

TFG

EL NUEVO SIGNIFICADO DEL EROS ANÁLISIS DE LAS RELACIONES AFECTIVAS CONTEMPORÁNEAS

Presentado por Beatriz Rosique Selva
Tutor: Marina Pastor Aguilar

Facultat de Belles Arts de Sant Carles
Grado en Bellas Artes
Curso 2017-2018



UNIVERSITAT
POLITÀCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN Y PALABRAS CLAVES

El nuevo significado de Eros, es un proyecto fotográfico con edición digital basado en el análisis de las relaciones afectivas en el mundo contemporáneo que nos rodea, donde se puede apreciar como el consumo nos hace más narcisistas y menos capaces de dejarnos llevar por todo el universo de relaciones afectivas que se produce a lo largo de nuestras vidas. Diversos filósofos muestran ese intenso análisis de cómo se han transformado las relaciones a lo largo de la historia

Este proyecto recoge el proceso de trabajo seguido desde el origen de la idea, el respectivo estudio de conceptos planteados, hasta su resolución final, su finalización se basa en la presentación del montaje expositivo en un espacio institucional que gestionamos para dicha muestra.

Partiendo de la interpretación con la ayuda de la fotografía como medio de expresión, reforzado por una edición fotográfica basado y respaldado en el concepto del consumo dominando al amor, se analizan las imágenes divididas en cuatro conceptos, con una forma distinta de interpretación en cada una, pero con un discurso principal de la obra. Teniendo esto en claro, se han realizado bocetos, lluvia de ideas y distintas técnicas para conseguir cada pieza, y así llegar al estilo deseado para el proyecto. Un estilo limpio, con una imagen publicitaria de escasa saturación, remarcando elementos precisos en cada imagen con la intención de destacar el discurso en común, aunque parten de una división de cuatro conceptos.

Dentro de este trabajo se encuentran las motivaciones, soluciones y objetivos que se han alcanzado en el proyecto *El nuevo significado de Eros*.

Palabras clave: filosofía, relaciones, fotografía, consumo, amor, interpretación

SUMMARY AND KEYWORDS

The new meaning of Eros, is a photographic project with digital edition based on the analysis of affective relationships in the contemporary world that surrounds us, where we can appreciate how consumption makes us more narcissistic and less able to let ourselves be carried around the universe of affective relationships that occurs throughout our lives. Various philosophers show this intense analysis of how relationships have been transformed throughout history

This project includes the work process followed from the origin of the idea, the respective study of concepts raised, until its final resolution, its completion is based on the presentation of the exhibition assembly in an institutional space that we manage for this sample.

Starting from the interpretation with the help of photography as a means of expression, reinforced by a photographic edition based on and supported by the concept of consumption dominating love, the images divided into four concepts are analyzed, with a different form of interpretation in each one. , but with a main discourse of the work. Having this clear, sketches, brainstorming and different techniques have been made to get each piece, and thus reach the desired style for the project. A clean style, with an advertising image of little saturation. Remarking precise elements in each image with the intention of highlighting the discourse in common, although they start from a division of four concepts.

Within this work are the motivations, solutions and objectives that have been achieved in the project The new meaning of Eros.

Keywords: philosophy, relationships, photography, consumption, love, interpretation

RESUM I PARAULES CLAUS

El nou significat d'Eros, és un projecte fotogràfic amb edició digital basat en l'anàlisi de les relacions afectives en el món contemporani que ens envolta, on es pot apreciar com el consum ens fa més narcisistes i menys capaços de deixar-nos portar per tot l'univers de relacions afectives que es produeix al llarg de les nostres vides. Diversos filòsofs mostren aquest intens anàlisi de com s'han transformat les relacions al llarg de la història

Aquest projecte recull el procés de treball seguit des de l'origen de la idea, el respecte estudi de conceptes plantejats, fins a la resolució final, la seva finalització es basa en la presentació del muntatge expositiu en un espai institucional que gestionem per a aquesta mostra.

Partint de la interpretació amb l'ajuda de la fotografia com a mitjà d'expressió, reforçat per una edició fotogràfica basat i recolzat en el concepte del consum dominant a l'amor, s'analitzen les imatges dividides en quatre conceptes, amb una forma diferent d'interpretació en cadascuna, però amb un discurs principal de l'obra. Tenint això en clar, s'han realitzat esbossos, pluja d'idees i diferents tècniques per aconseguir cada peça, i així arribar a l'estil desitjat per al projecte. Un estil net, amb una imatge publicitària d'escassa saturació. Remarcant elements precisos en cada imatge amb la intenció de remarcar el discurs en comú, tot i que parteixen d'una divisió de quatre conceptes.

Dins d'aquest treball es troben les motivacions, solucions i objectius que s'han assolit en el projecte El nou significat d'Eros.

Paraules clau: filosofia, relacions, fotografia, consum, amor, interpretació

Agradecimientos: A todas las personas que desde el principio creyeron en mí. A mi tutora, Marina por su entendimiento y ayuda incondicional. A Eric por su inmensa paciencia. Pero sobretodo, a mi madre porque aún existen personas que aceptan distintas perspectivas de la misma existencia.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	7
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	9
3.1. AMOR Y OCCIDENTE: ANTECEDENTES	10
3.2. LA SOCIEDAD DEL CONSUMO/ SOCIEDAD MODERNA LÍQUIDA	15
3.2.1 RELACIONES AFECTIVAS CONTEMPORÁNEAS	18
3.2.2 EL DESEO COMO OBJETO	22
3.2.3 RELACIÓN COMO INVERSIÓN EN LA BOLSA DE VALORES	23
3.3. FRACASO DE LA AFECTIVIDAD	24
3.4. EROS VS CONSUMO	26
4. REFERENTES ARTÍSTICOS	28
5. MARCO PRÁCTICO. EROS VS. CONSUMISMO.	34
6. CONCLUSIÓN	44
7. BIBLIOGRAFIA	45

1. INTRODUCCIÓN

A comienzos de los años 80 del s. XX se produjo una revolución tecnológica, y con ella una mutación en el universo de la cultura, dado que se produjo una ruptura con todas las estructuras y las instituciones que habían sido fijadas por la tradición moderna procedente del siglo XVIII. En términos de Bauman: “la situación actual emergió de la disolución radical de aquellas amarras acusadas –justa o injustamente– de limitar la libertad individual de elegir y de actuar. La rigidez del orden es el artefacto y el sedimento de la libertad de los agentes humanos. Esa rigidez es el producto general de “perder los frenos”: de la desregulación, la liberalización, la “flexibilización”, la creciente fluidez, la liberación de los mercados financiero, laboral e inmobiliario, la disminución de las cargas impositivas, etc.”¹

Ahora nada es ya permanente ni fijo. La sociedad se basa en el individualismo y se ha convertido en algo inestable y temporal, careciendo de solidez. En ese medio fluido incluso se hace líquido el amor. Una de las pruebas que hay de todo ello, es nuestra nueva forma de relacionarnos y los valores que tenemos en base a ello.

Este trabajo consiste en una serie de 12 fotografías en base a un estudio de este hecho de la nueva sociedad. Hemos realizado un desarrollo del concepto de amor desde sus orígenes en el mundo griego occidental, hasta la contemporaneidad y un análisis un poco más exhaustivo de las relaciones. Por otra parte, no hemos aludido como campo semántico del concepto de Eros a aquellos aspectos más relacionados con lo erótico o la seducción. Atendemos al universo de los afectos amorosos desde un punto de vista sociológico y centrado en el universo de las relaciones y sus modulaciones en la sociedad contemporánea.

Para entender cómo funciona el amor en nuestros días y respecto a lo anterior, hemos dividido la serie fotográfica que presentamos en este trabajo en 4 conceptos que funcionan de manera unificada en relación a la afectividad, pero que se especifican de la siguiente manera:

- **Falso Romance:** El romance que nos impusieron gracias a Hollywood y al resto de cortometrajes basados en un amor egoísta, posesivo y tóxico a la larga, confundiendo a todos sobre la base real del amor; Un sentimiento que acompaña también en las etapas difíciles de una pareja.
- **Cuerpo objeto:** Este concepto hace alusión a cómo el narcisismo y egoísmo cada vez reina más en nosotros. Todo ello se resume en cómo vemos en nuestra pareja como un reflejo de nosotros mismos. A causa de estos indicios, los individuos se interesan más por su imagen, por su interés y por las redes sociales.

¹Bauman, Z, *Modernidad Líquida*, pag.04

- **Redes sociales:** Este invento tecnológico ha provocado grandes evoluciones pero también enormes cambios a la hora de comunicarnos. Se está realizando un mal uso de ellas en diversas ocasiones y se está produciendo una creciente obsesión por la suma de *likes* y *seguidores*, impulsando una falsa motivación afectiva con respecto al mismo individuo.
- **Consumismo:** Actualmente es casi imposible no vivir si no se consume. El problema es su uso como una vía de escape. Una sociedad basada en el consumo como puntal básico produce un olvido, al menos momentáneo, de los auténticos problemas que afrontamos cotidianamente, más allá de las carencias generadas por la inaccesibilidad a determinados productos. Los individuos parecen perder así la capacidad de afrontar la realidad, las auténticas carencias, en relación a las necesidades consideradas primarias de sus vidas (necesidad por ejemplo de alimento y abrigo, de cultura, pero también de afecto), y con ello evitan afrontar la realidad.

