

¿Amores fáciles? Romanticismo y consumo en la modernidad tardía

SÉRGIO COSTA*

Resumen: El artículo estudia las relaciones entre economía y amor en las sociedades contemporáneas complejas mediante la reconstrucción del debate entre la teoría crítica y los estudios culturales, los cuales demuestran que el romanticismo se reduce, actualmente, al consumo de bienes culturales y rituales románticos. Contra tal argumento, se busca recuperar una interpretación microsociológica del amor romántico, visto aquí como una forma de comunicación particular que destaca y separa a los amantes de su entorno.

Abstract: The article studies the relations between economy and love in contemporary complex societies, through the reconstruction of the debate between critical theory and cultural studies, which show that romanticism is currently reduced to the consumption of cultural assets and romantic rituals. To counter this argument, the author attempts to provide a micro-sociological interpretation of romantic love, seen here as a particular form of communication that highlights and separates lovers from their environment.

Palabras clave: sociología del amor, consumo, teoría crítica, estudios culturales.
Key words: sociology of love, consumption, critical theory, cultural studies.

Las tensiones entre un supuesto “amor verdadero”, movido por ideales nobles y sentimientos sublimes, y el “amor interesado”, fundado en las motivaciones egoístas de las partes, no son fuente de inspiración solamente de los folletines románticos y de los libros de autoayuda. Por lo menos desde las primeras décadas del siglo XX, el tema también es objeto de atención de las ciencias sociales. A éstas les interesa no tanto los enredos sentimentales, en los cuales los amantes viven sus placeres, autoengaños y (des)ilusiones, sino las lógicas y patrones de acción que imperan o deberían imperar en las diferentes esferas sociales. Así, en las ciencias sociales las fricciones entre el amor verdadero y

* Doctor en Sociología por la Universidad Libre de Berlín. Es investigador titular del Centro Brasileiro de Análise e Planejamento. Temas de especialización: teoría social contemporánea, democracia y diferencia, esfera pública en América Latina. Dirección: CEBRAP – Rua Morgado de Mateus, 615, CEP 04015-090 São Paulo – SP – Brasil. Correo electrónico: scosta@cebrap.org.br.

el amor interesado toman la forma de tensiones entre, por un lado, la lógica instrumental que rige en la economía o en la práctica política y, por el otro, la naturaleza de las relaciones amorosas.

De acuerdo con la extensa bibliografía especializada, las tensiones entre intereses instrumentales y relaciones amorosas son llevadas al paroxismo en la modernidad tardía. Se trata aquí, genéricamente, de las sociedades modernas contemporáneas marcadas por la compresión sin precedentes del tiempo y del espacio, por la racionalización, impersonalidad y desterritorialización de las relaciones sociales y, desde el punto de vista de los individuos, por una radicalización del principio de autorresponsabilidad en relación con el propio presente y con el futuro. De esta forma, las comunidades tradicionales —la familia, la localidad de origen, etcétera— ven desaparecer su capacidad de reconstruir los lazos de proximidad y solidaridad desechos por la modernización. En este contexto, el individuo se torna en procesador de presiones de todos los órdenes que caen, sin resguardo, sobre sus hombros: de él se espera no únicamente desempeño profesional y competencia social, sino también un cultivo intelectual y estético que lo destaque en su grupo social (véanse Beck y Gernsheim, 1990; Leis y Costa, 2003; Featherstone, 1998). Es en medio de estas limitaciones donde se idealizan y se construyen las relaciones amorosas, cuestionándose si, de hecho, es posible conciliar lógicas de acción y patrones de relación social tan diversos como aquellos que imperan en la esfera íntima y en los sistemas funcionales de la modernidad. Mientras que en el mercado prevalecen relaciones impersonales e instrumentales y lo que cuenta es la calificación, el desempeño técnico o el dinero que se tiene en el bolsillo (esperándose de cada individuo disciplina, capacidad de seguir reglas aprendidas y previsibilidad de comportamiento), en las relaciones amorosas, de acuerdo con la idealización romántica, debería tener más peso lo opuesto, es decir, la espontaneidad, la imprevisibilidad y la transgresión de reglas y convenciones. En tal sentido, si en el mercado los individuos son evaluados por criterios generalizables y, por ello, intercambiables, en las relaciones amorosas el criterio de selección es subjetivo e inaccesible a la cognición, lo que torna a la persona amada única e insustituible a los ojos del amante.

En el debate de las ciencias sociales esas naturalezas distintas del mercado y del amor fueron tradicionalmente vistas como antinómicas e irreconciliables. En dicho debate, se confiere particular atención a la cuestión de la creciente mercantilización de los contextos en los que el amor es vivido e idealizado. Lo que se cuestiona es si el amor romántico cons-

truido en la historia social moderna como el último refugio acogedor y de la espontaneidad, de la entrega altruista y de la suspensión de las relaciones instrumentales, puede subsistir a la comercialización capitalista, sin medidas ni fronteras, de los espacios sociales y de ocio en los cuales las experiencias amorosas son vivenciadas.

Ese debate prosperó de forma particularmente intensa en el interior de la teoría crítica y, recientemente, viene siendo revivido en el ámbito del intercambio entre la “tercera generación” de la Escuela de Frankfurt y los estudios culturales. Tal diálogo se refleja en el trabajo de la socióloga Eva Illouz, de la Universidad de Jerusalén, recibido y discutido con entusiasmo entre los teóricos críticos contemporáneos. Su libro, *Consumiendo la utopía romántica*, de 1997, que analiza las transformaciones del amor romántico a lo largo del siglo XX en Estados Unidos, fue favorecido por la Asociación Americana de Sociología con el premio para contribuciones destacadas y, en 2003, fue traducido al alemán y publicado por el Instituto de Investigaciones Sociales (Institut für Sozialforschung); el prefacio fue escrito por su director Axel Honneth (2003). El debate con dicha autora está teniendo continuidad en seminarios y coloquios, y recientemente mereció un número especial de la revista *WestEnd*, nuevo periódico del Instituto.

En líneas generales, el trabajo de la autora busca destacar la relación de complementariedad entre amor romántico y mercado en la modernidad tardía. Para ella, la comercialización de los contextos románticos no causa daños a la subjetividad ni produce patologías sociales. Por el contrario, amor romántico y capitalismo constituyen una pareja bien avenida. Según la autora, el consumo masivo de rituales amorosos constituye el núcleo del amor romántico contemporáneo, reforzando tanto al capitalismo como a los amantes.

