estadísticamente significativas entre los distintos grupos, excepto entre bisexual y otra ($p > 0,05$). En la comparación entre homosexual y heterosexual la significación fue marginal ($p = 0,052$).

Tabla 5. Comparación por parejas Orientación sexual

Contraste	Dif Est	ES	p
Heterosexual – Homosexual	0.16	0.06	0.052
Heterosexual – Bisexual	0.56	0.04	<0.001
Heterosexual – Otra	0.71	0.08	<0.001
Homosexual – Bisexual	0.40	0.07	<0.001
Homosexual – Otra	0.55	0.10	<0.001
Bisexual – Otra	0.15	0.09	0.316

Nota. p valor ajustado: Método Tukey

Respecto a la variable tipo de relación, como se observa en la Tabla 6 se detectan diferencias estadísticamente significativas entre los grupos monógamo y no monógamo consensuado y entre no monógamo consensuado y sin relaciones. Por otro lado, no se reportaron diferencias significativas entre los otros grupos ($p > 0,05$).

Tabla 6. Comparaciones por parejas según tipo de relación

Contraste	Dif Est	SE	p
Monógama – No monógama	0.71	0.04	<0.001
Monógama – Sin relaciones	-0.02	0.07	0.962
No monógama – Sin relaciones	-0.73	0.08	<0.001

Nota. p valor ajustado: Método Tukey

Discusión

El objetivo general del estudio buscó analizar la influencia de las variables sexo, orientación sexual y tipo de relación afectivo-sexual en la asunción de los mitos del amor romántico, para lo cual fue necesario crear y probar las propiedades psicométricas de una escala de mitos del amor románticos.

Respecto al instrumento, este arrojó adecuadas propiedades psicométricas, tanto en lo referido a la confiabilidad, como a la validez de constructo constatada por los análisis factoriales desarrollados.

Los resultados mostraron que el nivel de aceptación de los mitos del amor romántico está relacionado con el tipo de orientación sexual y con el tipo de relación afectivo-sexual que reportan los participantes del estudio y no con el sexo.

No se encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto al nivel de acuerdo en los mitos del amor romántico, al menos en lo que a la escala total se refiere. Los resultados que aquí se presentan contradicen lo esperado por algunos estudios, respecto a que sean las mujeres quienes muestran un mayor acuerdo con los mitos (Rodríguez-Castro et al. 2013, Rodríguez-Castro y Alonso-Ruido, 2015). Sin embargo, los resultados son coherentes con las investigaciones en las cuales las creencias románticas estaban presentes en igual medida tanto en hombres como en mujeres (Ferrer et al., 2010; Larrañaga et al., 2012; Ramos et al., 2010). Esta similitud se considera esperable, pues tanto hombres como mujeres han sido socializados en contextos patriarcales que estratégicamente promueven la asunción de dichos mitos. Al establecer roles diferenciados por sexo en las formas de relacionarse afectivo-sexualmente, se

sostienen de manera acrítica relaciones de poder asimétricas basadas en diferencias de sexo (Cubells y Calsamiglia, 2015).

Respecto a la orientación sexual de los participantes, las personas identificadas como bisexuales y con otro tipo de orientación mostraron un menor grado de acuerdo con los mitos del amor romántico en comparación con heterosexuales y homosexuales. La carencia de investigaciones cuantitativas que indaguen específicamente respecto a la orientación sexual y asunción de los mitos de amor romántico no permite contrastar estos resultados con los de otros estudios previos. Una posible explicación a esta diferencia podría deberse a las características de la muestra, en la cual, la mayoría de las personas bisexuales reportaron no establecer relaciones afectivo-sexuales monógamas, lo cual representa un quiebre con las formas normativas de relación afectivo-sexual.

Respecto al tipo de relación afectivo-sexual, las personas que se relacionan de manera monógama y aquellas que nunca han mantenido una relación afectivo-sexual presentaron un mayor grado de creencia o asunción hacia los mitos del amor romántico que las personas que se relacionan de forma no monógama consensuada (relaciones abiertas, poliamor, anarquía relacional, swinger, etc.). Por tanto, estos resultados aportan nueva información que contradice -desde los análisis estadísticos- lo observado por Klesse (2011), Wilkinson (2010), Enciso (2015) y Ben-Ze'ev y Brunning (2017), sobre la creencia de que las personas con relaciones no monógamas consensuadas y poliamor habrían incorporado discursos románticos propios de la monogamia.

En cuanto a las posibles limitaciones del estudio, el muestreo por conveniencia pudo influir en los resultados obtenidos, ya que las/os participantes podrían compartir ciertas percepciones respecto al tema de estudio (Price y Murnan, 2004). La toma de esta decisión metodológica responde a la necesidad de contar con una importante muestra de un colectivo de difícil acceso, como son las personas que se relacionan afectivo-sexualmente de manera no monógama (n=409). De igual forma, se considera necesario visibilizar la baja participación de hombres respecto a mujeres (68,9% mujeres), tanto en este estudio como en otros que abordan temáticas similares (Borrajo, Gámez-Guadix y Calvete, 2015 y Rodríguez-Castro et al., 2013). Esta diferencia de sexo en el número de participantes podría conllevar sesgos en este y en otros análisis.

Se propone a futuro realizar nuevas investigaciones sobre mitos del amor romántico, utilizando este u otros instrumentos de características similares, con el objetivo de que

cualquier persona, independientemente de cómo se relacione afectivo-sexualmente se pueda sentir representada, superando la terminología como ‘pareja’ o el planteamiento de los mitos en torno a ella, ya que concebir las relaciones afectivo-sexuales como algo exclusivamente de dos personas, presupone asumir el mito del emparejamiento (Yela, 2003) por parte del/a investigador/a.

Con base en los resultados del presente estudio, se observa que se dispone de un instrumento con adecuadas propiedades psicométricas para evaluar los mitos del amor romántico en personas de diversa orientación sexual y considerando la variedad de relaciones afectivo-sexuales existente. Además, el grado de asunción de los mitos románticos varía en función de la orientación sexual y del tipo de relación afectivo sexual y no en función del sexo. Por tanto, una persona, hombre o mujer, heterosexual u homosexual y que se relaciona de forma monógama o que nunca ha mantenido una relación afectivo sexual, presentará una mayor creencia o asunción de los mitos del amor romántico que una persona bisexual o con otra orientación sexual no homosexual o heterosexual, que ha mantenido al menos una relación afectivo sexual y que se relaciona de forma no monógama consensuada (relaciones abiertas, poliamor, anarquía relacional, swinger, etc.), presentando esta persona una menor asunción de los mitos del amor romántico.

5. CONCLUSIONS

Romantic hegemony was questioned and relegated to a subordinate relational possibility with the advent of modernism and its rationalist discourse. With the ‘recent’ postmodern emergence, the romantic and modern considerations have been questioned at the same time that they also coexist and dispute with each other, and with the new speeches and practices which appear in the postmodern stage. This stage is presented as a liminal event that separates from romantic/modern dual hegemony which is an intermediate state – in the process of consolidation – where as we have observed in this work, coexist, conflict, and emerge discourses and practices as a result of its liminal character. In this way, we notice as influenced by two extremely opposed discourses and practices – as they are the romantic raptures and the logics of the market economy – discourses and models of their own or close to these romantic raptures coexist such as romantic and romantic of consumer relationships. In this way, discourses and models of their own or close to this

market economy, such as relationships based on liquid love and those strictly speaking based on this economy. Likewise, and given the emerging nature of liminal phenomena, new – or not so new, but before the romantic/modern hegemony – sex-affective ways and discourses are developed. The ethic discourses of these new types of relationships situate them as a way of resistance to romantic raptures and market economy logics, promoting practices such as consensual non-monogamous relationships.

Throughout this work we have appreciated that each discourse, each affective-sexual way, maintains a rhetoric, a speech, and at the same time it is associated to a greater extent with a gender.

We have observed as the discourse of romantic love is composed of a repertoire in which prevails the use of specific rhetorical figures and mechanisms: Maxims, which coincide with myths of romantic love, metaphors, externalisation mechanisms, figures of maximisation and presence, values of uniqueness and precision, and topics of quality, essence, and person. Young people reproduce the romantic love repertoire, which is characterised by the externalisation of the love phenomenon, understood as an external, inexplicable entity that arises in a spontaneous way, whose loss places us in a position of incompleteness, without this essence to be recovered. Moreover, it reproduces positive speech that turns around jealousy, understood as a desirable feature, a signal of real love. In the same way, the favourable discourse that revolves around faithfulness, exclusivity, and possession is reproduced, and these forms are recognised – in establishing sexual-affective relationships – as a normative and essential aspect. We emphasise that not only practices of sexual or emotional exclusivity are promoted, but also, associated to them, exclusivity of time, words, and even thinking. Hence, analysis shows that romantic myths of jealousy, better half, faithfulness, and exclusivity are still present in the discourse of young people reproduced and transmitted to the rest of the adolescents who watch the Boys and Girls programme. However, the same does not apply to the myths that refer to a long-term or a lifetime commitment. The discourses that emerge from the material analysed are not derived from a single repertoire. Romantic practices guide us to commit ourselves to maintain deep relationships, to let emotions get involved, to sacrifice ourselves for the other, considering these to be features of real or true love. Quite the opposite, the liquid considerations promote libertarian, superficial and hedonistic practices, addressed in a rational way, being common practices in virtual relationships. These liquid features are recognised by the generalised use of figures and arguments considered rational or in the search of objectivity. Among them, we highlight topics of

the existing, topics of quantity, reasonings based on probabilities, pragmatic arguments, and arguments a fortiori. Besides, we observe how these practices – initially opposed – complement each other, producing emotional practices for superficial relationships; practices of sacrifice for libertarian relationships; physical meetings kept under superficial, libertarian and hedonistic practices. In addition to the romantic and liquid repertoire, we observe the emergence of a new phenomenon – given the liminal nature of postmodern stage – that we have termed Romantic Consumption (or consumer romantic love) in which characteristics of romantic and liquid repertoires complement, coexist, and merge, and this phenomenon would respond to the social imagery of the ‘love affair’ or ‘crush’. This romantic consumption phenomenon presents the coexistence of rational, free, hedonic, superficial, and virtual relationships, with emotional, committed, demanding, deep, and ‘real’ relationships. It also shows us how these categories complement each other, producing deep and hedonic, committed and rational, emotional and rational, emotional and superficial, committed and hedonic, real and superficial relationships. This complementarity between characteristics initially opposed by their attachment to a specific repertoire is merged to generate emotional and irrational practices that get along well with technical considerations; conventional face-to-face relationships of easy entry and exit – as occurs in virtual relationships; and deep and committed relationships where the most demanding parts of a relationship required by exclusivity are avoided, especially in a medium and long-term. Likewise, this lack of commitment or sacrifice is also referred to from a rational perspective, which entails a positive assessment of the exclusive and committed relationships, as long as they are hedonic relationships. Thus, we observe how this new phenomenon shows us that monogamous romantic relationships do not have much life beyond the falling in love stage, which is the most hedonic phase of love. We appreciate how what we mean by romantic love is in question. Thus, we note how from this pure romantic love – to which the so-called classic myths of romantic love are ascribed – survive a large part of their features but starts to discern how those which refer to long-term, stability, for a lifetime . . . start a transition process to the short-termism, to a stability highlighted by the ‘as long as falling in love takes’. In this liminal postmodern stage, economic and consumer practices have capitalised on the way we relate to each other, producing new ways marked by their traits, as is the case of liquid love, but also affecting romantic considerations, keeping its raptures of intensity, faithfulness, and exclusivity, but inoculating the practice of consumption, rejecting long-term relationships –beyond the starting to fall in love, throwing away the less appetising

bites of affective-sexual relationships. In this way, a consumer romantic love is produced that advocates for establishing traditional relationships, which are consumed and discarded for others – which are discarded again – when the first stage of falling in love disappears. Therefore, the romantic characteristics that have not been able to adapt to the capitalist model of consumption tend to disappear. Furthermore, through statistical analysis presented in this work, we observe how the myths that refer to long-term or ‘lifelong’ stability have less acceptance for the sample who have participated in the study. These results complement what we have already observed from discursive analyses. Throughout this work, we have observed how gender and the different sex-affective practices interrelate to the point where one cannot be understood without the others. Romantic love discourse promotes and makes possible the emergence and maintenance of practices that encourage gender inequality. This discourse provides guidance on appropriate ways of feeling, producing, and sustaining discriminatory practices that place the feminine sexualised and subordinated to the masculine. As we have seen in the analysis of results, the repertoire of liquid love does not seem to produce something quite different: women are sexually objectified as objects of consumption, and they are blamed, held responsible, and stigmatised for this. In this way, those who maintain hedonic, superficial, and libertarian relationships and, hence, liquid practices are socially rejected. Liquid discourse and its practices are presented as a threat to the hegemony of romantic repertoire, and therefore, liquidity is socially rejected – especially in spaces where romantic discourse is hegemonic – as well as women who show features linked to this repertoire. Thus, men not only can behave according to the liquid characteristics to a greater extent than women – even in spaces where romantic love is hegemonic – but also as we will see throughout this section, the masculine sex affect is constructed around the features of economic and consumer practices and thus, around the liquid practices, which share several characteristics with them. In both practices, women are deprived of their agency capacity, and they are presented as objects waiting to be conquered in romantic love and consumed in liquid love, and as we will see, consumed also in the practices capitalised by the logics of the market economy. Statistical analysis shows that there is no significant difference between men and women in the degree of belief in myths of romantic love. In this way, and as we have observed, romantic discourse and its myths have been associated with and mostly accepted by the female perception, but as we find in the statistical analysis, both women and men have internalised to the same degree the belief in these myths.