El contenido de este trabajo se concreta en un estudio de las relaciones afectivas contemporáneas. Dichas relaciones son mostradas a través de 12 fotografías que abordan el tema con una intención irónica, en algunos casos sarcástica, y en otros como una crítica clara y directa al universo de los afectos, en muchas ocasiones concebido en la vida cotidiana como algo que debe ser idílico. La intención es mostrar de manera obvia la correlación entre amor y consumo. Por ello hemos usado a modo de unión entre las imágenes la metáfora del código de barras. Puesto que éste es algo ya manido para simbolizar el consumo, creamos un símbolo totalmente nuevo que representa la sociedad de la modernidad líquida, caracterizada por un amor también líquido en el que “la atención humana tiende a concentrarse actualmente en la satisfacción que se espera de las relaciones, precisamente porque no han resultado plena y verdaderamente satisfactorias; y si son satisfactorias, el precio de la satisfacción que producen suele considerarse excesivo e inaceptable”²

Finalmente, partiendo de un discurso crítico y de un interés por realizar una obra que conciencie acerca de este problema, el cual se va agravando en la sociedad, se establece un discurso definido entre la obra y el espectador. Así es como la fuerza única de la imagen habla, generando dudas e inquietudes.

² Bauman, Z, *Amor Líquido*, Pág.9.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

En los comienzos de este proyecto, el objetivo principal era fusionar la base teórica de la investigación junto con una obra donde se pudiera establecer una clara representación de ella. A raíz del objetivo principal y el trabajo que conllevaba este, surgen varios objetivos secundarios para asentar con cautela el conjunto. En conclusión, la unión de todos los objetivos toma gran importancia en el proceso de trabajo:

- Efectuar un estudio histórico acerca de la evolución histórica de las relaciones afectivas en Occidente.
- Analizar cómo se producen en las sociedades contemporáneas las relaciones afectivas y como se vinculan con el consumo.
- Investigar referentes artísticos históricos y de la actualidad para completar más la práctica del trabajo.
- Reflejar la base conceptual de los estudios realizados en la producción de imágenes fotográficas.
- Experimentar en la producción de imagen y en sus técnicas digitales para conseguir una relación de carácter directo con el espectador.
- Exponer el proyecto, una vez acabado, para observar si las reacciones y opiniones se acercan a nuestras intenciones.

En cuanto a la metodología, el trabajo comienza siguiendo unas pautas de origen teórico para fundamentar la base del proyecto. Esta base se fue asentando con la ayuda en lecturas de libros y artículos como *Amor líquido*, *La transformación de la intimidad*, *La agonía del Eros*, entre otros.

Asimismo, la lectura que más nos gratificó fue *Amor líquido*, de Zigmunt Bauman, libro que se conforma como la base principal de este proyecto, pues concuerda mucho con las ideas del trabajo y gracias a ello, hemos podido obtener mejores conocimientos del tema, autores para basar mejor las teorías, información más diversa y completa, y, por concluir, nos ha terminado de ayudar a madurar respecto a las ideas y las elecciones de diferentes motivos en la obra fotográfica.

Por otra parte, también fue de gran ayuda la búsqueda de información complementaria en plataformas webs, sobre todo páginas de artistas de diversos ámbitos en el arte, lecturas de antiguos TFGs que sirvieron de guía para realizar la estructura en el presente, la realización de un programa de tutorización. Todas estas cosas me han ayudado a cerrar el proceso que ha seguido el presente proyecto.

El trabajo se continuó seleccionando, además de los referentes conceptuales, los referentes visuales. Así recopilamos una serie de artistas, tanto contemporáneos como de otros momentos históricos, para observar cómo se había trabajado la correlación del amor y el consumo de modo diverso a lo largo de la historia. Finalmente exponemos la parte más experimental y práctica, el cierre definitivo del proyecto. Para ello se realizaron las fotografías con distintas personas de un entorno cercano. La imagen se concretó en su conversión en una imagen centrada en el uso de recursos publicitarios y directos, a color y con intención comercial.

Para realizarlas, fue necesario quedar con 3 parejas distintas (Falso romance, Redes sociales y Consumismo), y posteriormente con 4 personas más (Cuerpo objeto). Se realizaron diversas pruebas con cada grupo de personas hasta que se obtenía la imagen deseada. Los resultados de estas sesiones ayudaron a ver cómo organizar los cuatro conceptos y cómo relacionarlos al mismo tiempo coincidiendo con el tema principal. Para hacerlo, inventamos un símbolo, haciendo alusión al código de barras pero con el concepto de amor líquido.

Para acabar, una vez encontrada la solución al proyecto, con la ayuda de la edición digital, plasmamos en cada fotografía seleccionada el símbolo de forma directa e indirecta.

3.1. AMOR Y OCCIDENTE: ANTECEDENTES

Para comenzar, explicaremos aquellos conceptos que han sido asumidos en Occidente y, que históricamente han tendido a idealizar y clasificar el universo de afectos positivos que envuelve a los seres humanos. Somos conscientes de que dejamos fuera algunas de las particularidades específicas del concepto de afectividad, dadas las condiciones de extensión del presente trabajo.

Retrocediendo a la Antigua Grecia y justo en el fervor del imperio griego (323 a. C.-146 a. C.), el amor se representaba como un ideal de belleza, dando mayor peso a la anatomía del cuerpo y sobre todo a la simetría de éste, llegando incluso a una obsesión por la perfección de la anterior. El ideal de belleza que se tenía como preferencia era el masculino. Este concepto de amor se representa en diversas obra de la época como en el Laocoonte (Fig 1), donde se puede apreciar ese trabajo en el cuerpo masculino dando alusión al ideal de belleza griego.

Sin embargo aunque fue una civilización muy liberal, en dicha época tenían una manera propia de construir las relaciones, a causa de que su ideal de belleza era la base principal de su amor, y esto condicionaba una percepción concreta de lo que debían ser las relaciones afectivas, que con frecuencia debía contrastar con la realidad de las mismas. No cambiaría esta percepción del amor hasta el siglo IV, y tras la caída del imperio romano, de manera lenta pero continua, esa percepción fue transformándose en algo más espiritual.



Fig.1. Laocoonte y sus hijos. Siglo I a.C.



Fig.2. *Los desposorios de la Virgen*.
1504, Rafael Sanzio.

La nueva percepción en el cristianismo se divide en dos conceptos tal y como el autor De Rougemont lo explica en su obra, *Amor y Occidente*. Por una parte, el Ágape como el amor hacia el otro, sin ser egoísta. Por otra, el Eros, la pasión, aquella que nos suele enloquecer y como dice el Cristianismo, nos hace caer en la tentación. Lo más curioso de todo es que estos dos tipos de amor no pueden estar el uno sin el otro. “Entonces el amor de caridad, el amor cristiano, el Ágape, aparece, en fin, en su plena estatura: es la afirmación del ser. Ahora bien, es el Eros, el amor-pasión, el amor pagano el que ha extendido en nuestro mundo occidental el veneno de la ascesis idealista -todo lo que injustamente Nietzsche reprocha al cristianismo. Eros y no Ágape es quien ha glorificado nuestro instinto de muerte y quien ha querido "idealizarlo". Pero Ágape se venga de Eros salvándole. Porque Ágape no sabe ni tan siquiera quiere destruir lo que destruye.”³

Pero también asimilamos el amor-pasión con el amor platónico. Antes de nada, el amor platónico, al que Platón aludió en *El Banquete en el S. IV a.C.*, es un impulso que nos incita a admirar u adorar la belleza en sí; aunque Platón no sólo se refería a una belleza física también hacía alusión a la espiritual. Por ello, ese concepto griego se relaciona con el de amor-pasión ya que admiramos por su belleza y nos embruja con el deseo pero al mismo tiempo nos hace daño. Es por ello una descripción exacta del amor o más bien una postura en la que se basaba nuestra cultura. Representa un espejo hacia Europa, una imagen muy pesimista que nos hace replantearnos a nosotros mismos. Adorar y desear aquello que no tenemos, que cuanto más daño haga, más hermoso y placentero se vuelve. Como dice De Rougemont: “Amor-pasión; deseo de aquello que nos hiere y nos anonada por su triunfo. Es un secreto cuya confesión nunca toleró el Occidente y que jamás dejó de reprimir ¡de preservar! Pocos son tan trágicos y su presencia nos invita a sentar sobre el porvenir de Europa un juicio muy pesimista.”⁴

Todas estas características, en las que se basaba el amor en el cristianismo, se representaban a la perfección en el matrimonio (al respecto y como ejemplo ver Fig. 2). También, las representaciones artísticas de la época se usaban como propaganda didáctica para mostrar los ideales e historia del Cristianismo. El matrimonio cristiano, es el mayor opresor que existe respecto a nuestros impulsos animales. Vinimos de una cultura pagana y se nos impusieron unas reglas represoras respecto a todo lo referido al amor carnal. En diversas ocasiones, las personas se debían casar por temas de guerras y riquezas. El amor quedaba atrás, sólo existía el uso del matrimonio cristiano para procrear y reproducir hijos herederos. La creación del amor cortesano fue inevitable. Por eso, las infidelidades estaban aseguradas. Aunque se representa como el mismo espíritu de Occidente una oposición al matrimonio y al amor feliz:

³De Rougemont, D, *Amor y Occidente*, pág.311

⁴De Rougemont, D, *Op Cit*, pág.52

“Fidelidad que, como se ha visto, es incompatible con la del matrimonio. El Romance no pierde ocasión de rebajar la institución social, de humillar al marido--, rey con orejas de caballo, siempre tan fácilmente engañado-- y de glorificar la virtud de los que se aman fuera del matrimonio y contra él. Mas esta fidelidad cortesana presenta un rasgo de lo más curioso: se opone tanto al matrimonio como a la "satisfacción" del amor.”⁵

La iglesia cristiana consolidó un concepto que amor que decía que debía ser igual al que Dios siente hacia nosotros. Por ello, debía ser un amor puro en el que debe haber una correspondencia entre los amantes. Con lo que no contaba es con el lado pasional del amor. Esto conllevó que los individuos se sintieran condicionados a la hora de elaborar la forma que adopta el amor: “El nuevo símbolo del Amor no es ya la infinita pasión del alma en busca de luz, sino el matrimonio de Dios con la Iglesia. El mismo amor humano se halla transformado. Mientras que los místicos paganos lo sublimaban hasta convertirlo en dios, y al mismo tiempo lo consagraban a la muerte, el cristianismo lo coloca de nuevo en su rango, y allí lo santifica por el matrimonio.”⁶

Esta condición con la que se sienten los individuos respecto a su manera de efectuar y conceptualizar el amor, es a causa de la Iglesia y sus dogmas e exigencias, provocando una búsqueda constante de uno mismo. La base para ello reside en ignorar los deseos carnales para poder desarrollar un universo interior que coincida con el auténtico yo: el yo que no es corporal es decir, con el yo espiritual, con el alma.

A pesar de las características de la Iglesia y su mandato de amor interior y universal, Occidente sufrió múltiples hechos bélicos que también determinaron algunos virajes y modificaciones de la influencia eclesíastica. Tanto el amor como la muerte se acompañan desde siempre, son los eternos amantes.

Uno de los sucesos bélicos más importantes y que acarrearón cambios decisivos en Europa fueron las Guerras de las Cruzadas, en las cuales monjes en nombre de Dios, conocidos como templarios, propagaban el dogma cristiano y con ello las restricciones y los valores cristianos impuestos. Otro suceso importante sería la colonización de las Indias por Cristóbal Colón, posteriormente conocidas como las Américas.

⁵De Rougemont, D, *Op Cit*, pág.35

⁶De Rougemont, D, *Op Cit*, pág.72

En este nuevo continente se impuso la religión cristiana-católica mediante la violencia y la esclavitud, suprimiendo sus culturas de origen. A raíz de esta serie de hechos bélicos los individuos dejaban de temer a la misma muerte. Enloquecían al acercarse al fin de su existencia efímera, con la filosofía de exprimir cada experiencia como si fuera la última. Así era como en cierta manera se privaban a sí mismos de sentir un amor sano y feliz. La tendencia era preferir distanciarse de la esperanza de la vida y asemejarse a lo oscuro, a lo desconocido. Era un círculo sin fin, una forma de amar que se autodestruía a sí misma, o mejor dicho al mismo individuo. Esto dijo De Rougemont en su día respecto a este argumento: "Atraídos por la muerte, lejos de la vida que les impulsa, presas voluptuosas de fuerzas contradictorias que les precipitan, empero, hacia el mismo vértigo, los amantes no podrán encontrarse sino en el instante que les priva para siempre de toda esperanza humana, de todo amor posible, en el seno del obstáculo absoluto y de una suprema exaltación, que se destruye por su propia realización."⁷



Fig.3. *Ofelia*. 1852, John Everett Millais.

Con la aparición del romanticismo, el individuo llegó a una nueva forma de experimentar su propia individualidad, llegando nuevas corrientes literarias y artísticas como sus paisajistas y prerrafaelistas como movimientos caracterizados en la pintura, y experimentando una sensación de proclamar su propia libertad. La libertad absoluta reflejada en la vida, en las relaciones afectivas. Pero no sólo se basaba en la admiración de esta clase de amor libertario. Una de nuestras características de las obras en la literatura es no dar paso al amor feliz. Exigimos el de dolor porque lo asemejamos con el que nos va a proporcionar más sabiduría y más vivencias. Como se puede ver en la Fig. 3, la representación del trágico final de Ofelia, personaje en Hamlet. A pesar de que es el que más doloroso y nos quema más por dentro: "¿Por qué amamos el cautiverio y la conciencia de lo que quema en nosotros? Enlace profundo del sufrimiento y del saber. ¡Complicidad de la conciencia y de la Muerte! (Hegel pudo fundar sobre ella una explicación general de nuestro espíritu y aun de la Historia). Creo que se podría definir al-romántico occidental como a un hombre para quien el dolor, y, especialmente, el dolor amoroso, es un medio privilegiado de conocimiento."⁸

Con el fin del romanticismo resurgiría el espíritu del siglo XIX, cuya protagonista fue la ciencia, con su obsesión por reducir todo a lo simple para poder darle una explicación y creer en ello. Lo necesario y lo suficiente se funden sin límite. Muchos se apoyaban en la ciencia para liberarse de las exigencias y mentiras del matrimonio y amor sufrido. Con el auge de la ciencia el individuo sufrió una crisis de carencia hacia la afectividad, generando la frialdad.

⁷De Rougemont, D, *Op Cit*, pág.55

⁸De Rougemont, D, *Op Cit*, pág.53

Llegado el nuevo siglo, la influencia de la cultura de masas tuvo su máximo esplendor. Este movimiento fue impulsado por los medios de comunicación y el final de las dos guerras mundiales. Sin embargo deberíamos dividir este siglo en dos mitades.

La primera mitad del siglo XX se vió influenciada por una evolución descontrolada de la tecnología industrial, lo que causó el primer auge de la cultura de masas tras aparecer la prensa y ésta reforzada por la radio. Es por ello que la primera mitad de siglo se vio enmarcada por el despliegue de la revolución industrial, una revolución mediática y dos Guerras Mundiales que cambiarían el destino y la forma de vida de occidente.

Durante la segunda mitad del siglo XX la oposición a la guerra, a cualquier forma de guerra se iría acentuando a partir de este momento como posición de las masas ante cualquier conflicto. Esta oposición o sustitución de la guerra por el amor confluyó en varios movimientos que pretendían cambiar el mundo por medio de una revolución de carácter pacífico y supuso una mutación en el concepto de afectividad. Así los hippies, yippies, provos, kommune I, y diversos movimientos contraculturales, salieron en defensa de los distintos derechos civiles cómo la liberación sexual y gay, la oposición a la guerra y a lo nuclear, el feminismo, la libertad de expresión, el ambientalismo y la nueva izquierda, que se reivindicaban. Esto provocó un cambio de manera prácticamente añadida: la construcción de un futuro en relación a los demás miembros de un grupo, no necesariamente ligado a las relaciones de pareja, sino a la vida en común. No obstante, el tipo de valor que se iba adoptando iba ligado a un narcisismo creciente donde las relaciones dejaban de ser de dos y se convertían en el reflejo de uno mismo. Las masas sólo buscaban ese milagro, un amor milagroso, una idealización de la perfección en la pareja que representaba su mismo ser: "Se descubre en la mayoría de nuestras novelas y de nuestras películas, en su influencia sobre las masas, en las complacencias que despiertan en el corazón de los burgueses, de los poetas, de los mal casados, de las modistillas que sueñan en amores milagrosos."⁹

⁹De Rougemont, D, *Op Cit*, pág.23

Para llegar a la contemporaneidad, Occidente ha pasado por diversas situaciones en la historia y con ello por distintas modulaciones en el concepto de amor. El siglo XXI, ha seguido el hilo del siglo anterior y su creciente obsesión por uno mismo. Se ha producido una mutación en los modos de comunicación dada la revolución de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que han generado nuevos modos de interrelación, en muchas ocasiones presididos por redes sociales, blogs, audiovisuales en youtube, emisiones en 280 caracteres en twitter y otros fenómenos por venir, provocando una creciente pérdida en nuestras habilidades sociales y modificando de nuevo los modos afectivos de relación. Pero todo esto lo vamos a concretar en los siguientes apartados de nuestro trabajo.

3. 2. LA SOCIEDAD DEL CONSUMO/ SOCIEDAD MODERNA LIQUIDA

En este punto observaremos las distintas características que dispone la nueva sociedad de consumo o moderna líquida. Trataremos su confusión por igualar a la misma altura los bienes materiales y sentimentales. El consumismo controla todo con unos ideales e exigencias que instruyen al individuo (En la fig.4 y 5 aparece el antes y después de la intervención del colectivo Billboard Liberation front, colectivo que se dedica a desprestigiar la publicidad y sus exigencias), dejando en claro que la idea del yo, ha terminado predominando en los individuos y, produciendo con ello un cambio drástico en el concepto de la muerte y la vida.

Los seres humanos están empezando a no distinguir los bienes materiales y la acumulación de estos con su determinada fecha de caducidad. Se crea una cadena con fecha límite. El consumismo se ha encargado muy bien de hacernos aprender de qué va el nuevo sistema. Como ya analizó Bauman en su obra y en esta explicación: "El consumismo no es acumular bienes (Quien reúne bienes debe cargar también con valijas pesadas y casas atestadas), sino usarlos y disponer de ellos después de utilizarlos a fin de hacer lugar para nuevos bienes y su uso respectivo."¹⁰



Fig.4. Anuncio antes de intervención.



