



**El amor en tiempos del capitalismo: entre la lógica del consumo y la elección inconsciente  
del objeto de amor**

**Love in the time of capitalism: between the logic of consumption and the unconscious  
choice of the love object**

Jonathan Stiven Garcia Herrera

Trabajo de grado de maestría presentado para optar al título de Magister en Psicología y Salud  
Mental

Asesor

Samir Ahmed Dasuky Quiceno Doctor en Filosofía

Universidad Pontificia Bolivariana  
Escuela de Ciencias Sociales  
Maestría en Psicología y Salud Mental  
Medellín, Antioquia, Colombia

2026

## Resumen

La presente investigación analiza la distinción estructural entre la elección del objeto de amor y la elección de un objeto de consumo dentro del discurso capitalista, integrando las determinaciones inconscientes propuestas por el psicoanálisis. El estudio se desarrolla bajo un enfoque cualitativo documental mediante un análisis hermenéutico de textos fundamentales de la sociología, la filosofía contemporánea y el psicoanálisis de Freud y Lacan.

En la primera parte, se examina cómo la lógica del hiperconsumo ha transformado los vínculos afectivos en mercancías sujetas a la obsolescencia y la gratificación inmediata, basándose en conceptos como el amor líquido de Bauman y el capitalismo emocional de Illouz.

Posteriormente, se profundiza en el discurso capitalista formulado por Jacques Lacan, enfatizando su rechazo a la castración y su consecuente incapacidad para generar un lazo social auténtico. Esta tesis articula la teoría lacaniana sobre la falta y el objeto *a* con los desarrollos freudianos acerca de la elección inconsciente de objeto, elegida por la repetición y las fijaciones infantiles.

Se concluye que la elección amorosa no constituye un acto de libertad, sino una respuesta sintomática ante la inexistencia de la relación sexual, configurada como una elección repetitiva que trasciende la lógica del mercado. Finalmente, la investigación destaca su relevancia para la salud mental al ofrecer elementos teóricos para diferenciar la angustia estructural del deseo frente al malestar contemporáneo como ansiedad, vacío subjetivo y agotamiento el cual es derivado de la mercantilización de los vínculos y la cultura del rendimiento.

***Palabras Clave:*** Capitalismo, objeto de consumo, elección inconsciente, amor, psicoanálisis.

## **Abstract:**

This research analyzes the structural distinction between the choice of a love object and the choice of a consumer object within capitalist discourse, integrating the unconscious determinations proposed by psychoanalysis. The study is conducted through a qualitative-documentary approach, employing a hermeneutic analysis of fundamental texts from sociology, contemporary philosophy, and psychoanalysis—specifically the works of Freud and Lacan.

The first section examines how the logic of hyper-consumption has transformed affective bonds into commodities subject to obsolescence and immediate gratification, drawing on concepts such as "liquid love" and "emotional capitalism." Subsequently, the study delves into Jacques Lacan's capitalist discourse, emphasizing its rejection of castration and its consequent inability to establish an authentic social bond. This thesis articulates Lacanian theory regarding lack and the objet petit a with Freudian developments on the unconscious choice of an object, which is marked by repetition and childhood fixations.

It concludes that the choice of a love object is not an act of mercantile freedom, but rather a symptomatic response to the non-existence of the sexual relationship, taking the form of a repetitive choice that transcends market logic. Finally, the research highlights its relevance to mental health by providing theoretical elements to differentiate the structural anxiety of desire from contemporary malaise—such as anxiety, subjective emptiness, and exhaustion—stemming from the commodification of bonds and the culture of performance.

**Keywords:** Capitalism, consumer goods, unconscious choice, love, psychoanalysis

## Introducción

En el mundo contemporáneo bajo el discurso del capitalismo, las relaciones humanas, incluida la afectividad y el amor se han transformado en una lógica de consumo y de mercantilización. En este contexto las personas buscan satisfacer sus deseos de amor y pertenencia a través de objetos y experiencias de consumo, desplazando la búsqueda del amor en la obtención de gratificación inmediata (Bauman, 2005). Como consecuencia, la esfera íntima y afectiva ha experimentado una modificación progresiva dictada por la lógica del consumo, lo cual ha desdibujado las fronteras que tradicionalmente separaban la economía de la vida emocional.

Este fenómeno no es un hecho aislado, sino que responde a una mutación estructural del sistema capitalista que ha impactado la subjetividad contemporánea. Lipovetsky (2007) afirma que la sociedad actual se caracteriza por la vida en el hiperconsumo, donde el deseo del individuo ya no busca la mera posesión de bienes materiales, sino la adquisición constante de experiencias que prometen confort y satisfacción inmediata. En esta búsqueda de experiencias, el amor corre el riesgo de dejar de ser un vínculo sólido y duradero para convertirse en una experiencia de consumo más, quedando sujeto a la obsolescencia programada. Bauman (2005) conceptualiza este fenómeno como amor líquido, cualidad que permea los lazos sociales y el amor de pareja evidenciando la fragilidad y la transitoriedad de los vínculos, vividos cada vez más como experiencias efímeras destinadas a ser consumidas y agotadas con rapidez.

En coherencia con esta lógica, el individuo contemporáneo vive bajo el temor a establecer relaciones que puedan limitar su libertad, percibiendo el compromiso a largo plazo como una amenaza o un horror del encierro. En consecuencia, los vínculos se gestionan con una cautela especulativa similar a la de un inversor financiero: se mantienen mientras otorgan gratificación y

se liquidan ante la aparición de costos emocionales reforzando así una lógica de consumo y descarte en la experiencia amorosa (Bauman, 2005).

En continuidad de la gestión de los vínculos, Illouz (2007) conceptualiza el fenómeno del capitalismo emocional para dar cuenta de una cultura donde las emociones dejan de ser vivencias subjetivas y se transforman en objetos de cálculo y gestión, donde la competencia emocional se vuelve una herramienta para maximizar el capital social. Esta racionalización se ha materializado tecnológicamente a través de algoritmos, como expone Duportail (2019), donde las plataformas de citas transforman al sujeto en una mercancía dentro de un mercado de la transacción íntima, promoviendo una falsa libertad de elección que en realidad oculta jerarquías de deseabilidad y mecanismos de clasificación invisibles.

En la misma línea crítica sobre la racionalización y mercantilización de la vida afectiva, Byung-Chul Han (2014) advierte que el exceso de visibilidad y oferta ilimitada propio de la contemporaneidad conduce a lo que denomina la agonía del Eros. Según el autor, esta dinámica erosiona la asimetría, la distancia y el misterio que constituyen condiciones fundamentales del deseo erótico, sustituyendo la relación con el otro por una lógica de validación narcisista de lo igual. En este sentido, sostiene que el amor contemporáneo tiende a perecer no solo por la multiplicación de opciones, sino por la coacción de lo óptimo y la ilusión de una libertad de elección ilimitada que, “imposibilita el encuentro amoroso en un mundo saturado de posibilidades” (p. 9).