Recurriendo a la teoría sistémica, y más específicamente al trabajo canónico sobre el tema, el libro *Amor como pasión* de Niklas Luhmann (1994, orig. 1982), el presente artículo busca recuperar las tensiones entre amor romántico y mercado. Como será detallado posteriormente, lo que nos interesa en el tratamiento del amor por la teoría sistémica no es la historia de la constitución de la semántica amorosa en Europa (como la describe Luhmann), sino un subproducto de las investigaciones del autor, a saber, la descripción de la comunicación romántica, recuperada aquí como una microsociología de la interacción amorosa.¹ Así, el

¹ Puede resultar extraño el hecho de que la contribución sistémica, estereotipada por muchos como un modo “frío” y duro de describir lo social, debido al alto nivel de

artículo busca, en primer lugar, abordar conceptualmente diferentes dimensiones del amor romántico. Luego, reconstruye el debate entre los estudios culturales y la teoría crítica para, por último, desarrollar el argumento microsociológico anunciado, con la intención de resituar y calificar las fronteras entre amor romántico y mercado.

DIMENSIONES DEL AMOR ROMÁNTICO

No es posible encontrar en la bibliografía contemporánea una definición adecuada para el amor romántico. Eso se debe, en parte, al hecho de que la orientación cognitivo-normativa —la preocupación por la racionalidad y el orden— que predominó en las ciencias sociales de la posguerra, relegó el tema de las emociones y del amor a un segundo plano. Sólo a partir de los años ochenta esas temáticas son retomadas y reconstruidas como cuestiones relevantes para la sociología (Flam, 2002). Inclusive, cuando se trata específicamente del amor, la bibliografía tiende a privilegiar aspectos de la historia social y de la historia de las ideas. Esto contrasta con los trabajos de los fundadores de la sociología, abocados a no perder de vista la multidimensionalidad del amor. Así, Max Weber (1972, orig. 1917) destaca la “seriedad mortal del amor sexual”, que según él, contradice “de la forma más radical posible” todo lo que sea objetivo, racional y generalizable. De forma más amplia y consistente, Georg Simmel (1983, orig. 1911) buscó estudiar el “amor sexual” como “categoría primaria injustificada” que se encarna en formas de construcción histórica e individual variadas (véase Nord, 2001). A partir de esa idea ilustradora, el autor produce una extensa gama de estudios sobre el amor y las relaciones amorosas, la cual mantuvo su actualidad a través de los tiempos.²

abstracción y formalización, sea escogida aquí para recuperar la singularidad de las relaciones amorosas. La sensibilidad de la teoría sistémica con el amor deviene del esfuerzo de distinguir el sistema íntimo de los demás sistemas, lo que obliga a dirigir la atención a las idiosincrasias del código amoroso. Más allá de esto, el propio estilo de autores como Luhmann impone una descripción hacia el código amoroso ya que la semántica utilizada, expresiva en su hermetismo, despierta en el lector un sentimiento muy semejante a aquél provocado por la lírica romántica, es decir, la emoción cómplice de ser sorprendido flagrantemente en sus sentimientos más recónditos.

² Para ejemplificar la extensión del interés de Simmel por las prácticas culturales del amor, vale recordar aquí su ensayo sobre la coquetería. En dicho estudio, a partir de la formulación de Platón de que el amor consiste en un juego entre tener y no tener, Simmel constata que: “característico de la coquetería, en su forma más banal, es el mirar de sosla-

Con la intención de aludir a la amplitud analítica inherente al tema, me gustaría definir el amor romántico, aquí, como un modelo histórico-cultural que se desdobra (por lo menos) en cinco dimensiones.

En el campo de las emociones, el amor romántico se expresa como “un vínculo con el otro que no conoce deseo más ardiente que la voluntad de conducir su propia vida en el cuerpo de la persona amada”, de acuerdo con la precisa definición de Dux (1997: 847). Es preciso decir que aquí “emoción” no se refiere a una constante precultural o a una mera manifestación neurofisiológica.³ Se trata, al contrario, de un fenómeno

yo, con la cabeza medio tumbada. En esa mirada reposa un retirarse, vinculado, inclusive, con un entregarse fugaz [...] que no en tanto se niega simbólicamente, al mismo tiempo y en la otra dirección con la cabeza y el cuerpo. Esa mirada no puede durar psicológicamente más que unos pocos segundos, de tal suerte que, en su entrega, su rechazo ya esté preformado como algo inevitable. Esa mirada tiene la atracción del misterio, de lo furtivo que no puede existir de forma duradera. Por eso, en ella se mezclan inseparablemente el sí y el no. La plena mirada cara a cara, por más penetrante y ávida que sea, no tiene precisamente ese específico rasgo de la coquetería. En la clase superior, el efecto coqueto de balancear y girar está en los cuadriles: el andar ‘rebolado’ únicamente porque ese andar [...] acentúa visualmente las partes del cuerpo sexualmente estimulantes, persistiendo, al mismo tiempo, la distancia y la reserva, sino también porque sensualiza la entrega y la retirada en la rítmica lúdica alternancia ininterrumpida” (Simmel, 1983: 82, orig. 1911). Ésta y todas las versiones en español de citas en alemán, inglés y portugués son traducciones libres del autor y del traductor del presente ensayo.

³ A pesar de no tratarse aquí de la dimensión fenomenológica del amor romántico, vale registrar el importante cambio histórico en la “reputación” de las emociones amorosas. En las sociedades contemporáneas, es corriente que el amor esté asociado a un impulso creativo único e intenso, sobre todo en las etapas más intensas de su manifestación. Quien mejor sintetizó esa visión fue el periodista y sociólogo Francesco Alberoni (2003) que, dialogando con Freud, descarta la asociación entre amor romántico y regresión, afirmando que no existe ninguna evidencia de que nos enamoramos de alguien que nos recuerda a la madre de la primera infancia. Tal visión contrasta con la interpretación médica de comienzos de siglo XX, como indica el pasaje de una tesis de doctorado presentada en 1908 en Brasil: “La pasión es una obsesión y representa, por eso, en la idea de los mayores psicólogos, un estigma de la degeneración nerviosa hereditaria. En efecto, las manifestaciones del amor enfermizo no difieren de los síntomas de las obsesiones concientes [...] es común que las crisis se inicien por una opresión pre-cordial, [...] taquicardia o movimientos acelerados del corazón [...] Una superexcitación espontánea o descargas nerviosas repetidas traen [...] un leve temblor generalizado, quiebran el ritmo respiratorio, en ocasiones en excursiones torácicas [...] y en otras en un respirar superficial y sutil [...] Hay un malestar [...] Los apasionados de amor [...] tienen una clara noción de su estado, reconocen que andan en el error, que son víctimas de un impulso contra el cual no pueden reaccionar, sienten que se les muere el poder de la voluntad, no ignoran los inconvenientes y el absurdo de tal pasión; mas sacrifican por ella [...] sus deberes, sus obligaciones, sus riquezas y hasta la vida” (Porto, 1923: 23).

situado en la interface entre cuerpo y cultura reflejando, así, los legados culturales, las características de la personalidad individuales y los determinantes de un contexto social específico (Gerhards, 1988).