Fig.5. Anuncio intervenido por el colectivo Billboard Liberation front.

¹⁰Bauman, Z, Op Cit, Pág.72.

El consumo se ha ido proclamando como una cultura desde los años 50 y 60, convirtiendo los ideales de afecto y consumo en un conjunto, aunque con la cultura popular se recrearon subculturas dónde surgió con una emergencia por dinamizar toda cultura procedente de la época. Pero el consumismo fue comercializando toda clase de culturas, añadiéndoles un mismo valor. Siendo así parte de la cultura popular dónde éste la agregó a la formación de la cultura de masas. Esto ha provocado a día de hoy una comercialización en todos los ámbitos, de la propia cultura, haciendo perder el valor mismo en la cultura social. Y es que el simple concepto de *'in situ'* es en lo que se basa el consumismo: "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."¹¹

La actual cultura con sus ideales e exigencias determina la creación de una nueva sociedad. Dejando atrás los antiguos valores y formas de aprendizaje en el pasado. (Como ejemplo en las Fig.6 y 7 podemos observar otro colectivo dedicado a desprestigiar la función y mensajes de la publicidad de consumo). El consumismo condiciona nuestra actual forma de vida y de relacionarnos. Perdiendo un interés por lo sólido, lo duradero, atrayéndonos hacia lo líquido, lo superfluo, predominando en nuestra toma de decisiones cuando debemos tratar con nuestras relaciones afectivas.

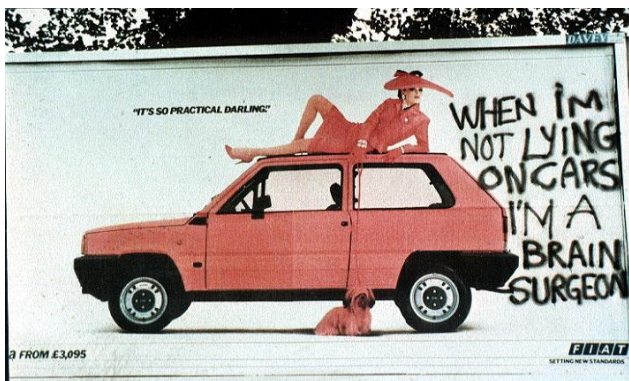


Fig.6. Intervención del colectivo B.U.G.A UP



Fig.7. Intervención del colectivo B.U.G.A UP.

¹¹Bauman, Z, *Op Cit*, pág.22.

Por decirlo en términos de Bauman: “Para nosotros, habitantes del moderno mundo líquido que aborrece todo lo sólido y durable, todo lo que no sirve para el uso instantáneo y que implica esfuerzos sin límite, esa perspectiva supera toda capacidad y voluntad de negociación.”¹²

Queremos destacar, entre todas las radicalizaciones propias del universo amoroso en las sociedades contemporáneas, que una de las más obvias relaciona el consumo, el afecto y el narcisismo. El narcisismo es justamente lo contrario de buscar algo diferente de uno mismo, se basa en el exceso por el reflejo de su mismo ser.

En términos de Lipovetsky “Aparece un nuevo estadio del individualismo: el narcisismo designa el surgimiento de un perfil inédito del individuo en sus relaciones con él mismo y su cuerpo, con los demás, el mundo y el tiempo, en el momento en que el «capitalismo» autoritario cede el paso a un capitalismo hedonista y permisivo, acaba la edad de oro del individualismo, competitivo a nivel económico, sentimental a nivel doméstico, revolucionario. A nivel político y artístico, y se extiende un individualismo puro, desprovisto de los últimos valores sociales y morales que coexistían aún con el reino glorioso del homo economicus, de la familia, de la revolución y del arte.”¹³

Lo que no se adivinaba en los años 60 fue la creciente importancia que iba a asumir del narcisismo en nosotros, provocando un asentamiento en nuestro ser. Por ello, muchos de los individuos ven a los de su alrededor como meras proyecciones de sí mismos. El narcisismo podría calificarse de otra enfermedad más junto al estrés y la ansiedad de este siglo. Hace tanto daño a uno mismo porque al proyectar tanto el ego deja escapar las distintas formas y perspectivas que tiene la vida en relación al cúmulo de perspectivas que se pueden asumir y que suponen una enorme riqueza cultural.

Para remarcar este hecho Byun Chul Han lo explica a la perfección. “El narcisismo no es ningún amor propio. El sujeto del amor propio emprende una delimitación negativa frente al otro, a favor de sí mismo. En cambio, el sujeto narcisista no puede fijar claramente sus límites. De esta forma, se diluye el límite entre él y el otro. El mundo se le presenta solo como proyecciones de sí mismo.”¹⁴

Pero toda esta obsesión por nosotros mismos, por el constante crecimiento del consumo, nos lleva a una acumulación de los instantes y las experiencias inmediatas que buscan una satisfacción que no va más allá de sí misma. El capitalismo que a día de hoy domina nuestra sociedad moderna líquida está totalmente en contra de una vida tranquila y plena. Esta consecuencia implica la realización de constantes fórmulas de escape de la muerte.

¹²Bauman, Z, *Op Cit*, pág.48.

¹³ Lipovetsky, G, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, pág. 50.

¹⁴ Byung-Chul, H, *La agonía del Eros*, pag.6.

En conclusión, esta es la nueva sociedad. La sociedad moderna líquida que se está forjando poco a poco. Ahora ya no es sólo un dominio del capitalismo del exclusivo ámbito económico, sino un dominio tan radical que penetra en todos los ámbitos de nuestra vida, por elusivos que sean; una conquista por la que somos llevados a preferir el constante cambio, y por lo tanto todo aquello que es efímero, y a apartar de nuestras vidas lo duradero, lo que cuesta trabajo de mantener y de cuidar día a día, como sucede con las relaciones humanas: “La afinidad nace de la elección y el cordón umbilical jamás se corta. A menos que la elección se rehaga a diario y se concreten actos nuevos para confirmarla, la afinidad se marchitará y declinará hasta derrumbarse o desarticularse. La intención de mantener viva la afinidad es presagio de una lucha cotidiana y promesa de una vigilancia sin descanso.”¹⁵

3.2.1 RELACIONES AFECTIVAS CONTEMPORÁNEAS

Entendiendo nuestra sociedad moderna líquida podemos hacernos una idea de cómo se han transformado las relaciones afectivas. En este caso, explicaremos sus distintos aspectos: Los valores en el amor, duración actual de una relación, la desaparición del concepto tradicional de familia, la importancia de las redes sociales que forman parte de nuestros días y de nuestras relaciones. Si nos pudiéramos a asimilar nuestros nuevos valores un lema sería este: “Cuando la calidad nos defrauda, buscamos la salvación en la cantidad. Cuando la duración no funciona, puede redimirnos la rapidez del cambio.”¹⁶

Lo anterior hace referencia hacia el nivel de implicación que ahora se observa con más normalidad en los seres humanos. La moderna sociedad líquida nos envía mensajes constantemente de cómo llevar nuestras vidas, informándonos que a día de hoy es una opresión el compromiso duradero. Este razonamiento se debe a la negación hacia las ataduras y los lazos emocionales, todo se reduce a relaciones de escasa duración. Y esto se puede apreciar con una clara comparación entre consumo y la forma de llevar las relaciones: “Las ataduras y los lazos vuelven “impuras” las relaciones humanas, tal y como sucedería con cualquier acto de consumo que proporcione satisfacción instantánea así como el vencimiento instantáneo del objeto consumido”¹⁷

¹⁵Bauman, Z, *Op Cit*, pág.48

¹⁶Bauman, Z, *Op Cit*, pág.82

¹⁷Bauman, Z, *Op Cit*, pág.70

Se establece una igualdad entre el objeto consumido con su función efímera y una relación afectiva. La sociedad de consumo establece sus relaciones como un alquiler con la garantía de que si en un periodo de tiempo no es del agrado, se pueda devolver o intercambiar por otro. No solo el objeto pierde valor sino también las personas que pasan por nuestra vida. En este caso, las relaciones afectivas. Sin ir más lejos este hecho afecta a las familias dónde el amor es el principal constructor de este valor. Por ello, en nuestros días hay miles de divorcios, de relaciones de amor fallidas y una importante mutación en relación a lo que tradicionalmente se consideraba la relación familiar, presidida por lazos fuertes y duraderos entre las personas no por ello considerada como positiva.