Two main considerations emerge from the analysis of the materials of the phenomenon of seduction: Masculinity does not know affectivity, and masculine sexuality is constructed based on access to women's bodies. A masculine sexuality is conceived as a necessity and not as a desire, a need based on biological assumptions, an irrational, impulsive, predatory, and animal sexuality, and at the same time conceived from rationality, logic, the logic of the market economy, and the neoliberal ideology values. The material we have analysed provides a series of sex-affective and seduction guidelines aimed at heterosexual men. These guidelines construct, reproduce, and glorify a series of masculinity mandates. At the same time is produced an effect of socialisation of the biological and biologisation of a phenomenon that in this work we have understood as dependent on a specific socio-historical-cultural context, and therefore affected by psychosocial conditionals that construct a desirable model of masculinity to the detriment of others. The following desirable values associated with masculine sexuality are promoted: Sexual virility, understood as the necessity of maintaining several heterosexual sexual intercourses, where men's sexual desires are prioritised over those of women; Power and domination, the need to impress, dominate, and evince the presence of power and authority in sex-affective interactions; Activity and agency, taking a masculine dominant and active role that prioritises again their desires to the detriment of women's choice, who are subordinated to the (un)do of those who control the sex-affective interaction; Risk associated with virility, where rejection is never valued as an option, and one must do whatever it takes – without problematising the consequences of their behaviours – to achieve the goal of maintaining sexual relationships with women; Protection and presence, being a figure that stands out through corporal expression and that protects women; and finally, rationality and insensibility, acting in a premeditated and calculated way in sex-affective interactions, rejecting a show of feelings or emotions socially considered 'feminine'. Likewise, any other possibility 'to be man' which does not fit or does not reproduce these mandates of gender is invalidated. Even though these men in the seduction material are mostly invisible, they are ridiculed, infantilised, and treated in a derogatory way when the material refers to them. Women along the material are reduced and presented as a homogenous group, which by a manner of sexualised goods, they reach to represent and provide masculinity to men. The role that they play in the practices of seduction here presented is to validate and reinforce men's virility. Thus, they turn into what men are not: they are presented without agency, manipulable, dominated, without authority, passive, in the background, in need of care, sensitive, and

emotional. In short, women are bodies on which to exercise masculine domination. Likewise, from the analysis of this seduction material we find -complementary, but contradictory to biological and irrational masculine considerations- practices of the market economy and neoliberal logics, which respond to seduction phenomenon and therefore, to masculine sexuality. Seduction is presented as a logical and rational process of teaching/learning, which is based on some decipherable strategies or tricks. Besides, the weight of 'success' achieved in sex-affective interactions falls on men who follow the seduction guidelines under the neoliberal narrative of the meritocracy of 'with effort you can achieve all what you propose'. A narrative of meritocracy is also based on the belief that men are given their biological and irrepressible sexuality and deserve per se access to women's bodies. It is promoted a self-sufficient, independent, detached and zero empathic mentality, focused on achieving their goals. The status of masculinity is presented in quantitative terms that are achieved through the purchase and access to consumer goods (women). Finally, sex-affective interactions are measured in terms of means-purpose and cost-benefit. Man is exalted by the fact of being so and is positioned as a being with high status who seeks to obtain the greatest benefit with the least investment possible. Both irrational and rational considerations of male sexuality focus their discourse on the conception of male sexuality as a necessity. A necessity supplied from impulsivity and predatory behaviour and from the consumption of goods (women). This complementation of initially contradictory characteristics of traditional male sexuality – the biological pole, natural and unstoppable sexuality, and economic and consumer practices – promotes and enables the emergence of sexual violence against women in its various ways. In this way, we observe how women have been assigned with the repertoire of romantic discourse and consumer romantic love. Thus, those women who relate according to the characteristics of liquid love and to market and neoliberal economic logics – applied to sex-affectivity – are punished and socially stigmatised. These liquid practices and these logics are kept for men. Likewise, for men, relational affectivity – and romantic considerations – remain invisible, and when they appear, they are considered at the same time acceptable and counter-productive. In this case, technical considerations do not get along with emotions. Masculinity is constructed on the basis of sexuality, in access to women's bodies, a sexuality postulated as predatory, animal, irrational, and emotional. At the same time masculinity is constructed on the basis of masculine rationality, neoliberal and market economy values: meritocracy, status, self-sufficient, cost-benefit assessment. Several of the characteristics of liquid love

complement each other and arise from market economy practices. In conclusion, women are constructed as objects of conquest in romantic practices; as goods in conquest and in consumption at consumer romantic practices (romantic consumption); and as consumer goods in the practices associated with liquid love and in the market economy and neoliberal practices. From the sex-affectivity binomial, women are deprived of 'sex' and men of 'affection'. Technical considerations are associated with male **sex-affectivity**, and emotional and romantic considerations with female **sex-affectivity**.

This work has meant to be a brief approach to the phenomenon of sex-affectivity – through gender – in these postmodern times. We have not tried to describe, but to understand a reality that is not given, that is not immanent or immutable and, therefore, is not alien to the social changes that have ensued, are ensuing, and will ensue. We cannot give concise answers to complex phenomena that take place in a liminal present that becomes permanent where everything can happen. That is why we show, as a present and future hypothesis, some reflections that derive from this work and that may possibly generate even more questions in the reader than answers. In this way, and as we have seen in this work, we could consider that romantic love and the myths we knew until then are destined to disappear, absorbed by capitalistic economic and neoliberal practices. At least we can value – with greater security and greater permanence – that this romantic love, condemned to the abyss, would be replaced by a romantic love of consumption motivated by hedonic consumerist practices – making long-term stability or the 'for life' disappear – but which maintains the initially romantic considerations of fidelity, exclusivity, and emotionality. We could also consider that consumer romantic love is a liminal phenomenon that exists simultaneously as part of the old romantic order and the new liquid order and, therefore, this romantic consumption will tend to disappear when, during the aggregation phase, the practices of liquid love as a hegemonic relational model are consolidated along with those models that are motivated by the purest market economic practices. Moreover, we could consider that this liquid phenomenon – which leaves behind the last romantic considerations maintained by the romantic love of consumption, but just like this one – is not but that a liminal effect that is becoming permanent. But we also could consider that the phase of aggregation will condemn it to disappear and thus consolidate the model based on the neoliberal and economic logics as the only hegemonic and guiding model of the sex-affective relational practices. In this way, discourses that respond to the terms with which market practices and business are understood:

meritocracy, self-sufficiency, cost-benefit assessment, status, interdependence, and attachment understood as an encumbrance would be guiding normative sex-affective practices. From the postmodern stage new – or not so new – affective-sex ways of relating emerge, such as consensual non-monogamies (CNM): Open relationships, polyamory, and relationship anarchy. In the CNM ethical practices and discourses, emerge a resistance to the binomial and counterpoised hegemony of romantic raptures and market economic logics. It is necessary to emphasise that a mere change in the number of people in the relationship does not per se imply resistance to this dual hegemony. It is necessary that these discourses, practices, and resistances reflect a real transformation that reverses the damage and violence that romantic raptures have already caused and points out and confronts the pain and violence that the incorporation of neoliberal capitalist logics in the way of understanding affective-sex relations is causing. Only a politics of care that recognises and values interdependence and that values affectivity and healing vulnerability can be a resistance to the romantic discourse and the economic and neoliberal practices that are capitalising the way we understand the world and relationships.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Abbagnano, Nicola (1994a). *Historia de la Filosofía Volumen 2*. España: Hora.
- Abbagnano, Nicola (1994b). *Historia de la Filosofía Volumen 3*. España: Hora.
- Agamben, Giorgio (1998). *Homo sacer: Sovereign power and bare life*. Stanford University Press.
- Agier, Michel (2004). Entre guerre et ville. *Ethnography*, 2.
- Akerlof, George, Yellen, Janet , y Katz, Michael (1997). An analysis of out-of-wedlock childbearing in the United States. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 111, núm 2, Cambridge: Harvard University.
- Alario-Gavilán, Mónica (2018). La influencia del imaginario de la pornografía hegemónica en la construcción del deseo sexual masculino prostituyente: un análisis de la demanda de prostitución. *Asparkía. Investigació Feminista*, (33), 61-79.

AlvaroReyes (2018a). Por Qué Ellas Te Rechazan Aunque Te Vean Atractivo o Les Gustes [video online]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=FcztLhltCfg> [15 de abril de 2018].

AlvaroReyes (2018b). 3 Trucos Psicológicos Para Que Las Chicas Quieran Ir a Tu Casa + Interacción Completa [video online]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=4bIfPAFJQ0w> [21 de junio de 2018].

Amurrio Velez, Mila *et al.* (2010). «Violencia de género en las relaciones de pareja de adolescentes y jóvenes en Bilbao». *Zerbitzuan*, 47, 121–134

Austin, John Langshaw (1971). *Cómo hacer cosas con palabras*, Barcelona: Paidós.

Azpiazu, Jokin (2017). *Masculinidades y Feminismo*. Barcelona: Virus

Badinter, Elisabeth. (1992). *XY: De l'identité masculine*. Odile Jacob

Baker, Katie J.M. (2013). Cockblocked by Redistribution: A Pick-Up Artist in Denmark. *Dissent vol 60*, núm 2.

Barcelona, Antonio (1992). El lenguaje del amor romántico en inglés y en español. *Atlantis*, 14, 5-27.

Barcelona, Antonio (1995). Metaphorical models of romantic love in Romeo and Juliet. *Journal of Pragmatics*, 24(6), 667-688. [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(95\)00007-f](https://doi.org/10.1016/0378-2166(95)00007-f)

Barrón, Ana, Martínez-Iñigo, David, De Paul, Pilar y Yela, Carlos (1999): Romantic beliefs and myths in Spain. *The Spanish Journal of Psychology*, 2(1), 64-73.

Bassi, Javier Ernesto (2015). El código de transcripción de Gail Jefferson: adaptación para las ciencias sociales. *Quaderns de Psicologia*, vol. 17, núm 1, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Bartky, Sandra Lee (1990). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. Psychology Press. doi:10.4324/9780203825259

Bauman, Zygmunt (2003). *Amor líquido: acerca de la fragilidad de los vínculos humanos* Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Zygmunt (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de la Cultura Económica.

Baumeister, Roy, Catanese, Kathleen, y Wallace, Harry (2002). Conquest by force: A narcissistic reactance theory of rape and sexual coercion. *Review of General Psychology*, vol. 6, núm 1, Estados Unidos: APA.

Baumeister, Roy y Vohs, Kathleen (2004). Sexual Economics: Sex as Female Resource for Social Exchange in Heterosexual Interactions, en *Personality and Social Psychology Review*, vol. 8, núm 4, California: University of California.

Beach, Frank, & Jordan, Lisbeth (1956). «Sexual exhaustion and recovery in the male rat». *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 8(3), 121-133.

Beigel, Hugo (1951). Romantic love. *American Sociological Review*, 16(3), 326-334.