Como idealización, el amor romántico promete al individuo el reconocimiento pleno de su singularidad, incluidas ahí todas las dimensiones, particularidades e idiosincrasias. Por eso mismo, el amor romántico reivindica y absorbe a las personas de forma total, haciendo que otras referencias del entorno social pierdan su importancia (Lenz, 1998). El proceso de constitución histórica del amor romántico occidental se encuentra bien estudiado y documentado en la bibliografía (véase Elias, 2002, orig. 1969; Burkart, 1998; Costa, 1997). En tales reconstrucciones, el amor romántico aparece como una síntesis de los ideales espirituales y sensuales del amor fundiendo, por un lado, el amor platónico, la mística cristiana y el amor cortesano y, por el otro, la *ars erótica*, el hedonismo renacentista y la galantería (para una reconstrucción a partir de Max Scheler, véase Vandenberghe, 2005). En las sociedades contemporáneas, “el ideal romántico, a despecho de perder su plausibilidad, mantiene una enorme importancia” (Gerhards y Schmidt, 1992: 20), constituyendo inclusive la matriz de referencia relevante para elecciones y comportamientos individuales.

Como modelo de relación, se condensan históricamente en el amor romántico la unidad entre pasión sexual y afección emocional, la unidad de amor y matrimonio y, frecuentemente, los planes de constitución de una prole (Lenz, 1998).⁴

Como práctica cultural, el amor romántico corresponde a un repertorio de discursos, acciones y rituales mediante los cuales las emociones amorosas, teniendo en cuenta las diferencias culturales existentes, son evocadas, percibidas, transmitidas e intensificadas (para el caso brasileño véase Heilborn, 2004).

En el campo de las interacciones sociales, el amor romántico corresponde a una forma radicalizada de lo que Luhmann denominó “interpe-

⁴ Como ideal que encuentra formas de materialización culturalmente diversas, el amor romántico naturalmente comporta variaciones, como la disociación con la dimensión de la procreación verificada, por ejemplo, entre parejas de homosexuales o que renuncian deliberadamente a los hijos. No obstante, en el plano de las instituciones, todavía prevalece la idea de que afecto, sexualidad y procreación deben andar juntas, creando diversas dificultades para quien quiera escapar del modelo de amor heterosexual y dedicado a la creación de hijos. Para una discusión sobre la situación en Estados Unidos, véase Josephson (2005).

netración interpersonal”: una interacción que se destaca del mundo social anónimo, conduciendo a los amantes a valerse de modelos de significación e interpretación y de símbolos comunicativos que, de tan diferenciados, muchas veces se tornan herméticos para quienes se encuentren fuera de la relación (1994, orig. 1982).

AMOR Y MERCADO: DE LA INCOMPATIBILIDAD A LA SIMBIOSIS

En su evaluación sobre el tratamiento realizado al amor por la teoría crítica, Eva Illouz muestra que los diagnósticos de época desarrollados por esa escuela destacan, de forma recurrente, que la proliferación de la oferta y del consumo en masa de rituales amorosos es síntoma de las patologías sociales modernas. Desde el punto de vista normativo, afirma la autora, las diferentes generaciones de la Escuela de Frankfurt buscaron hacer énfasis en la necesidad de mantener las relaciones amorosas protegidas de la lógica económica-utilitarista.

Formulada con tal nivel de generalidad, la interpretación de Illouz resume, efectivamente, el tono general de la crítica cultural frankfurtiana en diferentes momentos. Ya en *Mínima moralia*, en 1951, Adorno exterioriza su escepticismo en relación con las posibilidades del amor en el mundo dominado por el utilitarismo: “Amar significa ser capaz de no dejar que la espontaneidad sea secuestrada por la presión omnipresente de la intermediación de la economía: en tal fidelidad el amor es transmitido, en sí propio” (Adorno, 1951: 29 y *ss*). Pocos años después, Marcuse también se manifestaría contrario al comercio y a la tecnificación de las fantasías románticas, que conducirían a la producción de falsas necesidades y a la desaparición de cualquier posibilidad emancipatoria. Para él, la mercantilización del amor únicamente podrá producir disminución de la libertad individual; el gran operador de la máquina de producción de los sueños románticos en el capitalismo no sería Eros, sino Tánatos (Marcuse, 1996, orig. 1955).

A diferencia de Marcuse, Erich Fromm no creía en la existencia de obstáculos estructurales infranqueables para una relación amorosa “no patológica” en las sociedades capitalistas; el “arte de amar” puede ser aprendido por todos los que busquen estudiarlo con obstinación y compromiso. No obstante, el diagnóstico del autor se refiere a que en las sociedades capitalistas, el universo de las relaciones amorosas fue tomado por los intereses utilitaristas y mercantiles opuestos a la lógica del amor.

En tal sentido, para vivenciar el amor, la “más profunda y real necesidad de cualquier ser humano” (Fromm, 2003, orig. 1956), las personas precisarían reconquistar autonomía:

Los seres humanos son motivados por el sugestionamiento masificado; su objetivo es producir y consumir cada vez más como un objetivo en sí mismo. Todas las actividades son subordinadas a esos objetivos económicos, los medios se tornaron fines; el hombre es un autómata bien vestido y bien alimentado [...] Si el ser humano quiere ser capaz de amar, precisa situarse en primer lugar. El aparato económico debe servirlo, y no lo contrario (*Id.*, p. 150).

La extensa obra de Habermas no resuelve la dificultad de la teoría crítica en aprehender analíticamente (vale decir, fuera del registro moral) las relaciones entre amor y mercado. Concretamente, Habermas se refiere poco al tema. Ni siquiera el ensayo en el que aborda la obra de George Bataille constituye una excepción, ya que allí no se hace ninguna alusión al amor y al erotismo (Habermas, 1985). De todas maneras, es interesante resaltar que la comunicación amorosa no puede ser plenamente entendida a partir de la teoría de la acción comunicativa. En definitiva se trata, ineludiblemente, de una forma de comunicación situada en el mundo de la vida, pero que no puede ser tratada como una forma de comunicación orientada al entendimiento, como se debería desprender de la teoría. Como se destaca más adelante, la comunicación romántica no busca producir entendimiento y acuerdos; al contrario, busca destacar las diferencias individuales.

A pesar de que Habermas no se ocupa directamente del problema, la aplicación de su teoría a la discusión de las relaciones entre mercado y amor confirma el diagnóstico de la primera generación frankfurtiana. Así, si partiésemos del modelo de dos niveles de sociedad postulado por Habermas —la esfera de los sistemas y el mundo de la vida—, seríamos llevados a considerar que cuando estímulos románticos fabricados con propósitos comerciales se infiltran en la vida cotidiana de los amantes, se produciría la indeseada colonización del mundo de la vida, reafirmandose así la contradicción ineludible entre economía y amor.