Ahora hay más fragilidad en las estructuras familiares y los lazos emocionales. Lo que se nos ha enseñado respecto a amar se aleja mucho de la realidad, provocando una implicación escasa por mantener una relación afectiva. A causa de este hecho somos incitados a huir, por el miedo a la implicación y el compromiso con otro individuo. En este argumento podemos ver lo explicado: “Con la nueva fragilidad de las estructuras familiares, con familias con esperanza de vida mucho más corta que la expectativa de vida individual de cualquiera de sus integrantes, cuando la pertenencia a un linaje familiar particular se convierte rápidamente en uno de los “indefinibles” de nuestra moderna era líquida...”¹⁸

Uno de los hechos que se han hecho más representativos de la relación entre el afecto y el consumo está constituido por la relación filial. Los hijos se pueden apreciar como la mayor inversión emocional que realiza un individuo. Una de las razones es la búsqueda por llenar y olvidar sus fracasos y miedos emocionales. En cambio, en el amor hay tickets de devolución o es lo que de primeras nos hacen tener en mente, así tenemos la satisfacción de una relación: “Cuando se trata de objetos de consumo, la satisfacción esperada tiende a ser medida en función del costo: se busca la relación “costo-beneficio”.”¹⁹

Pero no sólo estos hechos se ven afectados por el nuevo concepto de los valores en las relaciones. También las redes sociales han provocado cambios a la hora de conocernos y comunicarnos entre nosotros. (Como podéis observar en el ejemplo Fig.8, observamos una app creada para compararte con una obra de arte. Hace uso a una banalización de la cultura misma y cada vez más realizando el narcisismo).



Fig.8. App Google Arts & Culture. Usuario utilizando la app.

¹⁸Bauman, Z, *Op Cit*, pág.63

¹⁹Bauman, Z, *Op Cit*, pág.64

Las redes sociales son las que comienzan a adquirir cierta preponderancia a la hora de establecer vínculos con los demás individuos. Se establece una obsesión por crear una red de conexiones a causa de navegar en la misma red. Tendemos a generar redes sociales que nos conectan con personas que no hemos visto nunca o apenas conocemos. Si bien esto posee ciertas ventajas, como los estímulos de vincularnos a redes con nuestras mismas preferencias o entablar conversaciones que pueden ser objeto de aprendizaje de algunas cuestiones, es cierto que también provoca una merma de cierto tipo de sociabilidad, y un cambio en el paradigma de interacción comunicativa, carente del flujo de la comunicación cara a cara y de los datos procedentes de la comunicación no verbal.

Internet ha traído también una innovadora forma de establecer las relaciones amorosas. Nos referimos a las webs de citas, las cuales son un gran ejemplo de un mercado de consumo. Las relaciones pueden eliminarse pulsando simplemente una tecla o bloqueando a aquel considerado indeseable. En esas webs se establece la política de venderse, primero por el físico, y posteriormente consiguiendo atraer al consumidor, impresionándolo por el chat. Es un claro ejemplo de marketing pero con un mercado de personas como productos. Esto implica una pérdida también de la naturalidad en la forma de relacionarnos. Así es como planteaba Bauman el cambio de la comunicación: "Chateamos y tenemos "compinches" con quienes *chatear*. Los compinches, como bien lo sabe cualquier adicto, van y vienen, aparecen y desaparecen, pero siempre hay alguno en línea para ahogar el silencio con "mensajes"."²⁰

Queremos añadir, a las mutaciones en las relaciones afectivas que hemos analizado hasta aquí, la característica de la ausencia de compromiso. Los individuos se obsesionan por el mercado de consumo, eligiendo el producto y desechándolo una vez que se ha consumido como se deseaba. El deseo se convierte en efímero. La pérdida de lazos emocionales y el aumento de egoísmo por conseguir el placer momentáneo son inevitables. Todo esto también implica la nueva forma de mantener relaciones sexuales. Como preferencia la mayoría de la sociedad ve más cómodo el vínculo efímero ligado al placer deseado.

Y así las nuevas relaciones afectivas se convierten en un campo de batalla. Con diversos problemas: Los cobardes contra los comprometidos, los egoístas contra los altruistas, el instante contra la eternidad y el cambio contra la lucha. El Eros contra el consumo.

²⁰Bauman, Z, *Op Cit*, pág.54

En conclusión sobre esta reflexión nos quedamos con una evolución curiosa de nuestra cultura Occidental. La cultura más inconformista y masoquista de la historia. Al principio luchábamos contra nuestro destino establecido buscando el placer en lo que no debíamos y adorando a la misma muerte como compañera cercana. Ahora, sólo tenemos miedo. Al tener en nuestra mano el poder de decisión, lo único que nos invade es este sentimiento. La acentuación narcisista de cada individuo ha provocado una visión única y nada diversa del mundo. Un grave error puesto que dificulta la comprensión mutua en una relación. “Lleva tiempo (un tiempo insoportablemente largo según los parámetros de una cultura que aborrece la procrastinación y promueve en cambio la “satisfacción instantánea”) sembrar, cultivar y alimentar el deseo. El deseo necesita tiempo para germinar, crecer y madurar. A medida que el “largo plazo” se hace cada vez más corto, la velocidad con que madura el deseo, no obstante, se resiste con terquedad a la aceleración; el tiempo necesario para recoger los beneficios de la inversión realizada en el cultivo del deseo parece cada vez más largo, irritante e insoportablemente largo.”²¹

Esta idea aparece yuxtapuesta a la actitud de que enseguida podemos rendirnos y buscar otro “objeto” para poseer. La situación del amor a día de hoy se vuelve más terrorífica, una vez que la analizamos detalladamente. Aunque algunos individuos no tengan tan acentuado lo anterior comentado, las nuevas generaciones ya han asimilado como propios estos cambios en los modos de darse la afectividad: “A veces resulta difícil distinguir la adoración del amado de la adoración a uno mismo; se puede atisbar el rastro de un ego expansivo pero inseguro, desesperado por confirmar sus inciertos méritos por medio de su reflejo en el espejo o, mejor aún, de un adulator retrato, laboriosamente retocado. ¿No es cierto, acaso, que algo de mi valor único se le ha contagiado a la persona del yo (repito: que yo mismo, ejerciendo mi soberana voluntad y capacidad) he elegido, la que he elegido entre la multitud de personas comunes y corrientes para que sea mí, y sólo mí, compañera?”²²

Inseguridad, miedo y soledad son unos de los diversos traumas que está padeciendo el individuo del siglo XXI. Lo único que quieren es refugiarse en sí mismos con ayuda y medio de otra persona. Lo que no tienen en cuenta es que todos los traumas no desaparecerán sin más, siempre seguirán ahí, a no ser que se enfrenten. Por desgracia nos acomodamos a ser unos cobardes y culpar a otras personas de nuestros fracasos emocionales.

²¹Bauman, Z, *Op Cit*, pág.27

²²Bauman, Z, *Op Cit*, pág.34-35

3.2.2 EL DESEO COMO OBJETO

Actualmente, el objeto es el reflejo del individuo que igualamos en valor a este. Este concepto será el que detallaremos con más calma en este apartado. Deseamos y anhelamos a un individuo para establecer una relación similar a la que está determinada por el consumo de un objeto, hasta que al final de nuestro interés se haya sucumbido a nuestros deseos satisfechos: "Ese esfuerzo infinito también es una labor amorosa. El amor estalla energía creativa; una y otra vez esa energía se libera a través de una explosión o de un flujo constante de destrucción."²³ Ese esfuerzo se considera como una labor en el amor donde se libera esa sensación de satisfacernos constantemente hasta su final. Una vez destruido el deseo se busca otro objeto. El límite está prácticamente desaparecido y únicamente es la constante obsesión por satisfacer momentáneamente ese deseo. La explicación se encuentra de nuevo en ese capitalismo flexible en el que la última finalidad es la idea de un individuo poderoso, autónomo hasta límites indefinidos, el triunfador y narcisista sujeto contemporáneo cuya última finalidad es consumir.

Pero no todo se limita al aspecto de consumo como forma de vida, también podemos observar un gran cambio respecto a la intimidad del ser humano. Con intimidad nos referimos al modo como se estructuran las relaciones sexuales. El ámbito íntimo ha sido desprivatizado, y la ocupación del ocio en actividades consumistas ya no necesita cuajar en discusiones. Es verdad que subsisten los debates en las academias, foros diversos, etc..., pero en muchas ocasiones son producto de las editoriales, emisoras, etc..., que consolidan un nuevo negocio: la discusión adopta la forma de un bien de consumo, es susceptible de organización, y el raciocinio es asunto de taquilla o de índices de audiencia. La discusión es, hoy por hoy, un negocio, y la posición y la contraposición deben respetar ciertas reglas de juego para que sea posible su conversión en un espectáculo aceptable. Aunque en este momento hay una gran revolución sexual bastante profunda sacando temas tabús a la luz, intentando por todos los medios su propia expresión individual. En este párrafo Giddens lo explica: "La intimidad implica una absoluta democratización del dominio interpersonal, en una forma en todo homologable con la democracia en la esfera pública. Hay todavía más implicaciones. La transformación de la intimidad puede tener una influencia subversiva sobre las instituciones modernas consideradas como un todo. La esfera social, en la que la realización emocional sustituye a la meta del crecimiento económico, sería muy diferente de los que hemos conocido hasta el presente. Los cambios que afectan ahora a la sexualidad son revolucionarios, no en la superficie sino en profundidad."²⁴

²³Bauman, Z, *Op Cit*, pág.35

²⁴ Giddens, A, *La transformación de la intimidad*, pág 5.

Como ya hemos analizado, desde la antigua Grecia quedó establecida una división por un orden en los roles de sexo con su respectiva función. Hasta el siglo XIX, con la aceptación del voto femenino y acompañada de una lucha constante alargada a nuestros días en el feminismo, la sociedad se vio llevada a cambios en los modos de modalizar las relaciones sexuales de acuerdo con las reivindicaciones feministas y la lucha vinculada a la anticoncepción. Liberadas de los papeles asignados a la mera reproducción, las mujeres luchaban y siguen reivindicando una sexualidad libre de la vinculación a dichas funciones reproductivas. Todo ello, producía simultáneamente cambios en el concepto y los modos de darse y producirse las relaciones de pareja, que fueron modificándose a lo largo de todo el siglo XX, pretendiendo socavar las bases de una moral formal asentada en unas bases conservadoras.