Bell, Daniel (1976). The cultural contradictions of capitalism. Londres: Heinemann.

Ben-Ze'ev, Aaron y Brunning, Luke (2017). How complex is your love? The case of romantic compromises and polyamory. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 48(1), 98-116. <https://doi.org/10.1111/jtsb.12156>

Birdwhistell, Ray, Desmonts, Antonio y Ramió, Joaquín (1979). *El lenguaje de la expresión corporal*. Barcelona: Gustavo Gili.

Bisquert-Bover, Mar, Giménez-García, Cristina, Gil-Juliá, Beatriz, Martínez-Gómez, N. y Gil-Lario, María Dolores (2019). Mitos del amor romántico y autoestima en adolescentes. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 5(1), 507-518.

Bonilla, Enrique, Rivas, Esther, García, Bárbara y Criado, Alberto (2017). *Mitos del amor romántico y normalización de la violencia de género en adolescentes*. Comunicación presentada en el III Congreso Nacional de Psicología, Oviedo, Asturias.

Bonino, Luis (1998). Deconstruyendo la 'normalidad' masculina, apuntes para una psicopatología de género masculino. *Actualidad Psicológica*, vol. 253, Buenos Aires.

Borrajo, Erika, Gámez-Guadix, Manuel y Calvete, Esther (2015). Justification beliefs of violence, myths about love and cyber dating abuse. *Psicothema* 27(4), 327-333. doi:10.7334/psicothema2015.59

Bosch, Esperanza, Ferrer, Victoria Aurora, García-Buades, Esther, Ramis, Mari Carmen, Mas, Carmen, Navarro, Capilla y Torrens, Gema (2007). *Del mito del amor romántico a*

la violencia contra las mujeres en la pareja. Madrid: Universidad de las islas Baleares. Ministerio de Igualdad.

Bourdieu, Pierre (1998/2001). *Masculine domination*. Stanford University Press.

Buchbinder, David (2013). *Studying men and masculinities*. Abingdon:Routledge.

Bueno-Matos, Juan Manuel y Martí-Oriols, Xavier (2009). *Historia de la filosofía*. Barcelona:Vicens Vives.

Bushman, Brad, Bonacci, Angelica, Van Dijk, Mirjam, y Baumeister, Roy (2003). Narcissism, sexual refusal, and sexual aggression: Testing a narcissistic reactance model of sexual coercion. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 84, Estados Unidos: APA.

Butler, Judith (199). *Mecanismos psíquicos del poder: teorías sobre la sujeción*. Madrid: Cátedra.

Byung-Chul, Han (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona, Herder.

Cacace, Marina (2006). *Mujeres jóvenes y feminismo. Valores, cultura y comportamientos frente a frente*. Madrid: Narcea.

Caro, Carmen y Monreal, Carmen (2017). Creencias del amor romántico y violencia de género. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 47-56. doi:<http://dx.doi.org/10.17060/ijodaep.2017.n1.v2.917>.

Castañeda, Marina (2007), *El machismo invisible regresa*, Taurus: México.

Cavarero, Adriana (2014). *Inclinaciones desequilibradas* en Saez, B (Ed). *Cuerpo, memoria y representación*. Adriana Cavarero y Judith Butler en diálogo. Barcelona: Icaria, pp. 17-38.

Cobo, Rosa (2017). *La prostitución en el corazón del capitalismo*. Madrid: La Catarata.

Commons, Creative (2020). Creative Commons legal code. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

ConectaConElla (2017). 5 Hábitos De Un Verdadero Caballero Que Derriten A Las Mujeres [video online]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=zJaUkeulmU> [7 de junio de 2017].

- Connell, Raewyn (1995). *Masculinities*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Coral-Díaz, Ana Milena (2010). El cuerpo femenino sexualizado: entre las construcciones de género y la Ley de Justicia y Paz. *International Law*, (17), 381-409.
- Cruz, Salvador (2006). Cuerpo, masculinidad y jóvenes. Iberoforum. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 1(1). Ciudad de México: Universidad Iberoamericana
- Cubells, Jenny y Calsamiglia, Andrea (2015). El repertorio del amor romántico y las condiciones de posibilidad para la violencia machista. *Universitas Psychologica*, 14(5), 1681-1694. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-5.rarc>
- Cuenca-Montesino, Maria Luisa, Graña, Jose Luis y O'Leary, K. Daniel (2015). Intensity of love in a community sample of Spanish couples in the region of Madrid. *The Spanish Journal of Psychology*, 18, 1-9. doi: 10.1017/sjp.2015.79.
- De Beauvoir, Simone (1949/1969). *El segundo sexo*. Buenos Aires: Siglo Veinte.
- De Miguel, Ana (2015). *Neoliberalismo Sexual: El mito de la libre elección*. Madrid: Feminismos.
- De Miguel, Estíbaliz (2017). Explorando la agencia de las mujeres encarceladas a través de sus experiencias amorosas. *Papers: revista de sociología*, 102(2), 311-335. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2340>
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix (1980). *Thousand plateaus*. London: Continuum.
- Descartes, René (1637/2004). *Discurso del método*. Ediciones Colihue.
- Eibl-Eibesfeldt, Irenaus (1993). *Biología del comportamiento humano. Manual de etología humana*, Madrid: Alianza Editorial
- Elboj, Carmen, Flecha, Ainhoa, y Íñiguez, Tatiana (2009). Modelos de atracción y elección de la población adolescente y su relación con la violencia de género. Propuesta para su prevención en base a los principios metodológicos de las comunidades de aprendizaje. *Contextos Educativos*, 12, 95–114.
- Emakunde (2008). *Los hombres, la igualdad y las nuevas masculinidades*. Instituto Vasco de la Mujer.

Enciso, Giazú (2015). *Una travesía de las emociones al afecto en las prácticas de Poliamor: o lo que las palabras callaban sobre el cuerpo* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.

España (2020). Real decreto legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley de propiedad intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. Boletín Oficial del Estado. Madrid, 22 de abril de 1996, núm. 97. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>

Estalella, Adolfo y Ardévol, Elisenda (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. In *Forum Qualitative Social Research* (Vol. 8, No. 3, p. 25).

Esteban, Mari Luz & Távora, Ana (2008). El amor romántico y la subordinación social de las mujeres: revisiones y propuestas. *Anuario de Psicología*, 39(1), 59-73.

Ferrer, Victoria, Bosch, Esperanza y Navarro, Capilla (2010). Los mitos románticos en España. *Boletín de psicología*, 99, 7-31.

Ferrer, Victoria, y Bosch, Esperanza (2013). Del amor romántico a la violencia de género. Para una coeducación emocional en la agenda educativa. *Profesorado*, 17, 105–122.

Figueroa-Perea, Juan Guillermo (1998) «Algunos elementos para interpretar la presencia de los varones en los procesos de salud reproductiva». *Cad Saúde Pub* 14(Suppl 1):87-96

[FilmNight Barcelona]. (2015a, abril 28). Chicos Y Chicas - EPISODIO 1 (Parte 1/2)

[Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=tBv2c-KOTz4>

[FilmNight Barcelona]. (2015b, abril 28). Chicos y Chicas - EPISODIO 1 (parte 2/2)

[Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=DYgN6Wgasrc>

[FilmNight Barcelona]. (2015c, mayo 5). Chicos Y Chicas - EPISODIO 2 (Parte 1/2)

[Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=0jIWY9BIp4c>

[FilmNight Barcelona]. (2015d, mayo 7). Chicos Y Chicas - EPISODIO 2 (Parte 2/2)

[Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ewujqcX2A3E>

[FilmNight Barcelona]. (2015e, mayo 14). Chicos Y Chicas - EPISODIO 3 (Parte 1/1)

[Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=P1I0qPiRrJ0>

[FilmNight Barcelona]. (2015f, mayo 25). Chicos Y Chicas - EPISODIO 4 (mini)

[Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=NvVLH-ce_k8

[FilmNight Barcelona]. (2015g, junio 3). Chicos Y Chicas - EPISODIO 5 [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=H_2uhYULg6Y

[FilmNight Barcelona]. (2015h, junio 10). CHICOS Y CHICAS - [ALEX & MARTA]

[Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=GysgHMD5Tqc>

[FilmNight Barcelona]. (2015i, junio 22). Chicos Y Chicas - EPISODIO 6 [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=MrFtskyL-GQ>

Firnhaber, Joseph, Greenwood, Ronni Michelle and Quayle, Michael (2019). Continuity in the face of change: Identifying three strategies for constructing stable masculinity in liminality. *British Journal of Social Psychology*, 58(2), 435-451.

Fisher, Helen (1994). *Anatomía del amor*. Barcelona: Anagrama.

Flandrin, Jean-Louis (1981). *La moral sexual en occidente*. Barcelona: Ediciones Granica.

Flecha, Ainhoa., Puivert, Lidia y Redondo, Gisela (2005). Socialización preventiva de la violencia de género. *Feminismo/s* 6, 107-120.

Foucault, Michel (1969/1997). *La arqueología del saber*. Madrid: Siglo XXI.

Foucault, Michel (1977). *Historia De La Sexualidad I. La voluntad de saber*. Madrid: Siglo XXI.

Foucault, Michel (1970/1992). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets Editores.

Foucault, Michel (1975). *Vigilar y castigar*. El nacimiento de la prisión. México D. F.: S. XXI.

Foucault, Michel (1979). *Microfísica del poder*. Madrid: Ediciones de la Piqueta.

Fromm, Erich (1956). *The Art of Loving*. New York: Harper

- Fundación Mujeres. (2011). Mitos del amor romántico y prevención de la violencia de género. En Fundación Mujeres (Ed.) *Monográfico 93. Coeducación y mitos del amor romántico* (pp 7-10). Madrid: España.
- Gaarder, Jostein (1991/2012). *El mundo de Sofía: novela sobre la historia de la filosofía* (Vol. 1). Siruela.
- García, Leonardo (2015). *Nuevas masculinidades: discursos y prácticas de resistencia al patriarcado*. Quito: FLACSO Ecuador.
- García Gual, Carlos (1982): Amores de Lanzarote y de la reina Ginebra. *Revista de occidente*, 15-16, 115-132.
- Gergen, Kenneth (1991). *The Saturated Self. Dilemmas of Identity in Contemporary life*. New York: HarperCollins .
- Gergen, Kenneth J. (2007). *Constructivismo social: aportes para el debate y la práctica*. Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Sociales.
- Gergen, Kenneth J. & Gergen, Mary M. (2011). *Reflexiones sobre la construcción social*. Paidós.
- GerrySanchez (2017). *Cómo Hacer Que Ella Se Obsesione Por Ti* [video online]. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=SexR_Dv-6s0 [7 de julio de 2017]
- Gil, Eva Patricia y Lloret, Imma (2007). *La violencia de género*. Barcelona: UOC.
- Gil, Silvia L. (2018). Pensamiento feminista contemporáneo:(Re) pensar la política en tiempos de crisis. *Bajo Palabra. Revista de Filosofía*.
- Ging, Debbie (2017). Alphas, Betas, and Incels: Theorizing the Masculinities of the Manosphere. *Men and Masculinities*, vol. 1, núm 20. Estados Unidos: The State University of New York.
- Glaser, Barney, & Strauss, Anselm (1967). *The discovery of grounded theory*. London: Weidenfeld and Nicholson, 24(25), 288-304.
- Glucksberg, Sam y McGlone, Matthew (1999). When love is not a journey: What metaphors mean. *Journal of Pragmatics*, 31(12), 1541-1558. doi:10.1016/s0378-2166(99)00003-x

Goode, William (1968). *World Revolution and Family Patterns*. New York: Free Press of Glencoe.

Guasch, Oscar (2008). «Homosexualidad, masculinidades e identidad gay en la tardomodernidad: el caso español». *Mientras Tanto*, (107), 27-47.

Hall, Jeffrey, & Canterberry, Melanie (2011). «Sexism and assertive courtship strategies». *Sex Roles*, 65(11-12), 840-853.

Hendrick, Clyde y Hendrick, Susan (1986). A theory and method of love. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(2), 392-402.

Herrera, Coral (2010). *La construcción sociocultural del amor romántico*. Madrid: Fundamentos.

Hirschman, Elizabeth C. & Thompson, Craig (1997). «Why media matter: Toward a richer understanding of consumers' relationships with advertising and mass media» *Journal of Advertising*, 26(1), 43-60.