De manera complementaria, profundiza este diagnóstico al señalar que el capitalismo ha vaciado al amor de su profundidad y de su dimensión pasional, sustituyéndolas por relaciones utilitarias orientadas a la productividad y al rendimiento emocional. En este marco, el deseo se ve progresivamente alienado bajo la lógica capitalista, lo que produce una desconexión afectiva

que obstaculiza la construcción de una intimidad profunda y auténtica. Esta alienación no solo transforma la forma en que los sujetos se vinculan, sino que también refuerza una insatisfacción que se manifiesta como rasgo característico de las relaciones amorosas contemporáneas.

Sin embargo, desde el psicoanálisis, particularmente en la obra de Sigmund Freud y Jacques Lacan, el amor no puede comprenderse únicamente como un efecto de las dinámicas sociales de la época, es decir, del discurso del capitalismo. Si bien este discurso incide en la forma en que los vínculos se configuran en la contemporaneidad, la elección del objeto de amor se encuentra atravesada por determinaciones inconscientes que exceden dicha lógica y se inscriben más allá del orden discursivo dominante.

Frente a la promesa capitalista de satisfacción plena y completud, Lacan (1972) introduce el discurso capitalista como una estructura que rechaza la castración y promueve un circuito de consumo ilimitado. En tanto este discurso empuja al sujeto a colmar la falta mediante la acumulación de objetos, no logra producir un lazo social y refuerza la ilusión de que la falta puede ser eliminada. Sin embargo, desde la perspectiva lacaniana, el deseo no se organiza en torno a la satisfacción, sino alrededor de la falta estructural que constituye al sujeto.

En este sentido, el amor se encuentra intrínsecamente articulado al deseo y a la búsqueda del objeto *a*, entendido como la causa del deseo: un objeto que siempre se escapa y es fantaseado como aquello que podría colmar la falta. Lacan (1970) sostiene que amar es dar lo que no se tiene, lo cual subraya que el amor no apunta a la completud, sino que se funda en el reconocimiento de la carencia estructural del sujeto. De este modo, el amor está inevitablemente destinado a no satisfacer plenamente, pues se inscribe en la lógica del deseo inconsciente, cuyo motor no es la posesión del objeto, sino la persistencia de la falta que lo estructura.

Desde esta perspectiva, la elección amorosa no puede entenderse como el resultado de una decisión consciente, sino como un proceso determinado por la historia inconsciente del sujeto. En este punto, los aportes de Sigmund Freud permiten precisar cómo dicha elección se encuentra anclada en experiencias infantiles y en la repetición de configuraciones libidinales tempranas que organizan la vida afectiva. En su texto *Sobre un tipo particular de elección de objeto en el hombre* (1910), Freud sostiene que el sujeto busca en el otro rasgos que remiten a figuras parentales significativas, lo que pone de manifiesto que el amor se articula con las huellas mnémicas y los vínculos primarios que estructuran la vida psíquica.

En consonancia con ello, Freud (1914) subraya que la elección del objeto amoroso no es libre, sino que responde a una forma establecida por el desarrollo infantil y por las fijaciones pulsionales. De este modo, el encuentro amoroso se configura como una repetición inconsciente más que como una elección autónoma, inscribiendo al sujeto en una lógica de retorno de lo reprimido que da forma tanto al deseo como a los modos de satisfacción en la relación con el Otro.

De este recorrido teórico se desprende una tensión central que atraviesa la experiencia amorosa en la contemporaneidad: mientras el discurso del capitalismo impone un ideal de rendimiento, inmediatez y satisfacción optimizada, el deseo inconsciente tal como lo conceptualiza el psicoanálisis, se estructura en torno a la falta y a la imposibilidad de completud. Esta disyunción entre ambas lógicas introduce una contradicción fundamental que orienta la presente investigación y da lugar a la siguiente pregunta: ¿cuál es la diferencia entre la elección del objeto de amor para un sujeto y la elección de un objeto de consumo en el discurso capitalista?

En correspondencia con esta pregunta, el objetivo del estudio es analizar cómo las determinaciones inconscientes intervienen en la diferenciación entre el objeto de amor y el objeto de consumo en el marco del discurso capitalista. Para ello, se examinará de qué manera las lógicas del mercado inciden en la configuración del deseo y en la elección del objeto amoroso, así como en la forma en que los vínculos afectivos son modelados por dinámicas de consumo, inmediatez y rendimiento. Del mismo modo, se indagarán las implicaciones subjetivas de esta transformación, particularmente en relación con la construcción del lazo social y la experiencia del amor en la contemporaneidad.

En coherencia con el problema de investigación y los desarrollos teóricos previamente expuestos, la presente investigación se inscribe en un enfoque cualitativo de carácter documental y teórico. La estrategia metodológica se fundamenta en la revisión bibliográfica crítica y el análisis hermenéutico de textos fundamentales de la sociología y la filosofía contemporánea, principalmente de Eva Illouz, Byung-Chul Han, Gilles Lipovetsky y Zygmunt Bauman; en articulación con los aportes del psicoanálisis de Sigmund Freud y Jacques Lacan. Este abordaje permite analizar el amor no solo como un fenómeno histórico y socialmente determinado, sino también como una experiencia atravesada por la lógica del deseo inconsciente.

A partir de este marco metodológico, el trabajo se estructura en dos capítulos principales: El primer capítulo, titulado “El amor en la contemporaneidad como efecto de la lógica del consumo”, desarrolla una conceptualización sociológica y filosófica de las transformaciones del vínculo amoroso en el contexto del capitalismo contemporáneo. En él se analiza cómo la lógica del hiperconsumo, la racionalización de las emociones y la mercantilización de la vida afectiva impactan la concepción del amor, convirtiéndolo en un objeto de consumo y modificando profundamente las dinámicas vinculares y el lazo social.

El segundo capítulo, titulado “Más allá del amor en el discurso del capitalismo: la elección inconsciente del amor”, se adentra en la perspectiva psicoanalítica para examinar los límites del discurso capitalista en la explicación de la elección amorosa. Desde los desarrollos de Freud y Lacan, se explora cómo la elección del objeto de amor se encuentra determinada por experiencias infantiles, fijaciones pulsionales y modalidades de goce que exceden la lógica del mercado. En particular, se analiza el discurso capitalista formulado por Lacan, la incidencia del narcisismo en los vínculos amorosos y la tesis de que amar implica “dar lo que no se tiene”, entendiendo el amor como una experiencia estructurada por la falta y por la división subjetiva, con una función central en la constitución del sujeto.

Finalmente, la relevancia de este estudio para el campo de la salud mental resulta central, en la medida en que la colisión entre la lógica del hiperconsumo y la necesidad estructural de vínculo está produciendo modalidades específicas de sufrimiento subjetivo en la contemporaneidad. La exigencia de rendimiento, autoexplotación y optimización permanente, junto con la mercantilización de los lazos afectivos, favorece la emergencia de experiencias de ansiedad, vacío subjetivo y depresión por agotamiento, configurando lo que Lipovetsky (2007) denomina una felicidad paradójica que promete satisfacción, pero que no logra responder a la lógica del deseo.