Buscando promover el diálogo entre estudios culturales y tradición crítica, Eva Illouz (1997, 1998, 2005) recupera las diversas conexiones entre el mercado capitalista y el amor romántico, afirmando que no hay entre ellos ninguna contradicción y sí una perfecta simbiosis. Esencialmente, la autora argumenta que el amor romántico constituye la última

fuelle generadora de las utopías de transformación y ruptura del orden cotidiano, necesarias a la reproducción simbólica y material del capitalismo. Para ella, los amantes se ven tomados por una gran energía creativa y transformadora, de modo que quien ama se siente como un revolucionario estimulado a transgredir la normalidad, viviendo con la persona amada experiencias que escapan al registro del orden establecido. No obstante, desde el punto de vista político, la revolución promovida por los amantes es ilusoria, una vez que la supuesta ruptura con la normalidad proyecta a los amantes hacia dentro del universo de ofertas y posibilidades de consumo romántico. De esta manera, la pretendida ruptura con el orden experimentada por los amantes representa una migración entre esferas de sociabilidad: ellos abandonan el cotidiano para penetrar en el mundo mágico del consumo romántico; ambos universos son subordinados al régimen de producción y distribución de bienes y servicios propios del capitalismo.

A partir de la investigación histórico-empírica sobre la trayectoria del amor romántico en Estados Unidos, Illouz identifica por lo menos tres grandes interfaces que asegurarían la convergencia entre, por un lado, la producción y circulación de bienes y servicios y, por el otro, el amor romántico en la modernidad tardía.

La primera conexión es establecida por la generación y difusión de los significados culturales asociados al amor romántico. La excitación corporal generada por la atracción hacia alguien, es decodificada como amor a partir de los repertorios culturales disponibles que están materializados en valores y redes de significaciones, pero también en un acervo material de imágenes, productos, libros, obras de arte, etcétera. Es ese conjunto de referencias lo que permite reconocer, interpretar y evaluar la naturaleza y la intensidad del estímulo sentido. De todas formas, hay que diferenciar en cada caso si se trata de un ardor pasajero o de algo que va a transformar la vida de los amantes. Los acervos culturales sirven también para orientar a aquel que ama mediante indicaciones que le permitan interpretar la acción de la persona amada y así saber si el amor es correspondido. Orientan, inclusive, la propia acción del amante en el sentido de que éste module sus gestos y palabras de manera que haga al otro saberse amado e indique, en un código que no haga desmoronar el clima amoroso, cuál es la naturaleza de ese deseo: si es algo que sugiere itinerarios de vida común o si apenas promete algunos momentos de placer.

Si en el advenimiento del amor romántico las obras literarias eran responsables de la difusión de los modelos de comunicación y acción para los amantes, en la modernidad tardía tal función es desempeñada, de acuerdo con Illouz, por la industria cultural y por la publicidad. Para demostrar su argumento la autora, primeramente, examina revistas orientadas hacia públicos diversos de los Estados Unidos de los años veinte, evidenciando cómo la publicidad, las películas y la industria de la diversión van construyendo enredos románticos que asocian el amor a la realización existencial y al éxito personal. De forma diferente, el periodo contemporáneo es estudiado a partir de entrevistas con personas de diferentes estratos sociales, las cuales revelan, igualmente, que sus propias definiciones cognitivas de las situaciones románticas remiten al proceso de aprendizaje emanado de los medios de comunicación de masa.

Entre los entrevistados más escolarizados, la autora registra un cierto pudor crítico en la asimilación de las imágenes románticas divulgadas por los medios de comunicación de masa y por los productos de la industria cultural. En el caso de esas personas, tales imágenes se constituyen en una especie de realidad primaria que los amantes imitan de forma consciente y autoirónica. Recuérdese, como lo hace la propia autora, que esa tendencia ya había sido constatada por Umberto Eco al decir que las declaraciones de amor entre personas con algún cultivo intelectual se transforman en citas literarias:

La actitud pos-moderna me parece semejante a la del hombre que ama a una mujer inteligente y cultivada y sabe, por lo tanto, que no puede decirle: “Yo te amo ardientemente”, ya que él sabe que ella sabe (y ella sabe que él sabe) que precisamente esas mismas palabras ya fueron escritas, digamos, por Liala.⁵ Hay, sin embargo, una solución. Él puede decir: “Como diría ahora Liala, yo te amo ardientemente”. En ese momento, después de haber evitado la falsa inocencia, después de haber expresado que no se puede usar las palabras ingenuamente, él acaba diciendo lo que quería decir, o sea, que la ama, pero que la ama en una era en que la inocencia fue perdida (Eco, 1984: 78s).

La segunda intersección entre mercado y amor identificada por Illouz se encuentra en el desarrollo, a lo largo del siglo XX, de un escenario público para el desenvolvimiento del enredo amoroso. En Estados Unidos

⁵ Pseudónimo de la escritora italiana Amaliana Cambiasi Negretti (1897-1995), autora de innumerables romances sentimentales.

eso se da a partir de la institución del *dating*, el encuentro que libera el amor de la esfera sofocante de la familia, para permitir que la pareja apasionada pueda vivenciar sus emociones románticas en los nuevos espacios comerciales de entretenimiento: la oscuridad del cine, el bar, una cena con luz de velas, etcétera. Más recientemente van siendo incorporados al cotidiano de los amantes nuevos guiones y escenarios para sus enredos amorosos: el paseo en auto, el viaje a la playa y hasta un recorrido por Europa. Considérese que no sólo las parejas de jóvenes enamorados se valen de los espacios y enredos románticos para disfrutar los momentos de intimidad en sus primeros encuentros: también las parejas maduras, envueltas en relaciones duraderas, recurren a la industria de rituales románticos, buscando operar el milagro de reencender las fantasías amorosas oscurecidas por los rigores de la cotidianidad conyugal.⁶

Para caracterizar las situaciones cargadas de emoción romántica, Illouz recurre a la antropología de la religión de Victor Turner y, más específicamente, a su descripción de rituales religiosos que culminan en un estado liminar. Según la autora, también el amor romántico presenta sus rituales liminares, en los cuales se rompen los órdenes y las jerarquías cotidianos y los amantes, por medio del consumo de mercancías y servicios etiquetados como románticos, se ven transportados a un mundo fantástico en el interior del cual los disgustos mundanos, las propias fragilidades y, con alguna suerte, hasta los caprichos más infames de la persona amada son temporalmente suspendidos. La relación entre el amor romántico y el mercado de bienes y servicios para los amantes adquiere, así, un diseño paradójico, aunque en absoluto contradictorio: para “escapar” de la normalidad tediosa los amantes recurren, en sus rituales románticos, a aquello que hacen todos los días en las sociedades capitalistas, es decir, consumen bienes y servicios, reconciliando el ideal romántico marcado por el deseo de trascendencia con la trivialidad de las transacciones comerciales:

⁶ No siempre las vacaciones en pareja representan un bálsamo para las utopías amorosas. El exceso de expectativas depositadas en el periodo y la convivencia intensificada durante los días de “descanso”, también producen consecuencias inversas: en Alemania e Italia, por ejemplo, un tercio de las separaciones suceden inmediatamente después de las vacaciones. Eso explica la multiplicación de la literatura de autoayuda dedicada al tema “vacaciones y crisis conyugales”, la cual ofrece reglas prácticas de conducta orientadas a evitar que el mayor tiempo disponible para la relación no evidencie la fragilidad de los lazos afectivos que unen a la pareja (*cf.* <http://www.psychotherapie.de/2000/08/00080801.htm>. Acceso el 30 de octubre de 2005).