Hooks, Bell (2000). *All about love: New visions*. William Morrow.

Illouz, Eva (2009). *El consumo de la utopía romántica: El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Katz Editores.

Illouz, Eva (2014). *Erotismo de autoayuda: 'Cincuenta sombras de Grey' y el nuevo orden romántico* (Vol. 5008). Katz Editores.

Íñiguez, Lupicinio y Antaki, Charles (1994). El análisis del discurso en psicología social. *Boletín de psicología*, 44, 57-75.

Irigaray, Luce (1984). *Ética de la diferencia sexual*. París, Éditions de Minuit.

Jane, Emma (2017). Systemic misogyny exposed: Translating Rapeglish from the Manosphere with a Random Rape Threat Generator. *International Journal of Cultural Studies*.

Jónnasdóttir, Anna (1996). *El poder del amor: ¿le importa el sexo a la democracia?*. Madrid: Cátedra.

Kant, Immanuel (2000). *Filosofía de la Historia*, Madrid, Fondo de Cultura Económica.

- Kauffman, Linda S. (1986). *Discourses of Desire. Gender, Genre and Epistolary Fiction*. NY: Cornell University Press.
- Kaufman, Michael (1994). «Men, feminism, and men's contradictory experiences of power» *Theorizing masculinities*, 5, 142. Guadalajara: Guadalajara.
- Kimmel, Michael (2017). *Angry White men: American masculinity at the end of an era*. New York, NY: Nation Books.
- Klesse, Christian (2006). Polyamory and its 'others': Contesting the terms of non-monogamy. *Sexualities*, 9(5), 565-583.
- Klesse, Christian (2011). Notions of love in polyamory—Elements in a discourse on multiple loving. *Laboratorium*, 3, 4-25.
- Kollontai, Alejandra (1976). *Marxismo y revolución sexual*. Madrid
- Krippendorff, Klaus (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Lagarde, Marcela (2001). *Claves feministas para la negociación en el amor*. Managua: Puntos de Encuentro.
- Lagarde, Marcela (2005). *Para mis socias de la vida. Claves feministas*. Barcelona: Horas y Horas.
- Lakoff, George., & Johnson, Mark. (1980). The metaphorical structure of the human conceptual system. *Cognitive Science*, 4, 195-208. https://doi.org/10.1207/s15516709cog0402_4
- Lakoff, George y Johnson, Mark (2008). *Metaphors we live by*. London: The University of Chicago Press. doi:10.7208/chicago/9780226470993.001.0001
- Lantz, Herman R. (1982). Romantic love in the pre-modern period: A sociological commentary. *Journal of Social History*, 15(3), 349-370.
- Larrañaga, Elisa, Yubero, Santiago y Yubero, Marta (2012). Influencia del género y del sexo en las actitudes sexuales de estudiantes universitarios españoles. *Summa psicológica*, 9(2): 5-13.
- Lawson, Hilary (1985). *Reflexivity: Problems of Modern European Thought*. Londres: Anchor.

- Leal, Aurora (2007). Nuevos tiempos, viejas preguntas sobre el amor: un estudio con adolescentes. *Revista de Posgrado y Sociedad*, 7(2), 56-72.
- Lizcano, Emmánuel (1999). La metáfora como analizador social. *Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (2), 29-60. doi:10.5944/empiria.2.1999.709
- Lizcano, Emmánuel (2006). *Metáforas que nos piensan: sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones*. Madrid: Ediciones Bajo Cero / Traficantes de sueños. doi: 10.5944/empiria.11.2006.1117
- López-Sáez, Miguel Ángel; García-Dauder, Dau & Montero, Ignacio (2019). El sexismo como constructo en psicología: una revisión de teorías e instrumentos. *Quaderns de Psicologia*, 21(3), e1523. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1523>
- Lorenz, Konrad (1986). *Fundamentos de la etología: estudio comparado de las conductas*. Barcelona: Paidós
- Luna, Mario (2013). *SexCrack*. Madrid: Espasa Libros
- Luna, Mario (2015). *ApocalipSex: Los 10 mandamientos de la seducción*. Madrid: Espasa Libros.
- MacFarlane, Alan (1987). *The culture of capitalism*. Oxford: Basil Blackwell.
- Marcuse, Herbert (1963). Industrialization and capitalism. *Max Weber and sociology today*, 133-151.
- Marqués, Vicent y Osborne, Raquel (1991). *Sexualidad y sexismo*, Madrid: UNED, Fundación Universidad-Empresa.
- McCaughey, Martha (2008). *The Caveman Mystique: Pop-Darwinism and the Debates Over Sex, Violence, and Science*, Nueva York: Routledge.
- McClelland, David C., y Winter, David G. (1969). *Motivating economic achievement*. New York: Free Press.
- Mead, George H. (1932/1980). *The philosophy of the present*. Chicago: University of Chicago Press. Springer.
- Medina Doménech, Rosa M. (2012). *Ciencia y sabiduría del amor: una historia cultural del franquismo*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert. <https://doi.org/10.6018/daimon/196671>.

- Mèlich, Joan Carles (2006). *Transformaciones. Tres ensayos de filosofía de la educación*. Buenos Aires, Miño y Dávila.
- Millet, Kate (1969). *Política sexual*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Morris, Desmond (1980). *El hombre al desnudo*. Barcelona
- Morrison, Todd Graham, Beaulieu, Dylan, Brockman, Melanie, & Beaglaioich, Cormac Ó. (2013). A comparison of polyamorous and monoamorous persons: Are there differences in indices of relationship well-being and sociosexuality?. *Psychology & Sexuality, 4*(1): 75-91.
- Murillo, Javier *et al.* (2011). *Teoría fundamentada o grounded theory*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Nagle, Angela (2015). *Contemporary Online Anti-feminist Movements*. PhD thesis, Dublin: Dublin City University.
- Nava-Reyes, María Andrea, Rojas-Solís, José Luis, Amador, Louise Mary y Quintero, Luz Anyela (2018). Gender roles, sexism and myths of romantic love in Mexican adolescents. *Interamerican Journal of Psychology, 52*(1), 102-111.
- Nunnally, Jum C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGrawHill.
- Ocampo, Ismael (2019). «¿Yo, hombre? Las masculinidades y el ser hombre en un programa reeducativo contra la violencia en México». *Asparkía: Investigación feminista, 35*, 67-86.
- Olsen, Frances (2000). El sexo del derecho. En Ruiz, Alicia y Amorós, Celia (Eds.). *Identidad femenina y discurso jurídico*. Buenos Aires: Biblos.
- O'Neill, Rachel (2018). *Seduction: Men, Masculinity and Mediated Intimacy*, MA: Polity.
- Padrós, María, Aubert, Adriana, y Melgar, Patricia (2010). «Modelos de atracción de los adolescentes. Contribuciones desde la socialización preventiva de la violencia de género». *Revista Interuniversitaria de Pedagogía Social, 1723*(17), 73–82
- Pateman, Carole. (1995). *El contrato sexual*, Anthropos, Madrid.
- Perelman, Chaïm, & Olbrechts-Tyteca, Lucie (1976/1989). *Tratado de la argumentación: la nueva retórica*. Madrid: Gredos.

- Pérez, Amaia (2014). *Subversión feminista de la economía. Aportes para un debate sobre el conflicto capital-vida*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Perry, Grayson (2017). *The Descent of Man*. New York, NY: Penguin Books.
- Pié, Asun (2019). *La insurrección de la vulnerabilidad: Para una pedagogía de los cuidados y la resistencia*. Pedagogías UB: Barcelona.
- Prieto, Leopoldo (2010). El espíritu de la filosofía moderna en sus rasgos esenciales. *Thémata*, 43, 333-347.
- Pomerantz, Anita (1986). Extreme case formulations: A way of legitimizing claims. *Human Studies*, 9, 219-229. doi:10.1007/bf00148128
- Potter, Jonathan (1998). *La Representación de la realidad: discurso, retórica y construcción social*. Barcelona: Paidós.
- Potter, Jonathan, & Wetherell, Margaret (1987). *Discourse and social psychology: Beyond attitudes and behaviour*. London: Sage.
- Price, James H. y Murnan, Judy (2004). Research Limitations and the Necessity of Reporting Them. *American Journal of Health Education*, 35(2), 66-67. doi:10.1080/19325037.2004.10603611
- Pujal, Margot (2007). *El Feminisme*. Barcelona: UOC.
- Ramos, Esther; Luzón, Jose María.; Recio, Patricia y De la Peña, Eva Maria (2010). *Escala de Percepción de Abuso. Proyecto Andalucía Detecta. Prevención de la Violencia de Género*. Sevilla: Instituto de la Mujer. Consejería para la Igualdad y Bienestar Social. Junta de Andalucía
- Rincón, Gloria Jeanette. (2014). «Estudio de los roles de seducción según género en jóvenes universitarios entre los 17 y 28 años en Bogotá». *Mora* (Buenos Aires), 20(2), 00-00.
- Rodríguez-Castro, Yolanda, Lameiras-Fernández, María, Carrera-Fernández, María Victoria y Vallejo-Medina, Pablo (2013). La fiabilidad y validez de la escala de mitos hacia el amor: las creencias de los y las adolescentes”. *Revista de Psicología Social*, 28(2): 157-168.

- Rodríguez-Castro, Yolanda y Alonso-Ruido, Patricia (2015). Análisis de los discursos de los y las jóvenes sobre la violencia en las relaciones de pareja. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, 2, 15-18.
- Romero Díaz, Alfonso, y Abril Morales, Paco (2011). «Masculinidades y usos del tiempo: Hegemonía, negociación y resistencia». *Prisma Social*, (7).
- Royo, Adriana (2018). *Falos y Falacias*. Barcelona: Arpa.
- Schäfer, Gabriele (2008). Romantic love in heterosexual relationships: women's experiences. *Journal of Social Sciences*, 16(3), 187-197.
- Sambade, Iván (2017), «La instrumentalización de la sexualidad. Masculinidad patriarcal, pornografía y prostitución», en De Miguel, Ana y Nuño, Laura, *Elementos para una teoría crítica del sistema prostitucional*, Editorial Comares, Granada, 2017, pp. 169-180.
- Sánchez-Sicilia, Alejandro, y Cubells Serra, Jenny (2018). Amor, posmodernidad y perspectiva de género: entre el amor romántico y el amor líquido, *Investigaciones feministas* 9.1, 151-171. <https://doi.org/10.5209/INFE.58143>
- Sánchez-Sicilia, Alejandro & Cubells Serra, Jenny (2019). Discurso amoroso adolescente: análisis del repertorio del amor romántico en el programa chicos y chicas. *Athenea Digital*, 19(2), e2429. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2429>
- Sánchez-Sicilia, Alejandro (2020). La construcción de la masculinidad a través de la socialización de lo biológico y la biologización de lo social en el manual de seducción «Apocalipsex». *Asparkía: Investigación feminista*. Universitat St. Jaume.
- Schuermans, Jitse y Monaghan, Lee (2015). The Casanova-Myth: Legend and Anxiety in the Seduction Community. *Sociological Research Online*, vol. 20, núm 1.
- Searle, John (1990). Una taxonomía de los actos ilocucionarios. *Teorema: Revista Internacional de Filosofía*, Vol. 6, núm. 1., España: Universidad de Oviedo.
- Schefflen, Albert, & Schefflen, Alice (1976). *El lenguaje del cuerpo y el orden social: la comunicación como control de comportamiento*. Diana:México.
- Schmitz, Rachel y Kazyak, Emily (2016). Masculinities in Cyberspace: An Analysis of Portrayals of Manhood in Men's Rights Activist Websites. *Social Sciences*, vol. 5, núm 18, Basilea: MDPI.