En este contexto, diferenciar entre el consumo de objetos y la elección inconsciente del objeto de amor se vuelve clínicamente relevante, en tanto permite distinguir la angustia estructural ligada a la falta que es constitutiva del sujeto, del sufrimiento sobreañadido producido por un discurso cultural que rechaza la alteridad y niega los límites. De este modo, la investigación busca aportar herramientas teóricas que posibiliten, tanto para el clínico como para el sujeto, una lectura más precisa del malestar contemporáneo y la recuperación de la dimensión

del encuentro con el Otro como condición para un lazo amoroso no reducido a la lógica del consumo.

### **El amor en la contemporaneidad como efecto de la lógica del consumo**

En la contemporaneidad, la esfera íntima y afectiva ha sido progresivamente modificada por la lógica del consumo, desdibujando las fronteras entre la economía y la vida emocional, este fenómeno no es meramente circunstancial, sino que responde a un cambio estructural del capitalismo que ha transformado la subjetividad del sujeto moderno. Como argumenta Lipovetsky (2007), hemos transitado hacia una fase de hiperconsumo que funciona como una civilización del deseo, donde el individuo ya no busca únicamente la posesión funcional de bienes tangibles, sino la adquisición constante de experiencias, sensaciones y un confort inmediato, dando así muestra de que la necesidad ya no es solamente el motivo de consumo, si no la búsqueda de satisfacción del deseo; por lo cual se orienta la economía hacia el mercado y el consumidor, reemplazando a la empresa que se centraba en el producto.

Según Lipovetsky (2007) en su texto *La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*, esta nueva economía de la experiencia ha desplazado el eje desde la producción hacia una ingeniería de la demanda perpetua, generando un turboconsumidor desatado, móvil y flexible, liberado de las antiguas culturas de clase, pero subordinado al imperativo de la renovación constante. Bajo esta lógica, el amor deja de ser un destino o una construcción biográfica a largo plazo para convertirse en una experiencia de consumo más, sujeta a la obsolescencia programada y a la renovación constante. Se configura así una felicidad paradójica, la cual es un estado de bienestar que, aunque promete plenitud, convive

estructuralmente con crecientes niveles de ansiedad e insatisfacción debido a la desmesura de una oferta que nunca logra saciar el deseo.

Esta mentalidad consumista, al permear la vida afectiva, entra en conflicto con la concepción tradicional del compromiso, dando lugar a lo que Bauman (2005) denomina como amor líquido. En esta configuración el sujeto contemporáneo vive bajo el temor constante a quedar fijado a relaciones que limiten su libertad de movimiento futuro, percibiendo el compromiso a largo plazo no como una seguridad de promesa, sino como una amenaza o un horror del encierro. En consecuencia, el sujeto gestiona sus relaciones bajo una lógica de cautela especulativa, tal como un inversor gestiona su cartera de acciones: se mantiene mientras son rentables y proporcionan gratificación, pero se liquidan rápidamente en cuanto aparecen los costos emocionales o disminuyen los beneficios. Bajo esta lógica se mantienen las famosas relaciones abiertas, que funcionan como estructuras de espera ante la expectativa de una mejor opción, postergando indefinidamente la responsabilidad subjetiva del compromiso.

Por ello Bauman en su texto *amor líquido* (2005) afirma:

Y lo mismo ocurre en una cultura de consumo como la nuestra, partidaria de los productos listos para uso inmediato, las soluciones rápidas, la satisfacción instantánea, los resultados que no requieran esfuerzos prolongados, las recetas infalibles, los seguros contra todo riesgo y las garantías de devolución del dinero (...) Seduce y atrae con su ostentación de esas características porque supone deseo sin espera, esfuerzo sin sudor y resultados sin esfuerzo (p. 10).

La durabilidad del vínculo antes considerada como una virtud, ahora se percibe como un riesgo financiero y un alto costo emocional. Bauman (2005) en su texto *amor líquido* sugiere que

esta inseguridad sistémica fomenta la sustitución de relaciones profundas, que requieren negociación, tiempo y esfuerzo por meras conexiones virtuales. Estas conexiones son de fácil acceso y salida, permitiendo al individuo experimentar la sensación de compañía sin las obligaciones del compromiso, es así como se privilegian las "relaciones de bolsillo" (p.3). Estos vínculos que pueden guardarse o sacarse según la necesidad momentánea, donde la facilidad para oprimir la tecla "delete" (p.5) se convierte en la característica más valorada de la interacción social, instaurando una cultura del descarte donde el otro es consumido y desechado una vez satisfecha la necesidad puntual. Esta dinámica ha transformado el vínculo en un proyecto precario donde la habilidad para romper y desconectarse se vuelve más valiosa que la capacidad de construir lazos duraderos.

Estas transformaciones de las relaciones responden a una dinámica capitalista donde la obsolescencia subjetiva se convierte en el diseño estratégico del mercado. Del mismo modo en que mercancías como celulares, vehículos o computadores son sustituidos cíclicamente por versiones mejoradas sin innovaciones funcionales significativas, así mismo el consumo ha colonizado la vida afectiva. Un claro ejemplo es el iPhone, puesto que la espera anual por un nuevo modelo, motivado por la mera percepción de novedad, hace que este sea cambiado, por lo cual esto mismo se transpone al ámbito de las relaciones. Así el sujeto contemporáneo vive en una expectativa permanente, ya que sin importar en la relación que se esté, siempre estamos a la espera de que llegue el próximo modelo con la promesa de ser mejor (Bauman, 2005).

La preferencia por estos vínculos efímeros no es solo un síntoma de inestabilidad social o miedo al compromiso, sino el resultado de la transformación de las emociones en objetos racionalizados y mercantilizados que Illouz (2007) define como "capitalismo emocional"(p.227), puesto que afirma que las emociones son un elemento psicológico permeado por lo cultural y

social de la época, que al ser representados en la medida que nos relacionamos, define la manera en la cual nos lleva a la acción, a hoy supedita de la capacidad de contabilizar los vínculos.

Illouz (2007) en su libro *Intimidades congeladas: Las emociones en el capitalismo*, señala que en la cultura del capitalismo emocional, las prácticas económicas y emocionales se configuran mutuamente, de modo que los afectos han dejado de ser impulsos irracionales o misteriosos para convertirse en objetos de cálculo, evaluación y gestión. La modernidad obliga al individuo a optimizar sus afectos en función de la acumulación de capital social, introduciendo una lógica de costo-beneficio en los vínculos íntimos, donde la conmensuración permite transformar lo subjetivo en datos evaluables. Al convertir las emociones en bienes intercambiables, la búsqueda del otro se convierte en una negociación de activos. Así el dominio del lenguaje psicológico y las técnicas de gestión emocional emergen como una nueva forma de estratificación social, otorgando ventajas competitivas a quienes logran convertir su vida interior en un activo eficiente dentro del mercado del deseo.