La noción de ritual es el *elo* entre bienes y símbolos comercializados en masa y las sensaciones subjetivas de placer, creatividad, libertad y distanciamiento del comercio de mercaderías. Eso implica, al mismo tiempo, que no hay una dicotomía simple entre el universo de las relaciones intersubjetivas y la esfera del consumo, ya que *los significados que sustentan el “mundo de la vida” del amor romántico son producidos dentro y no fuera del sistema capitalista* (Illouz, 1997: 150; las cursivas son mías).

La tercera interface entre el cálculo económico y el amor romántico identificada por Illouz se sitúa en el ámbito de las elecciones amorosas. En desmedro de las fábulas sobre el amor que traspasa todas las fronteras sociales y físicas, las estadísticas muestran que poseer capitales culturales equivalentes es condición *sine qua non* para el vínculo amoroso. Contradiendo su propia autorrepresentación, el amor romántico es, por lo tanto, socialmente endogámico.⁷

Estudios como los de Illouz (1997), al tratar de indicar e interpretar las prácticas culturales asociadas al amor romántico pueden, efectivamente, renovar la reflexión de la teoría crítica sobre el tema en la medida en que reconcilian la reflexión intelectual y la crítica cultural con las experiencias concretas de los actores. No obstante, le falta al análisis de la autora algo caro a la sociología por lo menos desde Weber: considerar, adecuadamente, los sentidos construidos y atribuidos por los amantes a la interacción amorosa. En efecto, el análisis de Illouz, extremadamente útil para la descripción de la dimensión institucional del amor en la contemporaneidad (los objetos y rituales que envuelve) pierde de vista, sin embargo, aquello que diferencia las relaciones amorosas de las demás interacciones sociales, que es justamente la atribución por los actores de un sentido único, particular, mítico al amor.

⁷ Una valiosa contribución sobre el modo como la idealización romántica y el pragmatismo se combinan en el discurso de los amantes, es ofrecida por Linda-Anne Rebhun (1999) en su estudio sobre concepciones de amor en Caruaru, ciudad provinciana en el norte de Brasil. Las mujeres de estratos pobres entrevistadas, al mismo tiempo que condenaban a los “compañeros sinvergüenzas” que no se atienen a las reglas del romance, y se referían al “lóvi” o “amor de telenovela” como momentos de éxtasis romántico, se divertían repitiendo el proverbio: “Padre pobre es destino, marido pobre es una burrada”. A partir de claves analíticas diferentes e investigando el contexto alemán, Jutta Allmendinger *et al.* (2004) muestran la articulación entre racionalidades diversas en el ámbito de la vida íntima. Para los autores, los imperativos de la no-violación de las fantasías románticas y de administración del cotidiano de la familia, incluyendo el presupuesto doméstico, implican negociaciones diarias que envuelven la búsqueda de eficiencia en la gestión financiera y la preservación de la “economía sentimental” de la pareja.

Al limitarse a una perspectiva externa a la relación amorosa y definir el amor como una práctica cultural, la autora acaba tomando el amor por sus rituales, sin considerar el modo como esos rituales y objetos son integrados a la relación amorosa. Es decir el mercado, de hecho, ofrece los bienes que propician la vivencia del amor romántico y puede hasta inclusive haber ayudado a proyectar el amor romántico como forma moderna de experimentación de lo sagrado, como sugiere Illouz. No obstante, en cuanto espacio de construcción de sentidos compartidos, el universo de la pareja permanece resistente al mercado.

Primeramente, el mercado no puede generar la energía amorosa. Dicho de forma trivial el mercado, efectivamente, coloca a disposición de los amantes una amplia gama de productos que pueden facilitar e intensificar la interacción amorosa, pero no tiene el poder de despertar el amor en el corazón de los amantes. Vale el paralelismo con la religión: el impulso último hacia el encantamiento del ritual amoroso no es dado por la presencia de objetos y contextos que lo circundan, sino por la convicción, similar a aquella de lo religioso que cree en una fuerza metafísica superior, de que el amor existe y está siendo compartido por la pareja amorosa; un agnóstico no se sentiría próximo a Dios ni siquiera en el más rico y expresivo de los templos.

La otra frontera entre el amor y el mercado se refiere al uso simbólico distintivo que los amantes hacen de los productos asociados al amor romántico, pues la manera de significar los rituales es siempre particular e idiosincrática en cada relación amorosa. Compárese, por ejemplo, dos relaciones que sean similares desde el punto de vista ritualístico: dos parejas distintas que frecuenten lugares semejantes y se regalen con los mismos presentes, establecerán relaciones que para cada cual siempre serán distintas, ya que el sentido atribuido a la relación por la pareja que ama es siempre propio, exclusivo.

A continuación se buscará detallar desde una perspectiva teórica esa objeción a la perspectiva de Illouz, formulada hasta aquí de forma muy genérica.

EL CÓDIGO DEL AMOR

El diagnóstico que se hace efectivo en la teoría sistémica apunta hacia una correlación positiva entre la multiplicación de las relaciones anónimas y la intensificación de las relaciones personales e íntimas en las

sociedades complejas. Eso se explica por la profundización de los procesos de diferenciación funcional que conducen a las sociedades a “regular mejor las dependencias entre relaciones sociales de naturaleza diversa, filtrando más adecuadamente las interferencias” (Luhmann, 1994: 13). Tal diferenciación representa una protección de las relaciones íntimas, que así se tornan menos vulnerables a las influencias de la tradición y de otros sistemas funcionales. Los individuos, por su parte, ya no están más anclados en un único lugar de la topografía social: ellos se tornan socialmente desarraigados y ocupan diferentes papeles en los distintos subsistemas sociales, originándose de ahí la amplia diversidad de las combinaciones que conforman las características individuales. En ese contexto, el amor moderno se desarrolla como código de comunicación capaz de mediar el intercambio entre dos personas muy exclusivas y que manipulan dos mundos de significados singulares, recortados de manera extremadamente individualizada. Es por eso que en las sociedades complejas el amor es tan difícil, o tan improbable a pesar de recurrente, “una improbabilidad bien normal”, como formuló Luhmann.