- Smart, Carol (2000). La teoría feminista y el discurso jurídico. *Biblos* 31-71.
- Stenner, Paul (2017). *Liminality and experience: A transdisciplinary approach to the psychosocial*. London: Palgrave. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-27211-9>
- Stenner, Paul, Greco, Monica, & Motzkau, Johanna F. (2017). Introduction to the special issue on liminal hotspots. *Theory & Psychology*, 27, 141–146. <https://doi.org/10.1177/0959354316687867>
- Stoller, Robert (1994). *Sex and gender: The development of masculinity and femininity*. Karnac Books.
- Strauss, Neil (2005) *The game: Penetrating the Secret Society of Pickup Artists*. EEUU: Regan Books
- Stuart Mill, John (1869). *The subjection of Women*. London
- Subirats, Marina (2013). *Forjar un hombre, moldear a una mujer*. Barcelona: Aresta
- Szakolczai, Árpád (2000). *Reflexive historical sociology*. London, UK: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203193617>
- Szakolczai, Árpád (2009). Liminality and experience: Structuring transitory situations and transformative events. *International Political Anthropology*, 2(1), 141–172.
- Szakolczai, Árpád (2017). Permanent (trickster) liminality: The reasons of the heart and of the mind. *Theory & Psychology*, 27, 231–248. <https://doi.org/10.1177/0959354317694095>
- Trivers, Robert (1972). *Parental investment and sexual selection* (Vol. 136, p. 179). Cambridge, MA: Biological Laboratories, Harvard University.
- Turner, Victor (1969). *The ritual process: Structure and anti-structure*, 94(113), 125-30.
- Ubillos, Silvia, Zubieta, Elena, Páez, Daría, Deschamps, Jean-Claude., Ezeiza, Amaia y Vera, Aldo (2001). Amor, cultura y sexo. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 4, 8-9.
- Valdés, Mercedes (2007): *Aurelia Castillo: ética y feminismo*. Centro Félix Varela:La Habana.

Valverde, Clara (2015). *De la necropolítica neoliberal a la empatía radical: Violencia discreta, cuerpos excluidos y repolitización*. Barcelona: Icaria.

Van Gennep, Arnold (1909/1961). *The rites of passage*. Chicago: University of Chicago Press.

Van Valkenburgh, Shawn (2018). *Digesting the Red Pill: Masculinity and Neoliberalism in the Manosphere. Men and Masculinities*, Estados Unidos: The State University of New York

Vázquez Sixto, Felix (1996) El análisis de contenido temático. Documento de trabajo Objetivos y medios en la investigación psicosocial 47-70. Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona

Velasco, Angélica (2016). Ética del cuidado para la superación del androcentrismo: hacia una ética y una política ecofeministas. *CTS: Revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*, 11(31), 195-216.

Weber, Max (1993). *Economía y sociedad*. Editorial Verbum.

Wetherell, Margaret & Potter, Jonathan (1996). *El análisis del discurso y la identificación de los repertorios interpretativos*. En Ángel J. Gordo y José Luis Linaza (Eds.), *Psicologías, discurso y poder (PDP)* (pp. 63-78). Madrid: Visor.

Wilkinson, Eleanor (2010). What's Queer about Non-monogamy now? In M. Barker y D. Langdrige (Eds.) *Understanding Non-Monogamies* (pp. 243–254). London: Routledge.

Williams, Raymond (1977). *Marxism and literature*. Oxford: Oxford University Press.

Winnicott, Donald W. (1953). Transitional objects and transitional phenomena. *International Journal of Psychoanalysis*, 34, 89–97.

Wollstonecraft, Mary (1792). *A Vindication of the Rights of Woman*. New York: Courier Corporation.

Woolgar, Steve (1988). *Science: the Very Idea*. Chichester, Ellis Horwood, Londres: Tavistock.

Wosik-Correa, Kassia (2010). Agreements, Rules and Agentic Fidelity in Polyamorous Relationships. *Psychology & Sexuality*, 1(1), 44–61.

Yela, Carlos (2000). *El amor desde la psicología social. Ni tan libres ni tan racionales*. Madrid: Pirámide.

7. ANEXOS

7.1 La sexo-afectividad posmoderna como proceso liminal

Arnold Van Gennep (1909/1960), en su estudio etnográfico sobre la regularidad y el significado de los rituales asociados a momentos de transición en la vida de las personas, definió los ritos de paso como estados que acompañaban cada cambio de lugar, estado y posición social. Asimismo, mostró que todos los ritos de paso o transición estaban marcados por tres fases: separación (preliminal), margen (liminal) y agregación o incorporación (postliminal). Definió los fenómenos liminales como fases temporales de transición en las cuales la gente se embarca y se mueve entre diferentes tipos de posiciones, identidades y órdenes. Estos “ritos” liminales en ocasiones adquieren cierta autonomía, en el sentido de que tanto la fase de agregación como la de separación tiene lugar de manera gradual antes de consolidarse. George H. Mead (1932/1980) en *La filosofía del presente* emplea el término *Sociality*, al referirse a la fase de ajuste durante el paso de un sistema que reside ahora en el pasado, hacia un sistema en proceso de formación. *Sociality* como capacidad de ser varias cosas al mismo tiempo. Paul Stenner (2017) hace referencia al término *Sociality* como un estado de paso entre al menos dos sistemas sociales diferentes, prestando atención precisamente al evento en transformación y al significado antes de que el nuevo orden sea establecido. En este nuevo orden, un nuevo evento existiría durante un espacio de tiempo en condición liminal mientras es simultáneamente parte del viejo orden del cual emergió y del nuevo orden establecido por

su llegada. Donald W. Winnicott (1953) describe la fase liminal como una “fase de descanso”, un área intermedia de experiencia que a su vez es -y no es- interna y externa. Victor Turner (1969) en *Liminalidad y Communitas* argumenta que una persona en liminalidad debe ser una “tabula rasa” sobre la cual se inscribe el conocimiento, la sabiduría y el estatus del nuevo grupo. Giorgio Agamben (1998) hace referencia a este significado mediante el uso del término “cuerpo desnudo”, como paso preliminar necesario antes de revestir ese “desnudo social” de todas las características del nuevo rol. Asimismo, Zygmunt Bauman (2003:188) a través del trabajo de Agier (2002) -sobre los campos de refugiados- hace referencia a estas antiguas identidades que quedan atrás del fenómeno de “tabula rasa” y del “cuerpo desnudo”, como “zombies sociales”, las cuales sobreviven apenas como “fantasmas que merodean la noche”. Incluso los rasgos más positivos o envidiados de sus antiguas identidades se convierten en desventajas que entorpecen la búsqueda de una identidad nueva e impiden asumir su nueva situación y reconocer que ésta es permanente. Turner(1969) mantiene el esquema de Van Gennep (1909/1960) y denomina *estructura* a la parte estable de la distinción y *antiestructura* a la parte liminal. Para Turner, este lado liminal conduce a una lógica del “*betwixt and between*”. Turner (1969) hace referencia a dos principales tipos de experiencias liminales: por un lado, los *rituales de elevación de estatus*: la transición desde posiciones subordinadas hacia posiciones de poder. Estos rituales se asocian generalmente con rituales de crisis vitales. Por otro lado, los *rituales de inversión de estatus*: personas que generalmente ocupan posiciones de bajo estatus en la jerarquía social se embarcan en ejercicios rituales donde adquieren una posición de poder sobre sus superiores. Estos rituales se asocian por lo general con ritos calendáricos. Asimismo, Turner argumenta que la liminalidad implica que lo superior (en términos de relaciones de poder) no existiría si lo inferior no existiese y el que está en lo superior debe experimentar primero lo que es estar en lo más bajo. Como Stenner (2017) nos muestra, Williams (1977) empleó el término “estructuras de sentimiento” para guiar sus análisis sobre las transformaciones socio-culturales, donde la experiencia social permanece liminal y “en solución” y en esos momentos uno es a la vez “poderoso e indefenso”. Estas situaciones permiten la emergencia de nuevas formas socio-culturales. Deleuze y Guattari (1980) emplearon el término *becomings* para referirse a las experiencias liminales. Agamben (1998) hace referencia a la etapa liminal como un “intermezzo” que separa dos movimientos completamente diferentes de la esfera vital. En conclusión, Paul Stenner (2017) define las experiencias liminales como experiencias que tienen lugar durante situaciones

significativas de transición, paso o interrupción. Asimismo, añade que los seres humanos experimentamos liminalidad cuando los procesos (socio-psico-orgánicos-físicos) que mantienen, permiten y componen nuestras vidas se encuentran por alguna razón interrumpidos, trastornados, transformados o suspendidos.

Árpád Szakolczai (2000) acuña el término “liminalidad permanente” al referirse a un evento que se produce cuando lo que hasta entonces era considerado normal y dado por sentado en nuestra vida queda temporalmente suspendido y se vuelve permanente, como si nunca terminase, generando incluso sentido de irrealidad en el día a día. Asimismo, autores como Michel Agier (2002) han hecho referencia a la naturaleza del término. Este autor, en su estudio sobre los campos de refugiados, hace hincapié en “la permanencia de la transitoriedad y la durabilidad de lo efímero, la inserción en el flujo de la vida sin el anclaje a un rol social determinado”. De este modo, Bauman (2003), nos habla de un estado duradero de *temporiedad* en curso, una duración hecha de parches de instantes, ninguno experimentado como algo perpetuo; de una “permanencia de lo efímero” y de un “efímero congelado”. Como apunta el mismo Szakolczai (2017), el valor de la liminalidad permanente es fundamentalmente negativo, lleva al desastre a las partes envueltas, consume sus fuerzas y persiste hasta cuando sus recursos están exhaustos. Bajo esta situación nadie puede realmente ganar, ya que el cambio de lo dado por sentado hasta entonces se produce de forma acelerada y cualquier intento por convertirlo en algo estable y acomodarse a esta nueva situación se torna imposible (Szakolczai, 2017). El fenómeno liminal se caracteriza por una marcada incertidumbre, ambivalencia y tensión en el cual la persona *queda suspendida* en el limbo entre no estar y estar aún en la fase de transición. A este suceso se le denomina *liminal hotspot* (Stenner, Greco, Motzkau, 2017) y se caracteriza porque no hace referencia a un objeto observable. Es un suceso, no una cosa; un evento en lugar de una entidad y, por las dinámicas de paradoja, parálisis y polarización que intensifican un potencial patrón de cambio hacia una nueva estructura. Arpad Szakolczai (2009) hizo hincapié en cómo los estudios del fenómeno de la liminalidad han sido capitalizados por los estudios antropológicos y, en particular, por el estudio de los ritos de paso en comunidades tribales. Por consiguiente, lanza la siguiente pregunta: ¿Cómo puede extenderse los estudios del fenómeno de la liminalidad al mundo real y a situaciones a gran escala? A día de hoy, el estudio del fenómeno de la liminalidad se está usando en relación a una amplia cantidad de eventos y procesos. En este trabajo nos centramos en el fenómeno de la sexo-afectividad relacional, entendida como un

proceso afectado por eventos transicionales en medio de una experiencia liminal donde conviven y entran en conflicto discursos y maneras de comprender las relaciones sexo-afectivas originalmente contrapuestos y emergen nuevos discursos y tipos de relaciones sexo-afectivas.

La *saturación social* ha derribado los consensos sobre las creencias en lo bueno y lo verdadero (Gergen, 1991, 13) y, a través de un proceso de *colonización del yo*, se refleja una fusión de identidades que se presentan en estado *multifrénico*, en el que se comienza a experimentar “el vértigo de la multiplicidad ilimitada” (Gergen, 1991, 80). De este modo, se suprimen las concepciones tradicionales previas románticas y modernas sobre el yo individual y las relaciones. Se subvierte la manera en la que se comprenden las relaciones sexo-afectivas y se dan las condiciones necesarias para que emerjan nuevas maneras de interrelacionarnos en el contexto de la llegada de lo posmoderno. La difusión de esta conciencia posmoderna conlleva una supresión de la razón, la autoridad y el compromiso de un individuo, su definición como persona, la confianza que podía depositarse en él, lo profundo de sus sentimientos y la fe en el progreso (Gergen, 1991, 312).