3.2.3 RELACIÓN COMO INVERSIÓN EN LA BOLSA DE VALORES

Otra de las características de las relaciones afectivas actuales es concebir las relaciones como si de una inversión económica se tratara. Podríamos así establecer un paralelismo y una similitud con la inversión en bolsa, en el sentido de que en ambos casos se corren riesgos.

Tenemos establecido que lo que inviertes en alguien y una vida en común debe producir sobre todo ganancias, puesto que inviertes mucho esfuerzo y tiempo en querer que funcione la relación. El problema está cuando hay temporadas de bajas ganancias y sólo hay dificultades. El tiempo que guardas esta acción es con la esperanza de que con el tiempo te de satisfacciones a largo plazo, pero cuando algo falla fuera de nuestra conciencia es cuando comenzamos a desesperarnos. Cambiamos las acciones cuando se ven que van a dar más satisfacción e ingresos mayores. La cuestión se concreta en el hecho de que el límite entre objeto, dinero y personas se ha desestabilizado, está prácticamente deshabilitado de unos valores más asentados, nos obsesionamos por darle todo el mismo valor poniendo por delante la economía y el bien de uno mismo. Bauman lo resalta aquí: “Una relación, le dirán los expertos, es una inversión como cualquier otra: usted le dedica tiempo, dinero, esfuerzos que hubiera podido destinar a otros propósitos, pero que no destino esperando hacer lo correcto, y lo que usted perdió o eligió no disfrutar se le devolverá en su momento, con ganancias. Usted compra acciones y las conserva durante todo el tiempo que prometen aumentar su valor, y las vende rápidamente cuando las ganancias empiezan a disminuir o cuando otras acciones prometen un ingreso mayor.”²⁵

Pero invertimos en las relaciones como se hace en la bolsa de valores, por la búsqueda de una seguridad, por la cercanía de una persona, puesto que el ser humano y la soledad no suelen llevarse muy bien. Por tanto, buscamos un compañero o compañera que nos alabe y esté disponible siempre que

queramos nosotros. Los seres humanos estamos capacitados para realizar todas estas tareas pero como hemos mencionado, somos seres imperfectos, cometemos ciertos errores inevitables. Otro de los grandes problemas es que el interés está afectando mucho a las relaciones afectivas. Las expectativas de una perfección imposible y el interés son un gran agravante en contra del compromiso y el amor: “Si usted invierte en una relación, el provecho que espera de ella es en primer lugar seguridad, en sus diversos sentidos: la cercanía de una mano que ofrezca ayuda en el momento en que más la necesite, que ofrezca socorro en el dolor, compañía en la soledad, que ayude cuando hay problemas, que consuele en la derrota y aplauda en las victorias; y que también ofrezca una pronta gratificación. Pero escuche esta advertencia: las promesas de compromiso en una relación, una vez establecida, “no significan nada a largo plazo””²⁶

Todos estos inconvenientes retrasan más la idea de un compromiso más cercano y duradero. Las promesas en un compromiso pasan a último lugar puesto que lo que más importa es si observamos viabilidad con esa persona, si nos causara una pérdida importante la pérdida, en el caso de que falle la unión. Debemos tener en cuenta y mucho, los altibajos que solemos tener en las relaciones y más, en compromisos de años.

“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 causara la pérdida de alguna inversión importante(tiempo, dinero, propiedades compartidas, hijos). Pero estos factores “tienen altibajos, al igual que los sentimientos de compromiso de las personas””²⁷

3.3. Fracaso de la afectividad

En este punto vamos a desarrollar cómo cada individuo tiene un desarrollo afectivo distinto y las distintas formas de evolución de ello.

A pesar de la anterior cuestión planteada, existe el concepto de refugio como apoyo total que asimilamos en nuestra pareja. Las personas buscamos en otras un refugio donde establecer un fuerte seguro, aunque también Bauman profundiza este concepto como la propia condición de los refugiados actuales, nunca en su tierra, siempre encerrados y siempre en un territorio provisional. Dejando a un lado este concepto, debemos nombrar la complejidad de nivel de implicación que se ven expuestos los individuos al hacerse de apreciar por las mismas familias de su pareja, implicando así su lucha por conseguir el afecto de una familia a la que no pertenece.

²⁵Bauman, Z, *Op Cit*, pág.29

²⁶Bauman, Z, *Op Cit*, pág.30

²⁷Bauman, Z, *Op Cit*, pág.29

“Así que nos quedamos desarmados una vez más. En este caso, cuanto más remedios ponemos peor puesto que es otro signo más de que no aceptamos la realidad y la parte negativa de la vida: ‘La gente busca pareja y “establece relaciones” para evitar las tribulaciones de la fragilidad, sólo para descubrir que esa fragilidad resulta aún más penosa que antes.”²⁸

Dejando a un lado la idea de refugio y el ámbito familiar, también podríamos hablar de la toma de decisiones que suelen tomar las parejas para mejorar su afectividad. En ocasiones, el carácter comercial del amor queda bien expresado en los rituales de casamiento, que expresan la idea de negociar valores adquiridos. Con ella se establece un compromiso mayor en la relación para fomentar un nuevo principio con la idea de ir a más implicación emocional. Hay que tener en cuenta que estos ritos con carácter comercial provocan una realidad paralela alejada de lo negativo en una relación.

Lo que queremos decir con todo lo expuesto anteriormente es que hay diversos factores donde los seres humanos nos esforzamos por mejorar e incluso buscar una afectividad más eficiente. El error que se comete es la nula asimilación de la realidad y de cómo es el amor. El fracaso de la afectividad está existiendo por todos estos factores pero sobre todo por el miedo a entender la realidad. Nos educan en una sociedad donde el fracaso no es una opción y cuando ocurre es cuando no sabemos afrontar realmente la realidad.

La afectividad está fracasando como conclusión en este apartado. Sólo hay una forma de resurgir la afectividad aceptando la realidad y afrontando la vida.

²⁸Bauman, Z, *Op Cit*, pág.43

3.4. EROS VS CONSUMO

En este último apartado planteamos un análisis final de las distintas observaciones que nos muestran en la actualidad tanto por parte del consumismo como por Eros (amor) hacia lo que provoca en el individuo, dónde se observará una lucha entre el ego, el miedo hacia el fin, una sociedad de cansancio y de consumismo, y la mera vida.

Los individuos, cada vez más gobernados bajo el régimen del “yo”, tienen enormes dificultades, en las sociedades contemporáneas, para establecer afectos sólidos y duraderos. Por ello, cada día es más complicado establecer vínculos afectivos. La sociedad actual nos homogeneiza, eso implica una pérdida total respecto a la diferencia con el otro, eliminando la negatividad y favoreciendo así la igualdad al consumo, para que se pueda consumir de la misma forma. Esto hace que se pierda el significado de los objetos e incluso individuos. Byun Chul Han se refiere en este apartado a lo que aludimos: “La cultura actual del constante igualar no permite ninguna negatividad del atópico. Comparamos de manera continua todo con todo, y así lo nivelamos para hacerlo igual, puesto que hemos perdido precisamente la atopía del otro. La negatividad del otro atópico se sustrae del consumo. Así, la sociedad del consumo aspira a eliminar la alteridad atópica a favor de diferencias consumibles, “heterotópicas”. La diferencia es una positividad, en contraposición a la alteridad. Hoy la negatividad desaparece por todas partes. Todo es aplanado para convertirse en objeto de consumo.”²⁹

Todo esto realza más la postura del ego o narcisismo. Cada individuo no terminará nunca de conocer al otro puesto que lo que se busca en el resto es a sí mismo. De esta forma solo provoca un constante ahogo ensimismado. No solo se obtiene la pérdida de los valores de cada individuo añadiendo el *alter ego* de uno mismo en su esplendor en una búsqueda infinita de sí mismo. También la cultura de masas y el mercado influyen en los deseos o posturas de uno mismo, haciéndolos más conformes a los deseos que en vez de ser creados por ellos mismos, han sido impuestos en su imaginación. El juicio de Byung Chul Han se asemeja a lo que acabo de indicar: “A su juicio, el sujeto moderno percibe cada vez más sus deseos y sentimientos de manera imaginaria a través de mercancías y de las imágenes de los medios. Su imaginación está determinada sobre todo por el mercado de los bienes de consumo y la cultura de masas.”³⁰

²⁹ Byung-Chul, H, *Op Cit*, pag.5.

³⁰ Byung-Chul, H, *Op Cit*, pag.30.