En la comunicación amorosa lo que cuenta no son los temas sobre los cuales se conversa, sino la “consideración común de los mismos aspectos”, ya que es de esa manera que se forma la esfera íntima, diferenciada del “mundo constituido anónimamente” (*id.*, p. 25). Por eso, comunicación aquí no se confunde con lo referente a lo verbal-racional, tal como es ejercitado, por ejemplo, en las terapias de pareja (a las cuales Luhmann siempre se refiere con desprecio irónico). El umbral de la improbabilidad de una comunicación íntima entre dos individuos fuertemente diferenciados es, en general, superado por formas de comunicación no-discursivas, entre las cuales se destacan las miradas, el toque corporal y los diálogos que renuncian a cualquier tipo de mensaje objetivable: “los amantes pueden conversar infinitamente sin decirse nada. O sea, no son necesarios acción comunicativa, preguntas o pedidos del amado para que el amante se sintonice con él; la vivencia del amado debe desencadenar la acción del amante sin mediaciones” (Luhmann, 1994: 19).

Ese código amoroso no representa para Luhmann, obviamente, una dádiva divina o habilidad antropológica innata: es el resultado de la diferenciación funcional que lleva históricamente al desarrollo de la pasión como un *médium* de comunicación especializado. Así como todos los demás subsistemas de la sociedad son regidos por un código binario —por ejemplo, legal/ilegal para el sistema jurídico o falso/verdadero para la ciencia—, también el subsistema íntimo es regulado por una codificación

diádica: personal/impersonal. La existencia de la comunicación personal —aquí más específicamente amorosa— define las fronteras simbólicas que separan o diferencian a los amantes de todo el resto del mundo: en la medida en que se comunican personalmente, los amantes constituyen un universo simbólico propio, distinto del entorno anónimo, impersonal. La constitución exclusivamente simbólico-expresiva del código amoroso lo torna fuertemente vinculante, ya que sólo se refiere a aquellos que se aman, y al mismo tiempo muy frágil, ya que cualquier pequeño malentendido puede producir grandes conturbaciones en el subsistema íntimo.

El código del amor penetra una relación particular de forma contingente. La presencia del código es percibida por los amantes como algo necesario, aunque no provocado. Se trata, entonces —para expresarlo con el lirismo de Octavio Paz— “de la aceptación voluntaria de una inevitabilidad” (2004, orig. 1993). Según Luhmann, el carácter del amor como un código comunicativo, que sirve a la confirmación de las diferencias de las personas individuales en sus relaciones singulares, excluye la posibilidad de la acción orientada tanto por la expectativa de reciprocidad como por el provecho propio. Así, el doble juego de actuar orientado por la vivencia del compañero desmoviliza, en la interacción amorosa, todas las fuentes de motivación hacia la acción que no partan de la acción asociada al universo de la persona amada. No se puede amar actuando, ya que el código de comunicación envuelto dicta otra regla: vive tus diferencias y orienta tu accionar en la vivencia de la persona amada.

Ipsis verbis:

El amor sería entendido de manera enteramente equivocada si se intentase definirlo como la reciprocidad de acciones orientadas hacia la satisfacción mutua o como disposición de satisfacer los deseos del otro. El amor marca primero el vivenciar de la vivencia y, con eso, modifica el mundo como horizonte de la acción y de la vivencia. El amor es la internalización de la referencia de mundo subjetivamente organizada del otro; de esa forma, el amor presta una fuerza de persuasión especial a aquello que el otro vivencia o podría vivenciar en las cosas y en los acontecimientos. Solo en un segundo momento, el amor motiva la acción. No cuentan aquí los efectos concretos de tal acción, la cual es definida y buscada a partir de su significado simbólico para revelar el amor como la materialización del carácter especial de aquél mundo que se sabe, junto a los amantes (y nadie más), se trata de un mundo del gusto común, de la historia común, del desvío común, de los temas discutidos, de los resultados analizados. Lo que llama a la acción no es el provecho esperado, sino la no-naturalidad de una concepción de mundo que

está enteramente afinada con la individualidad de una persona y sólo existe en tal forma. Si se trata, aquí, de “dar”, lo que el amor dice es: faculte al otro la posibilidad de dar algo siendo así como él es (*Id.*, pp. 29-30).

De la idea de que la interacción amorosa corresponde a una forma de comunicación exclusiva entre individuos fuertemente diferenciados, se desprenden objeciones importantes a las tesis de Illouz sobre las relaciones entre mercado y amor romántico. Se pueden ratificar las constataciones de la autora de que la industria cultural ofrece el repertorio de modelos para las prácticas amorosas en la modernidad tardía; de que la industria del entretenimiento provee los bienes y servicios necesarios a los rituales románticos, y de que los amantes buscan a sus amados entre personas de su clase social. De hecho, es innegable que películas u otros artificios cargados de aura romántica contribuyen para el desarrollo de la liturgia amorosa. No obstante, lo que define la relación amorosa como tal no es el consumo de esos rituales, sino el (improbable) establecimiento de una comunicación personal que afiance y confirme las diferencias individuales. Es la existencia de esa forma particular de comunicación —el código del amor— la que define la conformación del mundo especial de los amantes, en el cual los rituales y aderezos románticos adquieren sentido efectivo, concretizando su vocación amorosa. Es la activación de ese código especial, y no el precio del ítem escogido en la carta, lo que diferencia a aquella pareja que en un restaurante francés, a la luz de las velas, vive sus estados amorosos distintos de aquella otra pareja presente en el mismo restaurante y en la misma penumbra, pero que no se ama, apenas se entretiene.

Asimismo, la endogamia social constatada por Illouz adquiere otra significación cuando se la analiza bajo la óptica de la interacción amorosa como comunicación orientada hacia la afirmación de diferencias. En lugar de, simplemente, representar acción instrumental orientada hacia el mantenimiento del *status quo*, ella puede ser expresión de las diferencias que la semántica amorosa asume en los diversos estratos sociales, hecho ampliamente confirmado por la investigación empírica de Illouz.⁸

⁸ La autora constata, en líneas generales, que los entrevistados de las capas poco escolarizadas privilegian rituales y bienes (*souvenirs*, tarjetas, etcétera) creados explícitamente para transmitir la emoción romántica, mientras que los de las capa media y alta rechazan el consumismo explícito, prefiriendo bienes y rituales que puedan ser asociados a “valores antiinstitucionales como espontaneidad, informalidad y autenticidad” (Illouz, 1997: 252).