Lo que Bauman e Illouz describieron a nivel sociológico se ha materializado y automatizado a través de la infraestructura tecnológica, ya que las aplicaciones de citas no son meros canales neutros de comunicación, sino la operacionalización algorítmica del capitalismo emocional. En su investigación *El algoritmo del amor*, Duportail (2019) desvela cómo plataformas como Tinder funcionan literalmente como un mercado desregulado que exagera la competencia. La autora evidencia la existencia de mecanismos como la "puntuación Elo" (p.15), un sistema de clasificación oculto que asignaba un valor numérico a cada usuario basándose en su deseabilidad, creando una jerarquía invisible que determina quién puede ver a quién. Esta puntuación de deseabilidad transforma al sujeto en una mercancía exhibida en un mercado de la

transacción íntima, donde la fotografía y la descripción del perfil funcionan como el empaque publicitario del producto humano.

Lejos de ser herramientas neutras, Duportail (2019) En su investigación demuestra, a través del análisis de las patentes de la aplicación, que estos algoritmos promueven modelos tradicionales y patriarcales de emparejamiento favoreciendo, por ejemplo, a hombres mayores con mujeres jóvenes o diferencias de ingresos, bajo una falsa apariencia de libertad de elección infinita. La tecnología digital exige una textualización de la subjetividad, donde el individuo debe autopromocionarse mediante una estrategia de venta.

Se añade que esta aplicación generaba en los usuarios una sensación de gratificación al recibir reconocimiento de deseabilidad por parte del género opuesto. Tal como lo experimentó la autora, en su libro Duportail confeso que un simple match en Tinder producía un aumento en su autoestima, pues al sentirse deseada por varios hombres, su percepción corporal se transformaba, otorgándole mayor seguridad en sí misma. Este efecto, no obstante, surgía a partir de su exposición como mercancía, presentada para ser evaluada dentro de la aplicación (Duportail, 2019).

En consecuencia, la lógica de consumo termina por destruir la esencia misma de la experiencia erótica y de la alteridad, pues al someter el amor a la lógica del hiperconsumo, la eficiencia algorítmica y el cálculo racional, se erosiona la posibilidad de un encuentro genuino con el Otro. Han (2014), en su obra *La agonía del Eros*, sostiene que el amor auténtico exige la asimetría de una entrega hacia alguien que no puede ser completamente comprendido, poseído ni consumido. Sin embargo, el imperativo del consumo impone lo que Han denomina la “erosión del Otro” (p.9), como la pérdida de la otredad en favor de lo igual. En este escenario, el otro deja de ser un enigma para convertirse en un objeto de consumo, lo que deriva en una subjetividad

narcisista donde el individuo solo busca confirmarse a sí mismo. En la era digital, este narcisismo sistémico disuelve el vínculo auténtico, transformando el Eros en una mera variante del rendimiento y la satisfacción personal.

Bajo esta premisa, Han (2014) sostiene que el Eros permite una experiencia auténtica del Otro en su alteridad radical, pues el Eros no se agota en el impulso sexual, sino que se constituye como una fuerza trascendental que busca la unión con el Otro más allá de la presencia física. No obstante, la lógica del consumo tiende a anular la negatividad la cual es entendida como la resistencia, el misterio y aquello que no podemos controlar del otro para sustituirla por la positividad de lo igual. En este contexto, la positividad representa la eliminación de todo conflicto y alteridad, ya que, el otro es reducido a un objeto de consumo, diseñado para encajar en nuestros deseos sin cuestionarlos. Por el contrario, la negatividad es la distancia necesaria que hace que el otro sea único. Sin embargo desde la positividad, el narcisismo exacerbado y la ilusión de una libertad de elección ilimitada transforman al ser amado en un producto intercambiable.

Por ello el autor afirma:

El amor se positiva hoy como sexualidad, que está sometida, a su vez, al dictado del rendimiento. El sexo es rendimiento. Y la sensualidad es un capital que hay que aumentar. El cuerpo, con su valor de exposición, equivale a una mercancía. El otro es sexualizado como objeto excitante. No se puede amar al otro despojado de su alteridad, solo se puede consumir. (Han, 2014, p.23).

Es por esa misma ilimitada libertad de elección que Illouz (2007) supone que esto trae la racionalización del deseo, ya que este no está determinado por el inconsciente, sino por una

elección consiente, donde por la misma lógica de consumo se puede formular parámetros racionales del hombre o mujer perfecta, que se acopla a lo que se desea del otro, dejando allí más que una elección de amor, a una compra de gustos a satisfacer, dando validación narcisista de su propio ego, lo cual se evidencia en aplicaciones como Tinder, donde el usuario no busca verdaderamente al Otro en su complejidad y misterio, si no validación narcisista. Duportail (2019) confirma esta idea al señalar que, para muchas usuarias, la aplicación funciona principalmente como una herramienta para mejorar su autoestima, donde un match actúa como una dosis de dopamina que alivia momentáneamente el vacío existencial y aumenta la posición narcisista.

La subjetividad contemporánea producto del discurso del capitalismo ha sido nombrada por Soler (2004) “narcinismo” (p.68), que se caracteriza por la unión entre el narciso, el que solo piensa en sí mismo, y el cínico, que solo busca su propio goce. Este narcinismo es el modelo del individualismo actual, “de competición salvaje que deshace los lazos sociales” (Soler, 2010, p. 20), donde el sujeto se dedica a la promoción de sí mismo, de su goce, de su imagen y de sus identificaciones.

Se produce, de este modo, un círculo que define la experiencia afectiva contemporánea: el individuo, inmerso en la libertad ilimitada del hiperconsumo, busca la conexión a través de algoritmos diseñados para perpetuar la demanda y el consumo continuo, no para consolidar vínculos duraderos. El sujeto invierte en su capital emocional y estético para competir en un mercado digital que, por su propia naturaleza, convierte a las personas en bienes fungibles, comparables y desechables.

El resultado no es la plenitud romántica prometida por el mercado, sino una dialéctica de agotamiento y vacío. En este escenario, la búsqueda del amor se confunde con la acumulación de

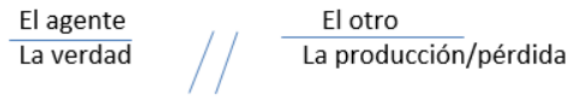
validación narcisista, donde el Otro es consumido hasta su agotamiento, dejando al sujeto paradójicamente más solo en medio de una multitud de conexiones potenciales. Esta dinámica confirma que la lógica del objeto de consumo es incompatible con la alteridad, pues mientras el primero busca la satisfacción inmediata, el segundo requiere la aceptación de una falta que el capitalismo intenta satisfacer.

### **Más allá del amor en el discurso del capitalismo: la elección inconsciente del amor**

Para dar continuidad de la lógica del mercado, se adentrará desde el psicoanálisis al concepto de discurso en Lacan para comprender la articulación social y subjetiva, sin embargo, es imperativo definir primero qué se entiende por discurso. A diferencia de las concepciones lingüísticas tradicionales que lo limitan al habla o al texto en contexto, Lacan eleva el discurso a una categoría estructural, dado que, estar inscrito en un discurso da la posibilidad al sujeto de dar sentido a la existencia. (Lacan, 1969/1992).