A pesar de que el advenimiento del posmodernismo nos proporciona una multiplicidad de lenguajes, de maneras de vincularnos..., varios son los efectos modernos-que han impregnado la manera de comprender las relaciones y el yo- que se han ido desarrollando hasta materializarse como modelos hegemónicos, legítimos y deseables en nuestros días posmodernos. Uno de estos efectos y que constituye una característica fundante del sujeto moderno, es la lógica vertical a la que hace referencia Adriana Cavarero (2014), cuando nos habla de ese sujeto moderno, autónomo que nunca se quiebra, este estar en pie, independiente, libre de ataduras. Otra de las lógicas modernas que ha capitalizado la forma en la que comprendemos el mundo que nos rodea es cómo este se organizó en base a la “metáfora de la máquina”. De esta forma, como recoge Angélica Velasco (2016), sociedad y ser humano pasaron a ser concebidos como sistemas ordenados de partes mecánicas, sujetos a razonamientos deductivos y gobernados por leyes regulares. La centralidad que toma la metáfora de la máquina y, por ende, la interiorización del discurso neoliberal hegemónico es causa y efecto de un inmenso daño en las relaciones humanas y en la cultura de los cuidados (Pié, 2019, 37). David McClelland y David Winter (1969), hicieron referencia a cómo a partir de este modelo de la máquina se sostiene que la prosperidad económica de un país se debe principalmente a tipos de personalidades

caracterizados por una alta “motivación de rendimiento”. El filósofo Byung-Chul Han (2012), a través de los términos “sociedad de rendimiento” e “imperativo del rendimiento” hace referencia a “cómo la sociedad se caracteriza por el verbo modal positivo *poder* sin límites. Los proyectos, las iniciativas y la motivación reemplazan la prohibición, el mandato y la ley”. Un vivir en la creencia del “sí se puede” de manera permanente acarrea una profunda soledad disfrazada de libertad, un intento de borrar toda la negatividad de la existencia (Pié, 2019, 32:33).

La obra de Bauman - en lo que a las últimas décadas se refiere - se ha caracterizado y se caracteriza por tomar como referencia y foco de análisis la modernidad líquida, un movimiento posmoderno que subvierte el proyecto moderno y las concepciones románticas. En esta modernidad líquida, el consumo se torna protagonista y emerge de manera interseccional. Así se hace aplicable a múltiples contextos más allá de las relaciones sexo-afectivas en que se centra este trabajo. En esta “moderna ciudad líquida”, el mercado de consumo y su modelo de vida consumista trata a los otros seres humanos como objetos de consumo, más o menos válidos en función de la cantidad de placer que puedan llegar a ofrecer, y en términos de “costo-beneficio” (Bauman, 2003:104). De este razonamiento de “coste-beneficio” se deriva una lógica instrumental (Mèlich, 2006: 31) que todo quiere computar y rentabilizar, que no tolera lo incierto. Una lógica que contempla todo según la relación medios-fines, para la cual todo tiene que ser calculable, previsible y reducido a su mínima expresión. Max Weber (1993:190) desde su narrativa de la racionalización, recoge cómo el individuo evalúa, calcula de antemano, con un diverso grado de probabilidad, los medios determinados para llegar a un fin y las opciones de éxito de esa conducta. Muestra asimismo cómo esto no solamente se aplica a la estructura de las organizaciones, sino también a la estructura de la personalidad, orientándola hacia el cálculo, el control y la previsibilidad.

En la sociedad de consumidores, las relaciones interpersonales se constituyen a imagen y semejanza de las relaciones que se establecen entre consumidores y objetos de consumo. De esta manera, somos simultáneamente los promotores del producto y el producto que promueven; la fuerza de trabajo debe estar siempre en óptimas condiciones para atraer la mirada de potenciales compradores (Bauman, 2007). En la sociedad de consumo, impregnada por el sistema capitalista, las personas nos convertimos en agentes y entes de consumo. Se trata de un modelo capitalista que, como recoge Marcuse (1963), deja sometido el deseo a las leyes rígidas de la productividad. Se plantea así un amor moderno

concebido en los mismos términos que las relaciones de intercambio capitalistas (Fromm, 1956). De esta sociedad líquida se desprende que el consumismo es el acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas y/o anhelos humanos en la principal fuerza de impulso y de actividades de la sociedad. Deseo, ganas, anhelos... características de la modernidad líquida, basadas en la búsqueda de la satisfacción inmediata de las consideradas propias “necesidades” (Bauman, 2007).

De esta sociedad regida por la economía de mercado, surgen el “homo economicus” y “homo consumens”: hombres y mujeres solitarios, preocupados únicamente por sí mismos, autorreferentes, sin ataduras sociales. En definitiva, miembros ideales para la economía de mercado (Bauman, 2003, 96:97). Los lazos relacionales que se establecen deben permanecer débiles para poder desanudarlos. Es decir, se establecen vínculos formados por personas desesperadas por relacionarse, pero que desconfían constantemente del estar relacionadas, sobre todo cuando se habla de estarlo a largo plazo o para siempre, pues temen la carga que puede suponer este estado con el cual no se sienten capaces ni deseosos de soportar. Un estado que además puede limitar la libertad que necesitan para relacionarse con otros. (Bauman, 2003).

De la hegemonía de las lógicas de mercado se desprende una “metafísica moderna”, donde se teoriza al sujeto desde una apología de lo autosuficiente, que contempla cualquier forma de interdependencia como una debilidad (Pié, 2019, 13) que queda, por tanto, fuera de los márgenes de las lógicas de mercado. Como apunta Silvia Gil (2013), esta manera de concebir las relaciones produce un fenómeno de “precariado común”, el cual nace del omnipotente discurso de la autosuficiencia en el capitalismo contemporáneo. Aquel que, como estamos mostrando, afirma que la vida es un camino individual, no compartido. De este modo, la pareja moderna ha pasado a ser “un equipo de trabajo” y ha asumido los valores y razonamientos propios de las relaciones económicas capitalistas (Illouz, 2009:25).

En esta sociedad impregnada por las lógicas capitalistas y de mercado, cabe traer a colación las palabras de Bourdieu, quien reconoce que el consumo resulta “negado”, “no reconocido como tal”. Y, por tanto, las personas no son conscientes del carácter consumista de sus propias prácticas y se reproduce así (de manera inconsciente) el orden capitalista. En relación con lo que aquí se ha puesto en cuestión, cabe traer a colación las palabras de Gergen:

“Cuando el sujeto racionaliza sus actos en función de sus pérdidas y ganancias, desaparece la visión del bien público general, A medida que va ganando terreno el individualismo, la vida social comienza a asemejarse a la situación descrita por Hobbes: una lucha de todos contra todos” (Gergen, 1991, 326)

A pesar del terreno ocupado por las lógicas de mercado y capitalistas, -en la manera de comprender las relaciones sexo-afectivas en nuestros días posmodernos- los embelesos románticos y, por tanto, la utopía romántica, conviven con la experiencia de este amor más racional, utilitario y laborioso, impregnado del discurso capitalista (Illouz, 2009:29). De este modo, las prácticas afectivo-sexuales beben al mismo tiempo de dos lenguajes tan hegemónicos como contrapuestos: el discurso hedonista y el de la disciplina laboral (*ibid*). La ética del trabajo que dominó y permitió el enorme crecimiento del modelo de producción capitalista entra en conflicto hoy en día con el hedonismo que caracteriza a la esfera consumista (Bell, 1976). Asimismo, no estamos negando que la totalidad de las consideraciones y prácticas románticas hayan sido absorbidas por el mercado. Simplemente, como apunta Gergen (1991:101), las creencias sobre el “amor verdadero” siguen en pie, pero, a medida que el mundo social se satura cada vez más, tales relaciones resultan poco realistas. Y, por tanto, nos encontramos con que la fórmula romántica posmoderna se ha fusionado con la cultura del mercado y el consumo y que ese “yo” romántico puede liberar impulsos orientados a vivir el momento en su máxima expresión (Illouz, 2009, 124,131). La cultura posmoderna ha presenciado el derrumbe de las historias románticas eternas y totalizadoras, las cuales se han reducido a un formato más breve y repetible: el del amorío (Illouz, 2009, 232).

Kenneth Gergen (1991) apunta a que estas experiencias de variación y contradicción son efectos preliminares de la saturación social y que, por tanto, se retrocede en la posibilidad de un romanticismo apasionado o de un modernismo fuerte y unívoco y queda abierto el camino para el ser posmoderno. La revolución posmoderna plantea un desafío al concepto de yo autónomo, promueve un yo relacional en detrimento del yo individual. Por tanto, es cuestionado el concepto de individuo como centro del saber, como poseedor de una racionalidad, que decide, crea... (Gergen, 1991:216). El modelo actual de romance despoja a sus miembros de toda consideración y rol social previamente definido al colocarlos en espacio liminal de la naturaleza (Illouz, 2009:138). De este modo, en la etapa posmoderna, los individuos que participan de estas consideraciones románticas y que se identifican con ellas, restan inmersos en los fenómenos descritos anteriormente

como “Tabula rasa” (Turner, 1969), “Cuerpo desnudo” (Agamben, 1998) o “Zombies sociales” (Bauman, 2003). La dimensión utópica del romance en el periodo posmoderno tiene como eje esa negación y afirmación simultánea del consumo (Illouz, 2009: 142).

Estas experiencias de contradicción y convivencia de discursos y presupuestos inicialmente opuestos nos remite a un fenómeno liminal que pareciera tornarse permanente, como recogerían Szakolczai(2000) y Agier (2002). Estas experiencias contrapuestas conviven en una etapa posmoderna que, trayendo a colación las palabras de George H. Mead (1932/1980) pareciera tener “la capacidad de ser varias cosas al mismo tiempo”, una *sociality* en la que conviven el discurso romántico y el discurso consumista y en la que se crean las condiciones idóneas para que emerjan nuevas maneras de relacionarnos. Estas nuevas maneras pueden tener su origen en el advenimiento posmoderno o, al menos, han sido recuperadas de un periodo previo a la colonización romántica y moderna. Cuando hacemos referencia al carácter disruptivo y, por ende, al valor generalmente negativo de la liminalidad permanente, traemos a colación las palabras de Hilary Lawson (1985) sobre cómo la etapa posmoderna conlleva una crisis de nuestras verdades, nuestros valores, de las creencias que apreciamos. “Una crisis que debe su origen, su necesidad y su fuerza a la reflexividad”.

Las condiciones que crea la etapa posmoderna permiten el advenimiento de nuevas maneras de relacionarnos y comprender el mundo que nos rodea. Hacemos referencia sobre todo al surgimiento de las relaciones contranormativas, las no monogamias consensuadas. Podríamos considerar inicialmente que estas prácticas entran en conflicto con el discurso romántico -pilar fundamental de la monogamia- y con el discurso moderno y consumista actual, inmerso en lógicas de rendimiento e instrumentales que enarbolan la autosuficiencia y la consecución de los propios objetivos, en detrimento de los cuidados y las prácticas humanizadoras. De este modo, podríamos considerar que parte de la revolución posmoderna consiste en establecer una “economía moral”, en detrimento de las fuerzas del mercado de consumo. Una *communitas* (Turner, 1969) en la cual prime esta economía moral centrada en el cuidado, la ayuda mutua, el compromiso y los vínculos humanos, el compartir la responsabilidad del destino y el bienestar de todos. Por tanto, esta revolución posmoderna de la que nos habla Gergen (1991), pasaría por generar prácticas y discursos que se posicionan en contra de la “necropolítica” (Valverde, 2015) -a la que nos han llevado las lógicas del capital- que considera la vida objeto de cálculos y rentabilidades, y culpa a los no rentables de su propia situación y de ser una carga para

la sociedad. Como propone Asun Pié (2019), es necesaria una politización de la vulnerabilidad que conlleve una formación de redes de interdependencia y de resistencia, que ponga el foco en la necesidad de los cuidados. Asimismo, no estamos considerando que las relaciones no monógamas consensuadas sean la respuesta a este llamamiento per se. Parafraseando a Kollontai (1976), podríamos considerar que un cambio en los lazos formales o externos que unen a la pareja no significa “borrar de un plumazo” las lógicas de la modernidad y las consideraciones románticas -sostenidas por un sistema patriarcal- que durante décadas han construido y validado una manera de comprender las dinámicas relacionales, enarbolando unas en detrimento de otras. Por ello, y parafraseando esta vez a Marcela Lagarde (2001), la revolución no está de manera intrínseca en la mera forma de las relaciones. Por consiguiente, introducir a una nueva persona en la relación o acordar mantener una relación abierta o poliamorosa no conlleva per se un desmantelamiento de las consideraciones románticas y económicas de consumo. La revolución está en que hombres y mujeres que se relacionan de manera contraria a la norma monógama romántica o consumista/de mercado posmoderna, adopten no sólo unas prácticas contranormativas, sino un discurso y unas vivencias que se opongan a las consideraciones románticas y sobre todo a las lógicas económicas de mercado y consumo que se han tornado hegemónicas en nuestros días. Una revolución posmoderna que, como ya dijo Gergen (1991), plantee un desafío al concepto de yo autónomo que, aunque mayoritariamente viene asociado al modelo moderno, también la tradición romántica colocaba el acento en él.