Antes de pasar a las conclusiones, debo una aclaración más efectiva sobre la manera como es aquí apropiada la interpretación del amor por la teoría sistémica. Como ya se advirtió, lo que nos interesa no es la historia social del amor en Europa, sino la descripción de la forma como los amantes se comunican en una interacción social singular. La evolución de la semántica amorosa, como la define Luhmann, es atravesada por un historicismo que reduce su sentido teórico, transformándola en un discurso eurocéntrico, ciego a los entrelazamientos de la modernidad en las varias regiones del mundo (véase Costa, 2006). Paso a explicarme.

El libro *Amor como pasión* es parte de un programa de investigación en el que Luhmann explora las transformaciones de las semánticas político-históricas a lo largo de la transición europea hacia la modernidad, entendiéndose “semántica” no sólo como un conjunto de símbolos, sino como el contexto social en el cual los símbolos adquieren sentido. Visto de esta manera, el desarrollo de la semántica amorosa resulta de la diferenciación de los sistemas funcionales y envuelve complejos procesos de transmisión cultural por medio de la producción y recepción literaria que, en la forma descrita, son propios y exclusivos de sociedades europeas occidentales. Es decir, quien lleva a las últimas consecuencias la historia de la evolución de la semántica amorosa descrita por Luhmann, se ve obligado a conceder a Europa occidental precedencia en el desarrollo de la semántica “moderna” del amor, considerando las demás regiones del mundo aprendices de un arte inventado por los europeos.

Esta perspectiva contradice diversas comparaciones interculturales (véanse, por ejemplo, artículos reunidos en De Munck, 1988; Hatfield y Rapson, 1996), destacándose aquí el trabajo de Charles Lindholm (1998), que encontró en muchas sociedades no occidentales formas de amor-pasión muy semejantes a las del amor romántico. A diferencia de Luhmann, Lindholm asocia el deseo por una interacción que absorba a las personas en su integridad no a la diferenciación funcional, sino a aquello que él denomina “sociedades líquidas”, entre las cuales se cuentan las sociedades complejas contemporáneas pero también algunas comunidades de cazadores y recolectores. El rasgo común entre esas “sociedades líquidas” está presente en el individualismo de la lucha por la supervivencia. Es decir: en esas sociedades, las personas se sienten existencialmente vulnerables ya que faltan “grupos o lazos primarios” capaces de proveer el sentido de solidaridad e identidad. Para el autor, es esa inseguridad ontológica la que promueve la búsqueda del amor

intensivo y abrasador, capaz de dar algún sentido, aunque provisorio y temporal, a su existencia.

No se trata, obviamente, de adherirnos apresuradamente a la hipótesis de Lindholm. No obstante, sus constataciones sirven de advertencia metodológica contra un tipo de sociología evolucionista que, a partir de la historia social del amor en Europa, erige pretensiones de validez teórica de alcance general.⁹ Es por esa razón que se recupera aquí la descripción de la interacción amorosa propuesta por Luhmann y, al mismo tiempo, se rechazan las consecuencias macrosociológicas de su teoría. Además, una reconstrucción eurocéntrica de la historia del amor moderno, como hace Luhmann, eclipsa desarrollos que son cruciales. En efecto, en pocos campos la historia moderna parece haber fundido y entrelazado de forma tan definitiva las diferentes regiones del mundo como en la construcción del amor romántico. Con la misma avidez con que los estratos privilegiados en las sociedades coloniales consumían e imitaban la literatura romántica producida en Europa a lo largo de los siglos XVIII y XIX, el romanticismo europeo se apropiaba de las imágenes, leyendas y fantasías amorosas de las diversas partes del mundo, que llegaban a Europa por medio de los relatos de viajes y de las experiencias coloniales (Burkard, 1998: 26). Hoy, el éxito global de productos como el cine Bollywood de la India o las telenovelas latinoamericanas, muestra que los ideales de amor romántico no son difundidos de forma centrífuga a partir de Europa, sino de manera descentrada. A pesar de que tales producciones retomen enredos y formatos propios al romanticismo clásico, también difunden modelos de relaciones de género o de corporalidad que nada tienen que ver con las representaciones “occidentales”.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Retomo en esta nota conclusiva las cinco dimensiones del amor romántico anteriormente destacadas, comprendiendo los campos de las

⁹ El desliz evolucionista encuentra expresión clara en el trabajo de Peter Fuchs, seguidor de Luhmann. En el ámbito de una serie de conferencias magnas sobre el amor, el autor recibe la consulta de una alumna temerosa de tornarse incapaz de amar después de que la sociología sistémica destruyese sus últimas ilusiones románticas. Las palabras de consuelo a la alumna proferidas por Fuchs son reveladoras de su eurocentrismo teórico: “Usted ganará en complejidad lo que está perdiendo en inocencia. Quien juega el juego del amor con exagerada simplicidad corre el riesgo de nunca conocerlo” (Fuchs, 1999: 57).

emociones, de los ideales y de las prácticas culturales y sus expresiones como modelo de relación y forma de interacción.

Estudios empíricos demuestran que el deseo por una relación amorosa que envuelva plenamente a los amantes continúa siendo una aspiración generalizada en las sociedades modernas. Así, en la modernidad tardía, el amor romántico sigue desempeñando un papel central como ideal amoroso y como desencadenador de las emociones correspondientes. Sin embargo, ese deseo de intensidad coexiste con cambios importantes en el patrón romántico de la relación de pareja. Tal vez Honneth tenga razón cuando constata cierta reducción de expectativas en las relaciones amorosas. Según él, estas últimas estarían pasando de relación de pareja a una “federación de objetivos” (Honneth, 2005: 79). Eso puede representar, a mediano plazo, la consolidación de aquello que Burkart (1997, 1998) llama relación “posromántica”.

De todas maneras, parecen persistir paralelamente dos modelos culturales: el ideal de la comunidad en pareja por encima de todo y de todos, en general prevaleciente en las primeras fases de la relación o en los momentos apasionados de las relaciones duraderas, y un cierto pragmatismo amoroso. Mientras el primer modelo es orientado por los ideales del amor romántico, el pragmatismo se apoya en valores como la igualdad, el entendimiento dialógico y la realización personal de los amantes.

Como práctica cultural, el amor romántico está incorporado en una vasta gama de productos, objetos, locales y rituales. Así, en las sociedades contemporáneas la economía está presente en diversas esferas del amor, ofreciendo productos culturales que marcan los ideales y sentimientos amorosos, y también contextos para la vivencia de los rituales románticos. Ni siquiera en sus momentos pragmáticos la relación se libera de la presencia del mercado, que con sus manuales, terapeutas y gestores de crisis familiares enseña los términos de una convivencia justa. Únicamente en una de sus dimensiones, el amor romántico parece refractario al mercado: la de la interacción mediada por un código especial. Para que se configure la relación romántica es necesaria la creación de un ámbito de comunicación (improbable) que destaque y aparte a los amantes del entorno social. La presencia de ese código de comunicación especial distingue a consumidores de amantes que utilizan rituales y productos bajo el signo del amor. En ese sentido simbólico-expresivo, la desaparición de las fronteras entre mercado e interacción amorosa significaría el fin del amor romántico.