Lacan (1972) en su *conferencia en Milán*, precisa esta definición otorgándole una función política y social explícita, al afirmar que "un discurso [...] es lo que en el orden, en el ordenamiento de lo que se produce por la existencia del lenguaje, hace función de lazo social" (p. 12). Por lo tanto, el discurso es la matriz que regula las relaciones y determina las posiciones que los sujetos pueden ocupar dentro del lazo social, todo ello fundado en la existencia previa del lenguaje. La formalización de estos lazos sociales se realiza a través de un matema, introduciendo una estructura de cuatro lugares fijos y cuatro términos móviles cuya rotación produce las diferentes modalidades de lazo social. La estructura fija se compone del Agente, lugar del mando o semblante desde donde se inicia la acción; el Otro, lugar del trabajo al cual se

dirige el agente; la Verdad, que sostiene al agente, pero permanece velada o reprimida y la Producción, lugar del producto, residuo o pérdida que resulta de la operación discursiva. (Lacan, 1992).



Nota: Gerber, D. (1988). Los cuatro discursos y la educación: Centro de investigaciones y estudios psicoanalíticos (UNAM). p.165.

Figura 1. Los lugares del discurso

Los elementos que rotan por estos lugares son el Significante Amo (S1) como el significante que le da identidad al sujeto; el Saber (S2), entendido como la batería de significantes, el saber articulado, pero también se entiende como saber de goce; el Sujeto Barrado (\$), dividido por el lenguaje, también sujeto del inconsciente; y el Objeto (*a*), que representa el plus de gozar y el objeto causa de deseo.

Mediante un movimiento de cuarto de vuelta de los términos sobre los lugares fijos, Lacan deduce cuatro estructuras fundamentales; cada una de ellas con una forma de lazo social específico. El Discurso del Amo, inspirado en la dialéctica hegeliana, donde el S1, el amo, ocupa el lugar del agente poniendo a trabajar al esclavo en el lugar del saber. El Discurso de la Histórica, donde el sujeto dividido ocupa el lugar del agente interpelando al amo, al médico, para que produzca un saber sobre el cuerpo sufriente. El Discurso Universitario, en el que el maestro está en el lugar del saber, S2 y se dirige al alumno, en el lugar del otro como objeto (*a*); y finalmente, el Discurso del Analista, reverso del discurso del amo, donde el analista se hace causa del deseo en el lugar del agente para interpelar al sujeto en el lugar del analizante.

Sin embargo, en su conferencia en Milán, Lacan (1972) introduce una quinta estructura que no proviene de la rotación regular, sino de una inversión específica dentro del matema del Amo: el discurso capitalista.

$$\frac{\$}{S1} \quad // \quad \frac{S2}{a^2}$$

Nota: Soler, C. (2004). Declinaciones de la angustia. Bogotá: Alforá. p.66.

Figura 2. El discurso del capitalismo

Este se distingue por una modificación crucial explicada por Lacan como "una pequeñísima inversión entre el S1 y \$ barrado, que es el sujeto, eso basta para que eso marche sobre ruedas" (Lacan, 1972, p. 10). A diferencia de los otros discursos, caracterizados por la imposibilidad estructural, el discurso capitalista rechaza la castración y el límite al goce, que por estructura es imposible, como afirma Lacan (2009) "A lo que hay que atenerse es a que el goce está interdicto para quien habla como tal" (p. 781).

Lacan advierte que la naturaleza del discurso del capitalismo es insostenible, afirmando que es "lo más astuto que se ha hecho como discurso (...) pero añadiendo que está "consagrado a reventar" (Lacan, 1972, p. 10) debido a que funciona demasiado rápido, consumiéndose a sí mismo hasta el agotamiento. En este discurso capitalista, el sujeto tiene la ilusión de dirigirse autónomamente, es decir, él tiene la creencia que gobierna los objetos, que puede encontrar el goce pleno y que puede existir la relación sexual, encontrar el objeto  $a$ , sin embargo al encontrarse en la posición del agente, esta sostenido por la verdad - el capital -, esto quiere decir que el sujeto no actúa por su propio deseo, sino por el imperativo del mercado, en donde el capitalismo le promete al sujeto que todo es posible y que se puede satisfacer el goce con un sin

número de posibilidades, sin embargo el deseo solo vive de la falta : y el goce pleno por estructura está vedado.

Entonces el discurso capitalista crea siempre nuevos objetos, generando una producción incesante destinada a colmar esta ilusión - encontrar un objeto que colme el deseo y produzca un goce pleno - dejando al sujeto en un circuito cerrado con el objeto de consumo, es allí donde se marca la diferencia con los demás discursos, puesto que no se establece una relación con el otro, sino una relación circular con el objeto de consumo, y es por ello que el discurso capitalista fragmenta el lazo social. (Lacan, 1972).

Se hace evidente que el discurso de capitalismo ha afectado la concepción del amor y del lazo amoroso como se ha indicado anteriormente, pero también es cierto que en el lazo amoroso hay un más allá del discurso, es decir, que el discurso no determina plenamente la elección de objeto de amor, sino que esta elección tiene unos determinantes inconscientes, es por ello que la elección de una pareja lejos de ser un acto aleatorio o guiado exclusivamente por el libre albedrío, se revela en la teoría psicoanalítica como un proceso profundamente determinado por la historia libidinal del sujeto. De allí la expresión de Lacan (1992) de que la elección amorosa es una elección inconsciente, un encuentro “entre dos saberes inconscientes” (p. 174).

Freud afirma en su texto *Sobre la dinámica de la transferencia* (1912/1991) que la elección de objeto de amor es el resultado de los modelos inconscientes fijados en la infancia: “Todo ser humano, por efecto conjugado de sus disposiciones innatas y de los influjos que recibe en la infancia, adquiere una especificidad determinada para el ejercicio de su vida amorosa”(pág. 98), esto quiere decir que el sujeto cuenta con una condición necesaria que determina la elección amorosa como también el modo de satisfacción del sujeto en relación con la pareja elegida.

Para comprender esta elección inconsciente de amor, es imperativo remitirse a las bases freudianas. En el texto *Sobre un tipo particular de la elección de objeto en el hombre*, Freud (1910) afirma que en el hombre “todos los objetos de amor están destinados a ser principalmente unos subrogados de la madre” (p. 163), por ende el sujeto ubica al amor a una única mujer que amar, independiente de todas las mujeres que pasen por esa posición, es decir, que la condición de amor inconsciente se puede encontrar en varios objetos.

