

RELACIONES SENTIMENTALES EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO

Carla Muñoz Corral

Hoy en día encontramos el más amplio abanico de relaciones sentimentales que jamás haya existido. La universalización de la información, y sobre todo, el mundo global consumista en el que vivimos caracteriza una nueva dimensión a la hora de establecer nuestros patrones de vida.

Acercándonos un poco más al concepto de relación sentimental en sí, nos valdremos de datos recogidos por una encuesta realizada por el Departamento de Psicología Social de la Universidad Complutense de Madrid. *Actitudes y conductas interpersonales de los españoles en el plano afectivo*, en el que ante la pregunta ¿Qué entiende por, o qué es para Vd. Una relación amorosa? La respuesta más socorrida resultó ser: una relación estable (seria y/o duradera) entre dos personas que se quieren y mantienen relaciones sexuales, seguida por: una relación estable (seria y/o duradera) entre dos personas que se quieren, aunque no mantengan relaciones sexuales, y en tercer lugar: una relación corta o esporádica entre dos personas que se sienten atraídas y tienen relaciones sexuales.

El gran abanico de posibilidades interpersonales es inabarcable, de modo que hablaremos de tendencias tales como la de enfocar la relación sentimental como un objeto más de consumo, fugaz y sin trascendencia.

Vayamos por partes. La característica más diferencial de este momento es la *sociedad de consumo*, tan criticada por unos y venerada por otros, en la que el estilo de vida del ciudadano es, como dice el documental: “comprar-tirar-comprar”. Los productos consumibles se han convertido en objetos de deseo sean necesarios o no. Hemos pasado rápidamente de una época en la que la necesidad imperiosa era ahorrar, y en la que en el caso de comprar productos, estos debían ser de una longevidad que justificara el sacrificio que supone su compra, a una época en la que el despilfarro está a la orden del día.

Los productos eran diseñados para durar y ofrecer muy buenos servicios, pero ese patrón ya no es válido a día de hoy.

El capitalismo imperante requiere una sociedad que consuma sin fin, que consuma sin necesidad, pero ¿Cómo se consigue que una civilización entera consuma productos que al fin y al cabo no necesita? Creando falsas necesidades, creando la falsa idea de que el consumo supone la felicidad. Falsa, hasta que dicha civilización se cree esa idea, y pasa a *convertirse* en una realidad. Incluso aquellos que viven en sociedades alejadas del primer mundo, viven alienados en esta necesidad de consumir elementos que no necesitan, y que no se pueden permitir, acosados por el estatus que supone la posesión de dichos elementos.

Esta necesidad de consumo se extiende a todos los niveles de la vida del ciudadano, incluido el nivel que ocupa este estudio, las relaciones sentimentales. Consumimos personas al mismo nivel que consumimos objetos.

Las nuevas generaciones fácilmente nos contarán como han pasado un mes con esta o aquella persona y rápidamente han sentido aburrimiento, no se han sentido “plenamente satisfechos”, o han considerado a su compañero “defectuoso”, ante lo que han decidido cambiar a esa pareja por otra nueva, asunto nada complicado dado el gran mercado disponible, y las facilidades de adquisición que nos ofrecen las

numerosas aplicaciones y empresas dedicadas a este fin. El deseo de consumir asume el control de nuestras acciones, es decir, las relaciones son inversiones como cualquier otra.

La sociedad que definimos, escoge la cantidad frente a la calidad, tanto en productos consumibles varios (coches, ropa, teléfonos móviles) como en cuanto a relaciones. Las ciudades están cuajadas de pintadas en sus paredes en las que se puede leer “Fulanito y Menganita juntos para siempre” así como en las redes sociales, es fácil encontrar declaraciones como “estaremos juntos para siempre” “Te amo”. Pues bien, ya a nadie le sorprende encontrar tachadas esas pintadas, o rectificadas esas declaraciones públicas de amor a las pocas semanas de su emisión.

El compromiso es resultado de otras cosas: del grado de satisfacción que nos provoca la relación, de si vemos para ella una alternativa viable, y de si la posibilidad de abandonarla nos causará la pérdida de alguna inversión importante (tiempo, dinero, propiedades compartidas, hijos)” Adrienne Burgess, Will you still love me tomorrow, Chicago, Vermilion, 2001.

Ante esta situación, las relaciones se viven al día a día, nada es seguro, nada nos garantiza una permanencia en este “negocio” que supone la relación sentimental. Cuando uno de los miembros considere que el otro no le aporta tanto como podría esperar, o vislumbre a su alcance otro compañero que sospeche, pueda resultarle de más provecho, abandonará rápidamente a su pareja del momento en busca de prados más verdes.

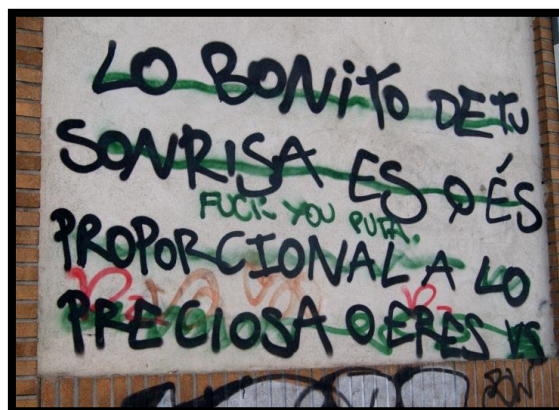


Ilustración 1: Pintada encontrada en las calles de Madrid

Por esto, cada vez se invierte menos en estas relaciones, nada de sentimientos profundos que puedan ser heridos, nada de implicación profunda, las relaciones deben ser fáciles de poner y quitar, como si fueran una prenda cotidiana, de modo que ninguno de los contrayentes sufra verdadero daño ante el previsible fin de la misma. Asimismo, apenas es deseable el tipo de relación que ha de durar, pues la moderna concepción de vida ve opresión en los compromisos duraderos. Los vínculos durables despiertan la sospecha de una dependencia paralizante