BIBLIOGRAFÍA

- ADORNO, Theodor W. *Mínima moralia. Reflexionen aus dem beschädigten Leben*. Frankfurt/m: Suhrkamp, 1951.
- ALBERONI, Francesco. *O mistério do enamoramento*. Lisboa: Bertrand, 2003.
- ALLMENDINGER, Jutta *et al.* "Eigenes Geld, gemeinsames Leben. Zur Bedeutung von Geld in modernen Paarbeziehungen". En *Entgrenzung und Entscheidung*, compilado por Ulrich Beck y Christoph Lau. Frankfurt/M: Suhrkamp, 2004.
- BECK, Ulrich, y Elizabeth Beck-Gernsheim. *Das ganz normale Chaos der Liebe*. Frankfurt/M: Suhrkamp, 1990.
- BURKART, Günther. *Liebesphasen–Lebensphasen. Vom Paar zur Ehe zum Single und zurück?* Opladen: Leske + Budrich, 1997.
- _____. "Auf dem Weg zu einer Soziologie der Liebe". En *Liebe am Ende des 20. Jahrhunderts*, compilado por Kornelia Hahn y Günter Burkart. Opladen: Leske + Budrich, 1998.
- COSTA, Jurandir Freire. "Utopia sexual, utopia amorosa". En *Utopia e mal-estar na cultura. Perspectivas psicanalíticas*, compilado por Irene Cardoso y Paulo Silveira. São Paulo: Hucitec, 1997.
- COSTA, Sérgio. *Dois Atlânticos*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.
- DE MUNCK, Victor D., comp. *Romantic Love and Sexual Behavior. Perspectives from the Social Sciences*. Westport: Praeger, 1998.
- DUX, Günther. "Liebe". En *Vom Menschen. Handbuch Historische Anthropologie*, compilado por Christoph Wulf. Weinheim & Basileia: Beltz, 1997.
- ECO, Umberto. *Nachschrift zum Name der Rose*. Munich: Carl Hanser, 1984 [1983].
- ELIAS, Norbert. *Die höfische Gesellschaft. Untersuchungen zur Soziologie des Königtums und der höfischen Aristokratie*. Frankfurt/M: Suhrkamp, 2002 [1969].
- FEATHERSTONE, Mike. "Love and Eroticism: An Introduction". *Theory, Culture and Society* 3-4, vol 15 (1998).
- FLAM, Helena. *Soziologie der Emotionen*. Konstanz: UVK, 2002.

- FROMM, Erich. *Die Kunst der Liebe*, 60ª. ed. Stuttgart: Ullstein, 2003 [1956].
- FUCHS, Peter. *Liebe, Sex und solche Sachen. Zur Konstruktion moderner Intimsysteme*. Konstanz: UVK, 1999.
- GERHARDS, Jürgen. *Soziologie der Emotionen. Fragestellungen, Systematik, Perspektiven*. Munich: Juventa, 1988.
- _____, y Bernd Schmidt. *Intime Kommunikation. Eine empirische Studie über Wege der Annäherung und Hindernisse für "safer sex"*. Baden Baden: Nomos, 1992.
- HABERMAS, Jürgen. *Der philosophische Diskurs der Moderne. Zwölf Vorlesungen*. Frankfurt/M: Suhrkamp, 1985.
- HATFIELD, Elaine, y R. Rapson. *Love and Sex. Cross-Cultural Perspectives*. Massachusetts: Allyn & Bacon, 1996.
- HEILBORN, Maria Luiza. *Dois é Par*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
- HONNETH, Axel. "Vorwort". En *Der Konsum der Romantik*, autoría de Eva Illouz. Frankfurt/M: Campus, 2003.
- _____. "Stichwort: Liebe und Kapitalismus". *WestEnd* 1, vol. 2 (2005).
- ILLOUZ, Eva. *Consuming the Romantic Utopia*. Berkeley: University of California, 1997.
- _____. "The Lost Innocence of Love: Romance a Postmodern Condition". *Theory, Culture and Society* 3-4, vol. 15 (1998).
- _____. "Vermarktung der Liebe. Bedeutungswandel der Liebe im Kapitalismus". *WestEnd* 1, vol. 2 (2005).
- JOSEPHSON, Jyl. "Citizenship, Same-Sex Marriage, and Feminist Critique on Marriage". *Perspectives on Politics* 1, vol. 3 (2005).
- LEIS, Héctor, y Sérgio Costa. "Durmiendo con una desconocida: la teoría social contemporánea visita la intimidad". *La Colmena* 37 (2003).
- LENZ, Karl. "Romantische Liebe. Ende eines Beziehungsideals?" En *Liebe am Ende des 20. Jahrhunderts*, compilado por Kornelia Hahn y Günter Burkart. Opladen: Leske + Budrich, 1998.
- LINDHOLM, Charles. "Love and Structure". *Theory, Culture and Society* 3-4, vol. 15 (1998).

- LUHMANN, Niklas. *Liebe als Passion. Zur Codierung von Intimität*. Frankfurt/M: Suhrkamp, 1994 [1982].
- MARCUSE, Herbert. *Eros and Civilization. A Philosophical Inquiry into Freud*. Boston: Beacon Press, 1966 [1955].
- NORD, Ilona. *Individualität, Geschlechterverhältnisse und Liebe*. Gütersloh: Kaiser, 2001.
- PAZ, Octavio. *La llama doble*, 7ª. ed. Barcelona: Editorial Seix Barral, 2004 [1993].
- PORTO, Leopoldo Pires. *Da intoxicação pelo amor*, 4ª. ed. Pelotas: Echenique, 1923 [1908].
- REBHUN, L. A. *The Heart is Unknown Country. Love in the Changing Economy of Northeast Brazil*. Stanford: Stanford University Press, 1999.
- SCHULDt, Christian. *Der Code des Herzens*. Frankfurt/M: Eichborn, 2005.
- SIMMEL, Georg. *Schriften zur Philosophie und Soziologie der Geschlechter*. Berlín: Wagenbach, 1983 [1911].
- VANDENBERGHE, Frédéric. "Knowing What We Love. Notes Towards a Historical Epistemology of Love". Caxambu: Encontro Anual da ANPOCS, 2005.
- WEBER, Max. *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*, vol. 1. Tübingen: Mohr, 1972 [1917].

Traducción de Carlos Gadea

Recibido: 29 de noviembre de 2005

Aceptado: 1 de agosto de 2006