En su obra *Sobre la más generalizada degradación de la vida amorosa*, Freud (1912) analiza la separación que realiza el hombre de su moción tierna y sensual, lo que conduce al fenómeno de la impotencia psíquica. Mientras la corriente tierna, derivada de los primeros vínculos infantiles, es la más antigua; la sensual surge en la pubertad. Para que el amor sea pleno, ambas deben confluir sobre el mismo objeto, no obstante, la barrera del incesto y la frustración de la realidad a menudo impiden esta síntesis, en donde el resultado son hombres que "cuando aman no anhelan, y cuando anhelan no pueden amar" (p. 176). Bajo esta lógica el respeto por la mujer - heredera del imaginario de la mujer materna prohibida - inhibe la potencia viril; obligando al sujeto a buscar un objeto degradado, éticamente inferior, que no evoque la prohibición incestuosa (Freud, 1912).

Sin embargo, Freud (1910) en *Sobre un tipo particular de elección de objeto en el hombre* demuestra que en el inconsciente los opuestos coinciden. La degradación de la mujer a la categoría de objeto sexualmente accesible es la única vía que encuentra el sujeto para conciliar el anhelo incestuoso con la realidad (p. 164). Al enterarse el niño de la actividad sexual de los padres, surge una equiparación cínica entre la madre y la prostituta pues ambas "hacen lo mismo", lo que permite que las fantasías de la pubertad fijen la libido a objetos que, por su degradación, pueden ser deseados sin activar la angustia de castración vinculada al incesto

directo. Así, la elección de objeto se revela como una formación de compromiso: se busca a la madre, pero se la encuentra bajo la máscara de la mujer degradada para poder acceder al goce.

Freud (1914) en su obra *Introducción del narcisismo* establece una distinción entre dos modalidades de elección de objeto: la “anacrítica o de apuntalamiento” (p. 84). y la narcisista. Esta diferenciación no es meramente descriptiva, sino que señala la dirección económica de la energía psíquica. En el tipo anacrítico, la elección recae sobre las figuras que satisficieron las necesidades vitales tempranas como la mujer nutricia o el hombre protector, evidenciando cómo la pulsión sexual se apuntala inicialmente en las pulsiones de autoconservación antes de independizarse. Por otro lado, la elección narcisista revela un repliegue de la libido sobre el yo, donde el sujeto no busca al otro en su alteridad, “sino a sí mismo: lo que uno es, lo que uno fue, o lo que uno quisiera ser” (p. 87).

Esta estructura dual, sin embargo, se complica al observar la fenomenología clínica de la vida amorosa, particularmente en la neurosis. La observación de Freud (1910) en su texto *sobre un tipo particular de elección de objeto en el hombre* arroja luz sobre la rigidez de las condiciones eróticas que gobiernan el inconsciente, donde no se trata de preferencias estéticas, sino de condiciones de goce que, si no se cumplen, impiden el advenimiento de la pasión. La primera de estas condiciones, la del "tercero perjudicado", estipula que el objeto de amor no puede ser una mujer libre, sino que debe ser propiedad de otro - marido, prometido o amigo- estableciendo una estructura triangular necesaria (p. 160). Esta condición no es caprichosa; es la repetición incesante del drama edípico, donde la madre, el primer objeto de amor, es por definición propiedad del padre. El sujeto, al elegir bajo esta condición, no hace más que re-escenificar la rivalidad infantil y la reivindicación sobre el objeto materno, intentando arrebatar a la mujer de las garras del rival paterno, convertido ahora en un tercero genérico (Freud, 1910).

A partir de estos textos, se puede afirmar que Freud conceptualiza el amor como un afecto cuya elección de objeto no es fija, ya que, permite que la libido se desplace entre diversos sujetos, posibilitando la sustitución sin la exigencia de un vínculo único. No obstante, esta aparente libertad de elección está sujeta a una condición de ciertos rasgos inconscientes fijadas durante la infancia. Estos modelos actúan como huellas mnémicas de los vínculos primarios, de modo que el sujeto busca inconscientemente en sus parejas rasgos que remitan a las figuras parentales, convirtiendo a los nuevos objetos en subrogados de la madre. En consecuencia, lo que en la superficie parece una elección libre, en la profundidad del psiquismo es una repetición inconsciente: el sujeto no elige desde su autonomía, sino que es elegido por una configuración libidinal previa que inscribe su deseo en un retorno de lo reprimido (Freud, 1910).

Ahora bien, si Freud nos entrega la forma de esta elección basada en las huellas mnémicas y las fijaciones, Jacques Lacan permite elevar esta problemática a la estructura del sujeto, su relación con el significante y la falta. La elección de objeto deja de ser solo una repetición de imágenes parentales para convertirse en una respuesta ante la imposibilidad de la relación sexual. En el *Seminario 20 Aún*, Lacan (1972-1973) es tajante: "no hay relación sexual" (p. 17). Esta fórmula no niega el coito biológico, sino que afirma que no hay proporción ni armonía preestablecida entre los sexos en el nivel del goce. Lo que suple esta ausencia de relación es, precisamente, el amor. El amor viene a ocupar el lugar del vacío estructural, funcionando como un velo que permite a los sujetos encontrarse, aunque sea en el malentendido.

Desde esta perspectiva, Lacan afirma que la elección inconsciente del objeto amoroso se articula en torno al objeto *a*, causa del deseo. El sujeto no se enamora de la totalidad del otro, sino de un rasgo, un detalle, un objeto parcial que resuena con su propia falta constitutiva. Lacan (1972-1973) además señala que "el amor es impotente, aunque sea recíproco, porque ignora que

no es más que el deseo de ser Uno" (p. 14). Esta aspiración a la unidad, a la fusión con el objeto amado, es el espejismo narcisista por excelencia, puesto que el sujeto busca en el otro aquello que imagina que lo completará, retornando así a la concepción freudiana del narcisismo donde se ama lo que uno es o lo que uno quisiera ser. Sin embargo, Lacan radicaliza esto al situar el goce no en la complementariedad, sino en el cuerpo del Otro en tanto que este permanece siendo Otro, y por ende, inaccesible en su totalidad (Lacan, 1972-1973).

Lacan menciona en varios textos, que el amor es dar lo que no se tiene a alguien que no lo es y al analizar esta concepción a la luz de los textos trabajados permite desentrañar el núcleo de la elección amorosa inconsciente. "*Dar lo que no se tiene*" remite directamente a la castración, donde el sujeto, marcado por el lenguaje y la pérdida de goce, está constitutivamente en falta. No tiene el Fallo - como significante de la plenitud -, sino que lo es o lo tiene solo en la medida de la mascarada y el semblante. Amar, entonces, es admitir esa falta, es ofrecer la propia castración al Otro, ofrecer la propia castración al Otro, saberse incompleto para el Otro (Lacan, 1972-1973).