La cultura de masas (Fig.9) también nos ha influido en el miedo hacia la muerte intentando evitarla constantemente. Incide en la mera vida olvidándonos de la plena felicidad, el amor... sentimientos que implican eternidad en el tiempo porque viven en nosotros. La sociedad de ahora quiere convertirnos en supervivientes, en meros supervivientes, ignorando que lo vital no se mide cuantitativa, sino cualitativamente, y todo ello mediante la distinción de la misma vitalidad o capacidad de la mera vida: “El neoliberalismo, con sus desinhibidos impulsos del yo y del rendimiento, es un orden social del que ha desaparecido por completo el Eros. La sociedad positiva, de la que se ha retirado la negatividad de la muerte, es una sociedad de la mera vida, que está dominada tan solo por la preocupación de “asegurar la supervivencia en la discontinuidad”. Y esa es la vida de un esclavo.”³¹

Por ello, el desarrollo del Eros contemporáneo niega la mera vida implicando que los esclavos del trabajo, no serán capaces de experimentar experiencias eróticas u deseos. Eros es un todo, un dar por otra persona y olvidarse de la felicidad individual por un momento. La renuncia a sí mismo hace hincapié en aceptar nuestro destino inevitable, hecho que muchos individuos no asimilan. En una sola frase: “El amor es una conclusión absoluta porque presupone la muerte, la renuncia a sí mismo.”³²

Y así es como la lucha constante con la eterna sociedad del cansancio, con sus sujetos aislados en sí mismos y en pleno rendimiento, incrementa la pérdida de la valentía, la acción común y un nosotros. Eros y la sociedad de ahora están en guerra. Cada uno sabe con claridad sus valores y razones, pero el constante enfrentamiento es inevitable. Esta eterna lucha la plantea también Byung Chul Han: “El alma, impulsada por el Eros, produce cosas bellas y sobretodo acciones bellas, que tienen un valor universal. Esa es la doctrina platónica. En contra de lo que en general se cree, no es enemiga de los sentidos y del placer. Pero si el amor se profana para convertirse en sexualidad, tal como hoy en día sucede, el rasgo universal del Eros se aleja de él.”³³



Fig.9. Campaña Media Mark.

³¹ Byung-Chul, H, *Op Cit*, pag.22.

³² Byung-Chul, H, *Op Cit*, pag.21.

³³ Byung-Chul, H, *Op Cit*, .pag.34.

Por concluir esta reflexión de las consecuencias y causas finales de este apartado nos queda por añadir que Eros en el horizonte nos observa como le damos la espalda. No queremos aceptar que las relaciones afectivas no es todo amor y sexo, también hay dolor y sacrificio. Nos estamos convirtiendo en unos niños pequeños caprichosos que no quieren aceptar el final para todos y el narcisismo hace que nos usemos unos a otros. Aún no se sabe quién va a reinar con totalidad, aunque la sociedad del cansancio está ganando terreno. Pero Eros sigue en el horizonte con fe de que algún día volvamos a mirarle a la cara y aceptemos la realidad.

4. REFERENTES ARTÍSTICOS

A lo largo de la historia del arte podemos apreciar como en distintas épocas y en diversos artistas han querido plasmar su significado en el amor, incluso buscando la interpretación del momento de mayor amor en una relación. Lo más interesante de ello es que hay ejemplos en todo tipo de técnicas e interpretaciones. En escultura con Auguste Rodin y sus obras de El beso o Fugit amor (Fig.11). También Antonio Canova y Psique reanimada por el beso del amor (Fig.10).



Fig.10. *Psique reanimada por el beso del amor*. 1793, Antonio Canova.



Fig.11. *Fugit Amor*. 1887, Auguste Rodin.

En pintura podemos observar a Gustav Klimt en su famosa obra El beso (Fig.12); Henri de Toulouse Lautrec con sus dos obras de El beso y Los amantes (Fig.13), creando ejemplares de momentos íntimos en las relaciones amorosas cuando nadie mira.



Fig.12. *El beso*. 1908, Gustav Klimt.



Fig.13. *el beso*. 1892, Toulouse-Lautrec.

También tenemos a René Magritte con su beso de los amantes dónde muestra como concepto el deseo prohibido. Edward Munch representa a su estilo el amor con su cuadro El beso (Fig.14), los amantes se van envolviendo con la oscuridad del fondo de la ciudad. Incluso Roy Lichtenstein y sus cuadros a lo grande versionando grandes dramas amorosos, como su obra Oh Jeff... I love you too... But...



Fig.14. *El beso*. 1897, Edvard Munch.

Podemos encontrarnos también conceptos más abstractos, el artista David Hockney con su obra *Third love painting* (Fig.15) quiere hacer alusión a las relaciones amorosas reales e imaginarias entre las dos partes de una relación. Por último, está Raymond Leech con sus diversas obras de besos de despedida en las estaciones de tren (Fig.16).



Fig.15. *Third love painting*. 1960, David Hockney.

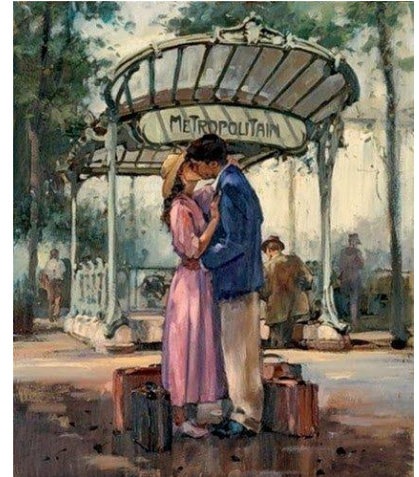


Fig.16. *Trainkiss*. 1949, Raymond Leech.

Todas estas obras históricas nombradas con anterioridad tienen un concepto en común. La búsqueda por representar lo más puro, lo más deseado y natural en una relación afectiva. Algunos se basaron en un romanticismo más real y otros en el deseo propio egoísta por lo prohibido pero todos ellos lo representan como el beso, un momento físico donde dos son uno.

En cuanto a los referentes artísticos en base a la forma o concepto, seleccionamos diversos. No hemos querido centrarnos tanto en los fotógrafos puesto que el mensaje del trabajo es muy importante y hemos querido aprender a expresarnos mejor desde la crítica como estos artistas.

Uno de los artistas que hemos seleccionado como concepto es Peter Clough, especializado en instalaciones y performance con un trasfondo crítico sexual y excéntrico. En ese trasfondo crítico de su discurso hace referencia nuestro trabajo y, como antepone el discurso ante la obra. Realzando importancia a su base teórica destacando así la imagen.(Fig.17)



Fig.17. *You are what you eat.* 2016, Peter Clough.

Asimismo, el artista activista Vermibus. Todos sus proyectos se basan en una crítica a la sociedad, belleza y, sobretodo, a la publicidad. Realizando intervenciones en el espacio público de los lugares de publicidad común. La idea de obtener una imagen publicitaria con la intención de modificarla hacia un discurso propiamente crítico es en lo similar que se asemeja al trabajo realizado.(Fig. 18 y 19)



Fig.18. *Dissolving Europe.* 2014, Vermibus.



Fig.19. *In absentia.* 2014, Vermibus.

En la forma, Joe Webb con sus obras diversas de collage e imaginación, usando un discurso también crítico aunque la fijación es en su técnica en edición digital. Ese control preciso y limpio en cada pieza, donde nos ha inspirado para referenciar el trabajo. Mezclando distintos elementos en una sola imagen. (Fig. 20 y 21)



Fig.20. *Unmasked*. 2017, Joe Webb.

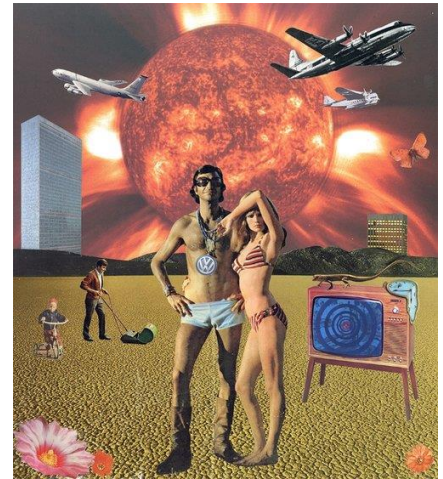


Fig.21. *Agenda 21*. 2017, Joe Webb.

El colectivo Brandalism ha sido también un referente, con sus creaciones puestos en carteles publicitarios. En base a esa forma de acción han realizado múltiples críticas en espacios publicitarios al consumo y la sociedad. La referencia con este colectivo fue el uso irónico en sus realizaciones y carteles en el espacio público desde una imagen clara y concisa.(Fig.22)



Fig.22. *La hoja del 48*. 2012, Brandalism.

En fotografía, podría destacar a dos fotógrafos que me ha ayudado a inspirarme a realizar una imagen más limpia, concisa y natural de mi obra. Chema Madoz, con su estilo sutil y de doble sentido, realiza unas fotografías con su edición digital impecables, con una gama de poca importancia cromática. El estilo de doble sentido y con formas más sutiles ha sido una base importante en este trabajo dónde ayudo a con este aspecto poder realizar una crítica irónica.(Fig.23)



Fig.23. *Nada es lo que parece*. 2014, Chema Madoz.



Fig.24.*La balada de la dependencia sexual*. 1960, Nan Goldin.

Y Nan Goldin, la cual fue fiel a su estilo único, dónde siempre se recreó en su vida, en el mundo de las drogas y en la de los travestis. Aunque su estilo fotográfico se caracterizó también por su claridad y colores algo saturados. Nos referenciamos en su forma natural de plasmar la realidad que estaba viviendo o observando, incluso su forma de composición en sus imágenes con elementos centrales en relación a personas.(Fig. 24 y 25)



Fig.25.*La balada de la dependencia sexual*. 1960, Nan Goldin.