7.2 CONCLUSIONES

La hegemonía romántica fue puesta en cuestión y relegada a una posibilidad relacional subordinada con la llegada de la modernidad y su discurso racionalista. Con el "recién" advenimiento posmoderno, las consideraciones románticas y modernas han sido puestas en cuestión, a la vez que conviven y entran en conflicto entre ellas y con los nuevos discursos y prácticas que emergen de la etapa posmoderna. Esta etapa se presenta como un suceso liminal que se separa de la hegemonía dual romántica/moderna y se encuentra en un estado intermedio -en proceso de consolidación- donde, como hemos observado en

este trabajo, conviven, conflictúan y emergen discursos y prácticas como consecuencia de su carácter liminal. De este modo, observamos cómo arrastrados por dos discursos y prácticas extremadamente contrapuestas - como son los embelesos románticos y las lógicas de la economía de mercado- conviven discursos y modelos propios o cercanos a estos embelesos como son las relaciones románticas y románticas de consumo y discursos y modelos propios o cercanos a esta economía de mercado, como son las relaciones basadas en el amor líquido y aquellas propiamente basadas en esta economía. Asimismo, dado el carácter emergente de los fenómenos liminales, se desarrollan nuevas - o no tan nuevas, pero anteriores a la hegemonía romántica/moderna- formas y discursos afectivo-sexuales cuyos discursos éticos las sitúan como una resistencia a los embelesos románticos y a las lógicas de la economía de mercado y promueven prácticas como las relaciones no monógamas consensuadas.

A lo largo de este trabajo hemos observado cómo cada discurso, cada forma afectivo-sexual sostiene una retórica, un lenguaje y, a su vez, se asocia en mayor medida con un género.

Hemos observado cómo el discurso del amor romántico se hace presente a través de un repertorio en el cual predomina el uso de unas figuras y mecanismos retóricos específicos: máximas - que coinciden con los mitos del amor romántico - metáforas, mecanismos exteriorizadores, figuras de maximización y presencia, valores de unicidad y concreción y lugares de cualidad, esencia y persona. Los jóvenes reproducen el repertorio del amor romántico, caracterizado por la exteriorización del fenómeno amoroso, comprendido como una entidad externa, inexplicable, que surge de manera espontánea, cuya pérdida nos sitúa en una posición de incompletud, sin esa esencia a recuperar. Asimismo, se reproduce el discurso positivo que gira en torno a los celos, comprendidos como una característica deseable, una señal de verdadero amor. Del mismo modo, se reproduce el discurso favorable que gira en torno a la fidelidad, exclusividad y posesión, reconocidas como un aspecto normativizado e imprescindible a la hora de establecer relaciones afectivo-sexuales. Hay que destacar que no solo se promueven prácticas de exclusividad emocional o sexual, sino que, asociadas a estas, también de tiempo, palabra e incluso pensamiento. Por tanto, del análisis se desprende que los mitos románticos de los celos, la media naranja, la fidelidad y la exclusividad siguen presentes en el discurso que los jóvenes reproducen y transmiten al resto de adolescentes que siguen el programa. No ocurre lo mismo con los mitos que hacen referencia al compromiso a largo plazo o al

“para toda la vida”. Los discursos que emergen del material analizado no se desprenden de un único repertorio. Las prácticas románticas nos orientan a comprometernos en el mantenimiento de relaciones profundas, a dejarnos llevar por la emoción, a sacrificarnos por el otro, considerando estas características como propias de real o verdadero amor. Por el contrario, las prácticas líquidas abogan por relaciones libertarias, superficiales y hedónicas, abordadas de forma racional, siendo prácticas comunes en las relaciones virtuales. Estas características líquidas se hacen presentes mediante el uso generalizado de figuras y argumentos consideradas racionales o en la búsqueda de objetividad. Entre ellas destacamos los lugares de lo existente, los lugares de cantidad, los razonamientos basados en las probabilidades, los argumentos pragmáticos y los argumentos a fortiori. Asimismo, observamos cómo estas prácticas-inicialmente contrapuestas- se complementan, produciendo prácticas emocionales para relaciones superficiales; prácticas de sacrificio para relaciones libertarias; encuentros físicos – y, por tanto, considerados reales o verdaderos - mantenidos bajo prácticas superficiales, libertarias y hedónicas... Además de los repertorios del amor romántico y el amor líquido, observamos la emergencia de un nuevo fenómeno -dado al carácter liminal de la etapa postmoderna- al cual hemos denominado Consumo Romántico (o amor romántico de consumo) en el cual se complementan, conviven y fusionan características de los repertorios romántico y líquido y que respondería al imaginario social del “amorío” o el “crush”. Este fenómeno recoge la convivencia de relaciones racionales, libres, hedónicas, superficiales y virtuales con relaciones emocionales, comprometidas, sacrificadas, profundas y “reales”. Asimismo, nos muestra cómo se complementan estas categorías entre ellas, produciendo relaciones profundas y hedónicas, comprometidas y racionales, emocionales y racionales, emocionales y superficiales, comprometidas y hedónicas, reales y superficiales.

Esta complementariedad entre características inicialmente contrapuestas por su adscripción a un repertorio específico, se fusionan para generar actos emocionales, irracionales que se llevan bien con las consideraciones técnicas; relaciones convencionales cara a cara de fácil acceso y salida -como ocurre en las relaciones virtuales-; relaciones profundas y comprometidas donde se evita las partes más sacrificadas de las relaciones que requiere la exclusividad, sobre todo a medio-largo plazo. Asimismo, se alude a esta falta de compromiso o sacrificio desde una óptica racional, lo cual conlleva una valoración positiva de las relaciones exclusivas y comprometidas, siempre y cuando sean hedónicas. De este modo, observamos cómo este

nuevo fenómeno nos muestra que las relaciones románticas monógamas no tienen mucha vida más allá de la fase de enamoramiento, que es la fase más hedónica del amor.

Observamos de qué manera aquello que comprendemos por amor romántico está en entredicho. De este modo, observamos cómo de este amor romántico puro- al que se adscriben los considerados mitos clásicos del amor romántico- sobreviven una gran parte de sus características, pero comienza a visibilizarse cómo aquellas que hacen referencia al largo plazo, a la estabilidad, al “para toda la vida”... empiezan un proceso de transición hacia el cortoplacismo, hacia una estabilidad marcada por el “mientras dure el enamoramiento”. En esta etapa liminal postmoderna, las prácticas económicas y de consumo han capitalizado la manera de relacionarnos, produciendo nuevas maneras marcadas por sus presupuestos, como es el caso del amor líquido, pero también afectando a las consideraciones románticas, que mantienen – eso sí - sus embelesos de intensidad, fidelidad, exclusividad..., pero inoculando la práctica del consumo, rechazando las relaciones a largo plazo -más allá del enamoramiento inicial-. En suma, desechando los bocados menos apetecibles de las relaciones afectivo-sexuales. De este modo, se produce un amor romántico de consumo que aboga por establecer relaciones amorosas tradicionales que se consumen y se desechan por otras -las cuales vuelven a desecharse- cuando los estadios iniciales del enamoramiento desaparecen. Tienden a desaparecer, por tanto, las características románticas que no han podido adaptarse al modelo de consumo capitalista. Asimismo, a través de los análisis estadísticos presentados en este trabajo, observamos cómo precisamente son los mitos que hacen referencia a la estabilidad a largo plazo o “para toda la vida” los que tienen menos aceptación para la muestra que ha participado en el estudio, resultados que complementan lo que ya veníamos observando desde los análisis discursivos.

A lo largo de este trabajo hemos observado cómo el género y las diferentes prácticas afectivo-sexuales interrelacionan hasta el punto de no poder comprenderse uno sin las otras. El discurso del amor romántico promueve y posibilita la aparición y el mantenimiento de prácticas que fomentan la desigualdad entre hombres y mujeres. Este orienta sobre las formas adecuadas de sentir, al producir y sustentar prácticas discriminatorias que sitúan lo femenino como sexualizado y subordinado a lo masculino. Como hemos observado en el análisis de resultados, el repertorio del amor líquido no

parece producir algo muy diferente: la mujer es objetivizada sexualmente cual ente de consumo y se la culpa, responsabiliza y estigmatiza por ello. De esta forma, aquellas que mantienen relaciones hedónicas, superficiales y libertarias y, por tanto, prácticas líquidas, son rechazadas socialmente. El discurso líquido y sus prácticas se presentan como una amenaza hacia la hegemonía del repertorio romántico y, por ende, la liquidez es rechazada socialmente- sobre todo en entornos donde el discurso romántico es hegemónico-, así como a las mujeres que muestran características asociadas a este repertorio. De este modo, a los hombres no solo se les permite en mayor medida que a las mujeres comportarse acorde a las características líquidas -incluso en espacios donde el amor romántico es hegemónico-, sino que, como veremos a lo largo de este apartado, se construye la afectivo-sexualidad masculina en torno a las características de las prácticas económicas y de consumo y, por tanto, de las prácticas líquidas, las cuales comparten varias características con estas. En ambas prácticas las mujeres son desprovistas de su capacidad de agencia y se las presenta como objetos a la espera de ser conquistadas en el amor romántico y consumidas en el amor líquido y, como veremos a continuación, consumidas igualmente en las prácticas capitalizadas por las lógicas de la economía de mercado. Los análisis estadísticos muestran cómo no hay diferencia significativa entre hombres y mujeres en el grado de creencia en los mitos del amor romántico. De este modo, como hemos observado, el discurso romántico y sus mitos han sido asociados y mayormente aceptados con el polo femenino, pero, como encontramos en los análisis estadísticos, tanto mujeres como hombres tienen interiorizado en un mismo grado la creencia hacia estos mitos.

Desde los análisis de los materiales del fenómeno de la seducción se desprenden dos consideraciones principales: La masculinidad desconoce la afectividad, y la sexualidad masculina se construye en base al acceso al cuerpo de las mujeres. Una sexualidad masculina que se concibe como una necesidad y no como un deseo, en base a presupuestos biológicos; una sexualidad irracional, impulsiva, predadora, animal... y, a su vez, concebida desde la racionalidad, la lógica, las lógicas de la economía de mercado y los valores de la ideología neoliberal. El material que hemos analizado proporciona una serie de pautas afectivo-sexuales y de seducción dirigidas a los hombres heterosexuales. Estas pautas construyen, reproducen y glorifican una serie de mandatos de la masculinidad, a la vez que se produce un efecto de socialización de lo biológico y de

biologización de un fenómeno que en este trabajo hemos comprendido como dependiente de un contexto socio-histórico-cultural concreto y, por tanto, atravesado por condicionantes psicosociales que construyen un modelo deseable de masculinidad en detrimento de otros. Se promueven los siguientes valores deseables asociados a la sexualidad masculina: La virilidad sexual, entendida como la necesidad de mantener variadas relaciones sexuales heterosexuales, donde los deseos sexuales de los hombres son priorizados por encima de los de las mujeres; el poder y la dominación: la necesidad de impresionar, dominar, evidenciar la presencia de poder y autoridad en las interacciones afectivo-sexuales; la actividad y la agencia: tomar un rol dominante masculino y activo que prioriza nuevamente sus deseos, en detrimento de la voluntad de las mujeres, quienes quedan supeditadas al (des)hacer de aquellos que controlan la interacción afectivo-sexual; el riesgo asociado a la virilidad, donde el rechazo nunca se valora como una opción y se debe hacer lo que sea necesario - sin problematizar las consecuencias derivadas de sus actos- para conseguir el objetivo de mantener relaciones sexuales con las mujeres; la protección y la presencia: ser una figura que destaca a través de la expresión corporal y que protege a las mujeres; y por último, la racionalidad y la insensibilidad: el actuar de manera premeditada y calculada en las interacciones afectivo-sexuales, rechazando el mostrar sentimientos o emociones socialmente consideradas «femeninas». Asimismo, se invalida cualquier otra posibilidad de «ser hombre» que no encaje o se identifique con este modelo o que no reproduzca esos mandatos de género. A pesar de que estos hombres en el material son mayormente invisibilizados, cuando se hace referencia a ellos, son ridiculizados, infantilizados y tratados de forma despectiva. A las mujeres a lo largo del material se las reduce y presenta como grupo homogéneo que a modo de bienes sexualizados logran representar y dotar de masculinidad a los hombres. El papel que juegan en las prácticas de seducción aquí presentadas es el de validar y reforzar la virilidad de los hombres. Por tanto, se convierten en lo que los hombres no son, se las presenta sin agencia, manipulables, dominadas, sin autoridad, pasivas, en segundo plano, necesitadas de cuidado, sensibles, emocionales... En definitiva, cuerpos sobre los que ejercer la dominación masculina. Asimismo, como ya hemos adelantado del análisis de los materiales, complementarias -aunque contradictorias- a las consideraciones biológicas, irracionales de la masculinidad, encontramos prácticas de la economía de mercado y lógicas neoliberales que responden al fenómeno de la seducción y, por tanto, de la sexualidad masculina. La seducción se presenta como un proceso lógico y racional de enseñanza-aprendizaje, que se fundamenta en unas estrategias o trucos descifrables.