La segunda parte de la frase, *a alguien que no lo es*, nos introduce en la disimetría radical de la pareja. El Otro al que se dirige esta demanda de amor no quiere esa falta; lo que el Otro desea es su propio objeto causa de deseo, su propio goce, que no coincide necesariamente con lo que el sujeto le ofrece. Como señala Lacan (1972-1973) en el *seminario 20 Aún*, la demanda de amor es una demanda de presencia, de ser, pero la respuesta del Otro está mediada por su propio fantasma y su propia búsqueda de goce, a menudo fálico y autista. "El goce del Otro, del Otro con mayúscula, del cuerpo del otro que lo simboliza, no es signo de amor" (p. 12). Hay, por tanto, un desencuentro estructural: el sujeto ofrece su falta esperando ser completado, mientras que el Otro responde desde su propia soledad pulsional.

Esta lógica de repetición resuena con la necesidad de rescatar a la amada teorizada por Freud (1910), donde el hombre se vincula con una mujer de dudosa reputación bajo la convicción de que ella requiere su protección (p. 161). El sujeto intenta darle lo que él cree que ella carece - virtud o estabilidad social-, pero este gesto es en realidad una respuesta a su propio complejo materno. Se trata de un intento inconsciente de saldar la deuda de vida con la madre, devolviéndole un hijo - él mismo, identificado con el padre - a la figura materna.

Aquí se hace presente lo que hemos mencionado anteriormente que el hombre pretende dar lo que no tiene - una garantía de completud - a quien no es - una madre sustituta que él imagina necesitada-. El rescatador ignora que la mujer está situada en su propia lógica de deseo, la cual es en la misma falta, es por ello, que la fantasía de rescate no es un acto de amor hacia la alteridad del otro, sino un esfuerzo desesperado por hacer Uno donde hay dos; de transformar la contingencia del encuentro en una necesidad del destino.

*La degradación de la vida amorosa* expuesta por Freud (1912) también se esclarece bajo esta luz lacaniana, ya que cuando el hombre necesita degradar el objeto para gozar, está precisamente intentando evitar el encuentro con la falta en el Otro. La mujer idealizada, la madre, está prohibida y completa - en la fantasía infantil-; ante ella, el sujeto se siente impotente porque no puede "dar lo que no tiene" -el falo a la madre fálica-. Al degradar el objeto, al convertirlo en un objeto parcial y desvalorizado, el sujeto puede ejercer su potencia porque ya no está en juego la castración ante el ideal.

Es por ello que la corriente sensual puede liberarse solo cuando el objeto deja de representar la completud amenazante del Otro materno. Lacan (1992) nos recuerda que "toda pulsión es pulsión de muerte" (p.184); en tanto tiende a la repetición y al retorno al estado inanimado, pero también que el goce fálico es el obstáculo para el goce del Otro. El hombre goza

de su órgano, no del Otro, y la degradación es la estrategia para asegurar ese goce autista sin pasar por la angustia del encuentro con el deseo del Otro.

La elección inconsciente, entonces, es una navegación entre la idealización narcisista que paraliza - impotencia ante la mujer respetada - y la degradación que permite el goce, pero evacúa al sujeto del Otro - potencia con la mujer inferior. Freud (1912) lo resume magistralmente al señalar que "la corriente tierna y la sensual se encuentran fusionadas entre sí en las mentes de las personas cultas" (p. 179). Esta fusión es el ideal inalcanzable, la promesa de la relación sexual que no existe. El sujeto neurótico, atrapado en el lenguaje, intenta coser esta brecha mediante el fantasma. El fantasma es la matriz que fija las condiciones de amor: el color de ojos, la situación de rivalidad, la reputación dañada; es el guion que permite al sujeto acceder a una pizca de goce, el plus de gozar, a condición de no encontrar nunca verdaderamente al Otro en su alteridad radical.

Lacan (1957-1958) en el *Seminario 5 Las formaciones del inconsciente*, nos muestra cómo el deseo se articula en la demanda, pero la desborda, puesto que el niño demanda amor incondicional a la madre, pero lo que obtiene son los cuidados que nunca satisfacen el anhelo de ser todo para ella. Es por ello que elegimos a quien prometemos hacer Uno con nosotros, pero el inconsciente elige a quien nos permite repetir la pregunta por nuestro propio ser y nuestra propia falta. "Lo que suple la relación sexual es precisamente el amor" (Lacan, 1972-1973, p. 58), dice Lacan. Pero este amor es, en última instancia, un amor dirigido al saber, un amor al saber inconsciente que determina nuestra posición sexuada.

La mujer, por su parte, al situarse en el lado del "no-todo" en las fórmulas de la sexuación lacaniana, tiene una relación diferente con esta elección. Si bien Freud (1912) señala que la mujer tiene una menor necesidad de degradar el objeto sexual (p. 180), Lacan (1972-1973)

advierte que ella está en relación con el significante de la falta en el Otro, un goce que va más allá del falo. Su elección, por tanto, puede apuntar a quien le hable, a quien le dé palabras de amor, pues es en el decir donde el amor se anuda. Pero incluso allí, se enfrenta a la pared de lo imposible: el hombre, regido por la lógica del todo y la excepción (el padre), a menudo la toma como objeto a de su fantasma y no como el Otro sujeto de su propio goce suplementario.

### **Conclusión**

La presente investigación permite concluir que la tensión estructural entre la subjetividad contemporánea y la teoría psicoanalítica se rige en la diferencia entre la elección del objeto de amor y la del objeto de consumo, una distinción esclarecida mediante un recorrido que confronta la lógica del hiperconsumo descrita por la sociología actual con las determinaciones inconscientes propuestas por Freud y Lacan.

Para dar respuesta a la pregunta de investigación sobre cuál es la diferencia entre la elección del objeto de amor para un sujeto y la elección de un objeto de consumo en el discurso capitalista, se determina, por un lado, que la elección del objeto de consumo en la contemporaneidad, según la sociología descrita por los autores trabajados, opera bajo la lógica de que el objeto es elegido por su capacidad de otorgar validación narcisista y confort psíquico, eliminando la asimetría y el misterio del Otro para reemplazarlo por lo igual. Dicha relación es desechable, se rige por la obsolescencia programada y el cálculo costo-beneficio, donde el vínculo se mantiene solo mientras sea rentable emocionalmente. Esto ocurre porque el sujeto actúa como un consumidor que busca evitar el costo del sufrimiento y la vulnerabilidad, transformando al otro en una mercancía dentro de un mercado de transacciones íntimas.

Bauman en Amor líquido 2005 dice:

Mientras las relaciones se consideren inversiones provechosas, garantías de seguridad y solución de sus problemas, usted estará sometido al mismo azar que cuando se tira al aire una moneda. La soledad provoca inseguridad, pero las relaciones no parecen provocar algo muy diferente. En una relación, usted puede sentirse tan inseguro como si no tuviera ninguna, o peor aún. Sólo cambian los nombres que pueda darle a su ansiedad. (p. 14)

Desde la teoría de Lacan en el discurso capitalista, el sujeto tiene la ilusión de dirigirse autónomamente, es decir, él tiene la creencia que gobierna los objetos, que puede encontrar el goce pleno y que puede existir la relación sexual, encontrar el objeto *a*, sin embargo al encontrarse en la posición del agente, esta sostenido por la verdad - el capital-, esto quiere decir que el sujeto no actúa por su propio deseo, sino por el imperativo del mercado, en donde el capitalismo le promete al sujeto que todo es posible y que se puede satisfacer la necesidad con un sin número de posibilidades, sin embargo el deseo solo vive de la falta.