Asimismo, el peso del “éxito” logrado en las interacciones afectivo-sexuales recae en los hombres que siguen las pautas de seducción bajo la narrativa neoliberal de la meritocracia de “Con esfuerzo puedes lograr todo lo que te propongas”. Una narrativa de la meritocracia que se fundamenta asimismo en la creencia de que los hombres, dada su sexualidad biológica e irrefrenable, merecen por sí el acceso al cuerpo de las mujeres. Se promueve así una mentalidad autosuficiente, independiente, desapegada y cero empática, centrada en la consecución de sus propios objetivos. Se presenta el estatus - la masculinidad- en términos cuantitativos, logrado mediante la compra y el acceso a los bienes de consumo (mujeres). Por último, se miden las interacciones afectivo-sexuales en términos de medios-fines y costos-beneficios. Se valoriza al hombre por el hecho de serlo y se le sitúa como un ser con alto estatus que procura obtener el mayor beneficio con la menor inversión posible. Tanto las consideraciones irracionales como racionales de la sexualidad masculina centran su discurso en la concepción de la sexualidad masculina como una necesidad. Una necesidad que se suplente desde la impulsividad y el comportamiento predador, y desde el consumo de bienes (mujeres). Esta complementación de características inicialmente contradictorias de la sexualidad tradicional masculina -el polo biológico, sexualidad natural e irrefrenable... y las prácticas económicas y de consumo- promueve y hace posible el surgimiento de la violencia sexual hacia las mujeres en sus diversas formas.

De esta manera, observamos cómo a las mujeres se les ha asignado el repertorio del discurso romántico y del amor romántico de consumo. De este modo, se castiga y estigmatiza socialmente a aquellas mujeres que se relacionan de acuerdo con a las características del amor líquido y a las lógicas económicas de mercado y neoliberales-aplicadas a la afectivo-sexualidad-. Estas prácticas líquidas y estas lógicas quedan reservadas para los hombres. Asimismo, para los hombres la afectividad relacional -y las consideraciones románticas- permanecen invisibles y, cuando aparecen, se las considera al mismo tiempo aceptables y contraproducentes. En este caso, las consideraciones técnicas no se llevan bien con las emociones. La masculinidad se construye en base a la sexualidad, en el acceso al cuerpo de las mujeres, una sexualidad que se enarbola como predadora, animal, irracional, emocional... al mismo tiempo que se construye en base a la racionalidad masculina y a los valores neoliberales y de la economía de mercado: la meritocracia, el estatus, la autosuficiencia, la valoración de costes-beneficios... Varias de

las características del amor líquido se complementan y surgen de las prácticas de la economía de mercado.

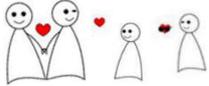
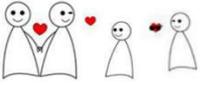
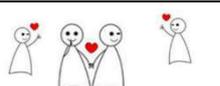
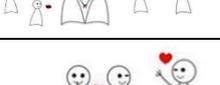
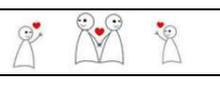
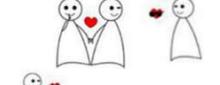
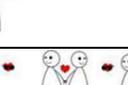
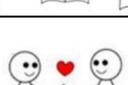
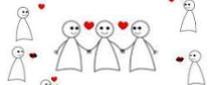
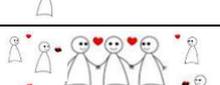
En conclusión, las mujeres son construidas como objetos de conquista en las prácticas románticas; como bienes en conquista y en consumo en las prácticas románticas de consumo (consumo romántico); y como bienes de consumo en las prácticas asociadas al amor líquido y a las prácticas económicas de mercado y neoliberales. Del binomio afectividad-sexualidad, las mujeres quedan desprovistas del “sexo” y los hombres del “afecto”. Las consideraciones técnicas quedan asociadas a la afectivo-**sexualidad** masculina, y las consideraciones emocionales y románticas a la **afectivo**-sexualidad femenina.

Este trabajo ha supuesto un breve acercamiento al fenómeno de la afectivo-sexualidad - a través del género- en estos tiempos posmodernos. No hemos pretendido describir, sino comprender una realidad que no viene dada, que no es inmanente ni inmutable y que, por tanto, no es ajena a los cambios sociales que han sobrevenido, sobrevienen y sobrevendrán. No podemos dar respuestas concisas a fenómenos complejos que tienen lugar en un presente liminal que se torna permanente donde todo puede ocurrir. Por ello, a continuación, presentamos a modo de hipótesis presentes y futuras, algunas reflexiones que se derivan de este trabajo y que posiblemente generen aún más interrogantes en la persona lectora que respuestas. De este modo y, como hemos visto en este trabajo, podríamos considerar que el amor romántico y los mitos que conocíamos hasta entonces están condenados a desaparecer, absorbidos por las prácticas económicas capitalistas y neoliberales. Al menos, podemos valorar -con una mayor seguridad y con una mayor permanencia- que este amor romántico condenado al abismo sería reemplazado por un amor romántico de consumo motivado por las prácticas hedónicas consumistas - haciendo desaparecer la estabilidad a largo plazo o el “para toda la vida”-, pero que mantiene las consideraciones inicialmente románticas de fidelidad, exclusividad y emocionalidad. También podríamos sopesar que el amor romántico de consumo es un fenómeno liminal que existe, siendo simultáneamente parte del viejo orden romántico y del nuevo orden líquido y, que por tanto, este consumo romántico tenderá a desaparecer cuando durante la fase de agregación se consoliden las prácticas del amor líquido como modelo relacional hegemónico junto a aquel motivado por las prácticas económicas de mercado más puras. Asimismo, podríamos considerar que este fenómeno líquido supera las últimas consideraciones románticas que mantenía el amor romántico de consumo. Pero, al igual

que este- no es más que un efecto liminal que se está tornando permanente, pero cuya fase de agregación lo condenará a desaparecer. Se consolidará así el modelo basado en las lógicas neoliberales y económicas como único modelo hegemónico y orientador de las prácticas afectivo-sexuales relacionales. De esta manera, los discursos que responden a los términos con los que se comprenden las prácticas de mercado y los negocios: la meritocracia, la autosuficiencia, la valoración de coste-beneficios, el estatus, la interdependencia y el apego comprendidos como un lastre.... serían orientadores de las prácticas afectivo-sexuales normativas. De la etapa posmoderna emergen nuevas -o no tan nuevas...- maneras afectivo-sexuales de relacionarnos, como son las no monogamias consensuadas: Relaciones abiertas, Poliamor, Anarquía relacional... En sus prácticas y sus discursos éticos aflora la resistencia que se contrapone a la hegemonía binomial y contrapuesta de los embelesos románticos y las lógicas económicas de mercado. Es necesario remarcar que un mero cambio en el número de personas que componen la relación no supone per se una resistencia ante esta hegemonía dual. Son necesarios discursos, prácticas y resistencias que se reflejen en una transformación real que reviertan el daño y la violencia que ya venían ocasionando los embelesos románticos y señalen y se enfrenten al dolor y la violencia que está causando la incorporación de las lógicas capitalistas neoliberales en la manera de comprender las relaciones afectivo-sexuales. Solamente una política de los cuidados, que reconozca y valore la interdependencia, que ponga en valor la afectividad y la vulnerabilidad sanadora puede suponer una resistencia al discurso romántico y a las prácticas económicas y neoliberales que están capitalizando la manera de comprender el mundo y las relaciones.

7.3 A10. Tipo de relación afectivo sexual que mantengo (cuestionario)

A10. Tipo de relación afectivo sexual que mantengo (procure redondear únicamente un número, si considera que su relación se describe mejor con más de un número, márkuelo y explíquelo en el apartado A11):

1	Monogamia fiel: Mi pareja y yo componemos la relación, hemos acordado ser fiel el uno al otro, y esto se cumple (o supongo) que se cumple.	
2	Monogamia infiel(yo): Mi pareja y yo componemos la relación, hemos acordado ser fiel el uno al otro, pero yo soy (he sido) infiel, manteniendo relaciones sentimentales y/o sexuales con otras personas	
3	Monogamia infiel (él/ella): Mi pareja y yo componemos la relación, hemos acordado ser fiel el uno al otro, pero él/ella es (ha sido) infiel, manteniendo relaciones sentimentales y/o sexuales con otras personas	
4	Monogamia infiel (ambos): Mi pareja y yo componemos la relación, hemos acordado ser fiel el uno al otro, pero ambos somos (hemos sido) infieles manteniendo relaciones sentimentales y/o sexuales con otras personas	
5	Relación abierta (sentimental y sexual) de comunicación "limitada": La relación la componemos otra persona y yo. Hemos acordado (explícita o implícitamente) que fuera de la relación, él/ella y yo, podemos mantener relaciones sentimentales y sexuales con otros(as), pero preferimos no hablar de lo que hacemos o no con esos otros(as)	
6	Relación abierta (sentimental y sexual) de comunicación "abierta": Lo mismo que en la "5", pero preferimos hablar de lo que hacemos o no con otros(as).	
7	Relación abierta (sentimental, pero no sexual) de comunicación "limitada": La relación la componemos otra persona y yo. Hemos acordado (explícita o implícitamente) que fuera de la relación, él/ella y yo, podemos mantener relaciones sentimentales (pero no sexuales) con otros(as), pero preferimos no hablar de lo que hacemos o no con esos otros(as).	
8	Relación abierta (sentimental, pero no sexual) de comunicación "abierta": Lo mismo que en la "7", pero preferimos hablar de lo que hacemos o no con otros(as).	
9	Relación abierta (sexual, pero no sentimental) de comunicación "limitada": La relación la componemos otra persona y yo. Hemos acordado (explícita o implícitamente) que fuera de la relación, él/ella y yo, podemos mantener relaciones sexuales (pero no sentimentales) con otros(as) pero preferimos no hablar de lo que hacemos o no con esos otros(as).	
10	Relación abierta (sexual, pero no sentimental) de comunicación "abierta": Lo mismo que en la "9", pero preferimos hablar de lo que hacemos o no con otros(as).	
11	Poliamor de triada cerrada jerárquico: La relación la componemos tres personas, donde hay una pareja o una persona principal, que siempre va primero, (no necesariamente tiene que haber una relación afectivo sexual entre todas ellas) somos fieles dentro de la triada, no mantenemos relaciones sentimentales o sexuales fuera de ella, con otros(as).	
12	Poliamor de triada cerrada no jerárquico: Lo mismo que en el "11", pero por lo general, no hay parejas principales, ni nadie es más importante que nadie en lo que a la relación afectivo sexual se refiere.	
13	Poliamor de triada abierta jerárquico: La relación la componemos tres personas, donde una pareja es la principal y siempre va primero, (no necesariamente tiene que haber una relación afectivo sexual entre todas ellas), podemos mantener o mantenemos relaciones sentimentales o sexuales fuera de la triada, con otros(as).	
14	Poliamor de triada abierta no jerárquico: Lo mismo que en el "13", pero por lo general, no hay parejas principales, ni nadie es más importante que nadie en lo que a la relación afectivo sexual se refiere.	
15	Intercambio de parejas participante (swinger): La relación la componemos él/ella y yo. Acudimos juntos a los encuentros de intercambios de pareja, y mantenemos relaciones sexuales con otras personas.	
16	Intercambio de parejas observador (swinger): Igual que en el "15", pero nos limitamos a observar o ser observados, sin practicar sexo con otras personas.	
17	Otro (escríbelo):	