Es así como en el discurso capitalista según Lacan, no hace lazo social, no regula el goce y no se cuenta con algún límite, ya que, busca que el sujeto consuma sin cesar, transformando el goce más allá del principio de placer en un plus de goce - objeto *a*- que nunca sacia, volviendo al sujeto un consumidor que cree evitar la castración, pero queda atrapado en una demanda infinita de objetos, eliminando el lazo social y la posibilidad de la elección de objeto de amor.

Al no haber falta reconocida, el lazo con el Otro se vuelve innecesario o puramente utilitario. Lacan (1972) decía que este discurso deja de lado las cosas del amor, porque el amor requiere aceptar la propia falta y buscarla en el otro. El capitalismo, al prometer una satisfacción inmediata a través del consumo, anula la función del amor. De allí que lo propio de la

contemporaneidad sea la no creación del lazo social, pues el único lazo que establece el discurso capitalista es de los sujetos a sus objetos de consumo.

Por el contrario, la elección inconsciente del objeto de amor, desde la perspectiva psicoanalítica, con las teorías de Lacan y Freud es una respuesta sintomática que no busca colmar la falta, sino bordearla. Lejos de la supuesta libertad de elección del mercado, el sujeto es elegido por su propia historia infantil y sus fijaciones pulsionales. Puesto que el objeto de amor se elige no por sus cualidades de mercado, sino por su capacidad de encajar en el fantasma del sujeto y resonar con su falta constitutiva, donde esta elección está determinada por las huellas mnémicas – edípicas - y las condiciones de goce. Mientras el consumo promete plenitud, el amor implica asumir la castración: es dar lo que no se tiene a alguien que, radicalmente, no lo es (Lacan, 1972-1973).

En síntesis, la diferencia sustancial es que el objeto de consumo se elige para evitar la angustia de la falta mediante una sustitución infinita y circular que deja al sujeto en un vacío existencial , mientras que el objeto de amor se elige, inconscientemente, para sostener la falta y tramitar la imposibilidad de la relación sexual.

Finalmente el sufrimiento contemporáneo en los vínculos amorosos deriva de intentar gestionar una experiencia estructuralmente fallida y asimétrica - el amor - con herramientas diseñadas para la eficiencia, el rendimiento y la positividad - el consumo -. La "agonía del Eros" descrita por Han es el resultado de un sistema que ha intentado eliminar la negatividad del Otro. Por tanto, la apuesta clínica y ética frente a esta época consiste en diferenciar la insatisfacción propia de la neurosis de la angustia generada por el imperativo de goce capitalista, permitiendo al sujeto rescatar la posibilidad de un encuentro genuino que, aunque no prometa la felicidad paradójica del mercado, ofrezca la dignidad de asumir el propio deseo.

No obstante, la libertad que supone el amor líquido se ve coartada por los rasgos inconscientes que determinan la elección de pareja; esto quiere decir que, aunque los objetos de amor puedan cambiar con cierta facilidad, es decir, transitar líquidamente por las parejas, el rasgo inconsciente que determina la elección de pareja es insustituible y se repite en los distintos objetos de amor. El sujeto tiene la ilusión de la libertad en la elección amorosa cuando en realidad la elección es inevitablemente los rasgos inconscientes que se repiten, que determinan la elección amorosa y el goce de un sujeto, es decir, su modalidad de satisfacción sexual que no es líquida, en tanto está fijada (Dasuky, Maya, etc.,2025).

El sujeto elige aquel objeto que le permite sostener su fantasma, aquel que encaja en la ranura de su propia castración. La frase - amar es dar lo que no se tiene a quien no lo es- de Lacan resume el modo de esta elección: es un intento de hacer lazo social mediante la falta, ofreciendo la propia incompletud a un Otro que, estructuralmente, está en otra parte, deseando otra cosa. El amor es, así, el encuentro fallido que, paradójicamente, permite que la vida continúe, sosteniendo el deseo a través de la insatisfacción y la repetición, buscando eternamente el reencuentro con un objeto que, por definición, se perdió para siempre en el momento en que el ser humano entró en el lenguaje.

## Referencias

- Bauman, Z. (2005). Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos . Fondo de Cultura Económica.
- Dasuky Quiceno, S. A., Maya Osorio, V., Castrillón Londoño, L., Sarmiento Lopera, J. S., & Lopera Trujillo, J. (2025). El amor líquido y su relación con el discurso capitalista y el inconsciente. *Atenea*, (531), 77-97. <https://doi.org/10.29393/AT531-4ALSA50004>.
- Duportail, J. (2019). El algoritmo del amor: Un viaje a las entrañas de Tinder . Contra.
- Freud, S. (1910). Sobre un tipo particular de elección de objeto en el hombre. En *Obras Completas* (Vol. 11, pp. 157-168). Amorrortu Editores.
- Freud, S. (1912). Sobre la más generalizada degradación de la vida amorosa. En *Obras Completas* (Vol. 11, pp. 169-183). Amorrortu Editores.
- Freud, S. (1991). Sobre la dinámica de la transferencia. *Obras completas, Tomo XII* (Trad. J.L. Etcheverry). (pp. 93-105). Amorrortu. (Trabajo original publicado en 1912).
- Freud, S. (1914/1992). Introducción al narcisismo. En *Obras Completas* (Vol. XIV). Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Freud, S. (1921/1992). Psicología de las masas y análisis del yo. En *Obras Completas* (Vol. XVIII). Buenos Aires: Amorrortu Editores
- Gerber, D.(1988).Los cuatro discursos y la educación
- Han, B.-C. (2014). La agonía del Eros . Pastor.
- Illouz, E. (2007). Intimidades congeladas: Las emociones en el capitalismo . Katz Editores.

- Lacan, J. (1957-1958). El Seminario de Jacques Lacan: Libro 5. Las formaciones del inconsciente. Paidós.
- Lacan, J. (1972). Del discurso psicoanalítico: Conferencia en Milán. [Documento inédito/Transcripción].
- Lacan, J. (1992). El seminario de Jacques Lacan: Libro 17: El reverso del psicoanálisis 1969-1970. (E. Berenguer & M. Bassols, Trads.). Paidós. (Obra original publicada en 1975).
- Lacan, J. (1972-1973). El Seminario de Jacques Lacan: Libro 20. Aun. Paidós
- Lacan, J. (2009). *Función y campo de la palabra y del lenguaje en psicoanálisis*. En *Escritos 1* (3.<sup>a</sup> ed., pp. 231–310). México: Siglo XXI Editores.
- Lipovetsky, G. (2007). La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo. Anagrama
- Soler, C. (2004). Declinaciones de la angustia. Curso 2000-200. Xoroi.
- Soler, C. (2007). A qué llamamos perversión. Edición Foros del Campo Lacaniano