5. MARCO PRÁCTICO. EROS VS. CONSUMISMO

Pasamos en este apartado a exponer los pormenores de la práctica, los problemas que nos hemos encontrado y las soluciones finales que hemos adoptado. En primer lugar, al dividir en 4 conceptos las intenciones de representación en la obra, pensamos que tres de ellos, eran perfectos para que se pudieran interpretar mediante la ayuda de parejas afectivas de la misma realidad. El concepto de narcisismo, llamado como cuerpo objeto, debíamos realizarlo a través de individuos aislados, para representar a la perfección este apartado.



Fig.26. Fotografía de pruebas antes de la obra final.

Antes de llegar a la obra final del trabajo se realizaron distintas pruebas, se obtuvieron fallos y diversos descartes.(Fig.26) Al principio la intención fue un intento de realizar un escaso número de imágenes para ligarlas con una instalación. Pensamos diversas formas de instalaciones, mediante elementos de tiempo, plásticos o materiales que simularían el mundo líquido como concepto o incluso la realización de una exposición única de 4 fotos de más de un metro de altura y anchura. Todo lo terminamos de encauzar cuando decidimos realizar con 3 parejas y cuatro individuos distintos las sesiones de fotos bajo distintos discursos que se habían decidido plasmar en la práctica. Al realizar tantas imágenes logramos decidirnos a seleccionar una serie de 12 fotografías pero tuvimos otro problema: La relación de todas las imágenes bajo el mismo discurso distinguiéndolas en sus conceptos propios. Pensamos en editar las imágenes con mensajes claros o poner en todos los individuos el código de barras. Al final, decidimos que lo original y nuevo tenía más cabida, creando un nuevo diseño con misma función de enlace y mismo significado que nos interesaba(Fig.27 y 28).



Fig.27. Fotografía hecha en la exposición del detalle de símbolo.

En segundo lugar, una vez habíamos contactado con todos ellos, seleccionamos diversos sitios distintos. La gran mayoría de los espacios seleccionados eran exteriores, menos varias de las piezas que realizamos en el concepto de narcisismo. Seguidamente, quedamos con cada pareja en un lugar cercano y que fuera cómodo, a pesar de ser público. La obra tiene dos localizaciones distintas, Valencia y Villena.

Para cada concepto y lugar preparamos el escenario, indicando a los modelos su actitud e intenciones, con el incentivo de que en vestuario fueran sobre todo ellos mismos. Antes de explicar al modelo o modelos su actuación, tuvimos que pensar con detenimiento de qué forma y, qué acciones debíamos indicar para un entendimiento y acercamiento hacia la imagen deseada. La intención fue bastante conseguida aunque tuvieron que actuar, de alguna forma resulto ser un ambiente relajado y natural. La cámara que usamos fue el modelo Canon 1100D. (Fig. 29,30,31,32)



Fig.28. Logo Amor líquido.



Fig.29.Sesión con la pareja de falso romance.

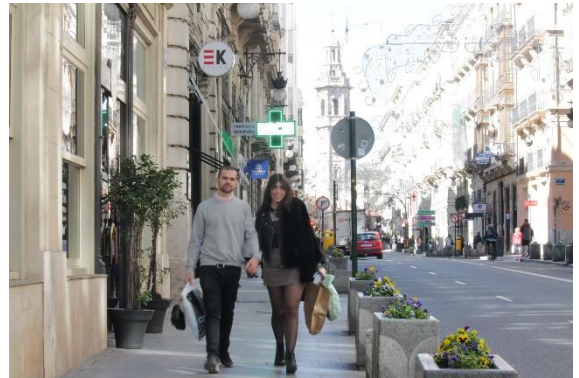


Fig.30.Sesión con la pareja consumismo.



Fig.31.Sesión con la pareja redes sociales.



Fig.32.Sesión con uno de los que posaron para cuerpo objeto.

Una vez acabadas todas las sesiones planificadas, realizamos la selección de 12 en total. Las editamos con una luz homogénea y una gama cromática muy poco saturada con pequeños toques de color en ciertos elementos uniformes en conjunto de la serie. Con una composición donde predomina el elemento, en este caso el individuo, como protagonista en la imagen. O realizando en algunas la regla de los tres tercios para dar más atención a la pareja o persona. Y posteriormente, obtuvimos la solución de relacionarlas con el discurso, con el símbolo que se diseñó para representar al consumismo.

En cada imagen una vez editadas con una luz con intención de que fuera uniforme y parecida en la serie total, pensamos dónde disponer el diseño en cada imagen, con intenciones tanto sutiles como directas, para que a primera vista de cada imagen se percibiera el mensaje.

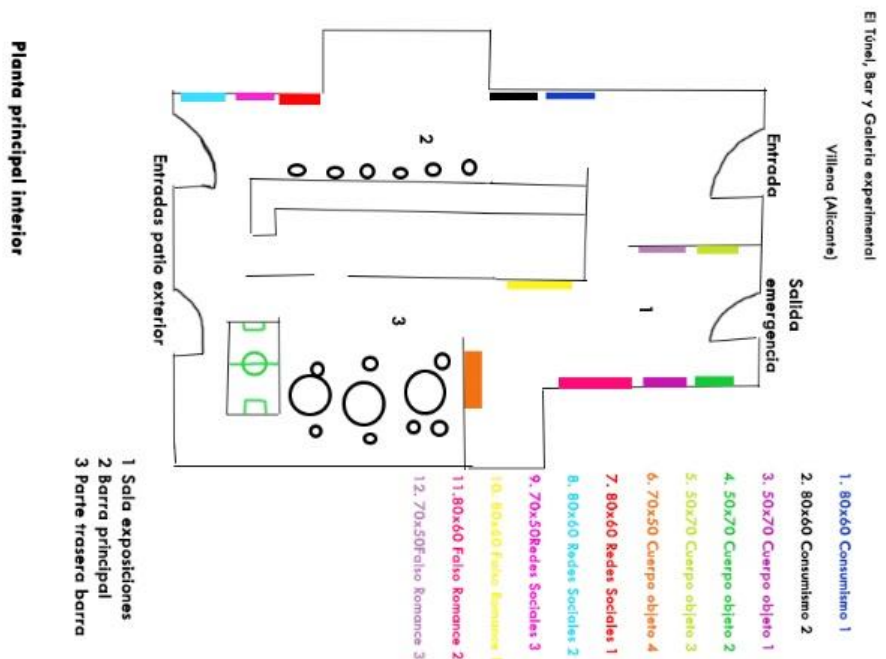


Fig.33. Plano de la galería con la disposición de la obra

Finalmente, después de ver las obras acabadas digitalmente, decidimos organizar una exposición individual, Eros VS Consumismo, la cual estuvo expuesta durante un mes, desde el 25 de mayo hasta el 25 de junio de 2018. Las piezas se imprimieron en papel fotográfico con base de cartón pluma para darle ese carácter frágil como la esencia de las relaciones afectivas. Unas 6 obras de tamaño a 80 x 60 cm y las otras 6 de 50 x 70 cm. La publicidad hace uso de grandes tamaños en sus soportes para generar atención al espectador y ser capaz de mostrar con claridad sus mensajes. Por ello, decidimos usar tamaños bastante grandes con la misma intención que tiene la publicidad. La exposición se realizó en la provincia de Alicante, Villena, en el Túnel Galería experimental. El proceso de montaje fue elaborado pero conciso y claro. En el mismo, dividimos el lugar en cuatro zonas (Fig.33) donde se establecían los cuatro conceptos. Primero a la entrada podíamos observar las dos imágenes que

componían el consumismo, después el tríptico de las redes sociales y, en el interior de la galería, se dividía en dos partes, la interior del falso romance y la que da a la parte más cerca del exterior al cuerpo objeto. Los resultados fueron satisfactorios puesto que la gente realizaba y entendía el recorrido en el que se había pensado. También realizamos un video promocional y un catálogo de la misma exposición, dónde los enlaces se podrán encontrar en este apartado. (Fig.34,35,36,37,38)

Catálogo Eros VS Consumismo:

https://issuu.com/lachicapajara/docs/catalogo_eros_vs_consumismo_beatriz

Videos exposición Eros VS Consumismo: <https://vimeo.com/272642673>
<https://vimeo.com/273322769>



Fig.34. Tríptico de redes sociales.



Fig.35. Díptico de consumismo.



Fig.36. Tríptico falso romance.

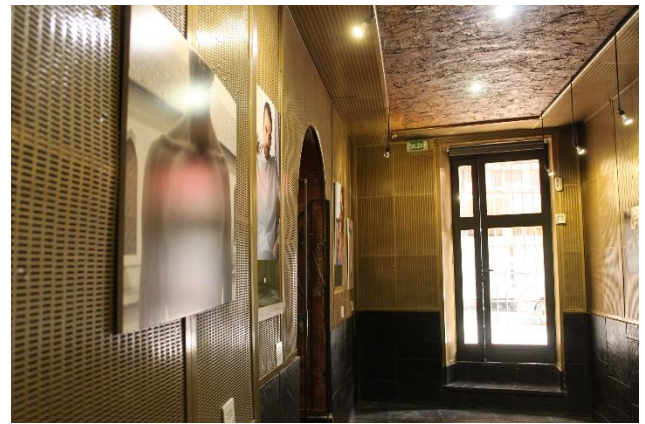


Fig.37. Fotografías de cuerpo objeto.

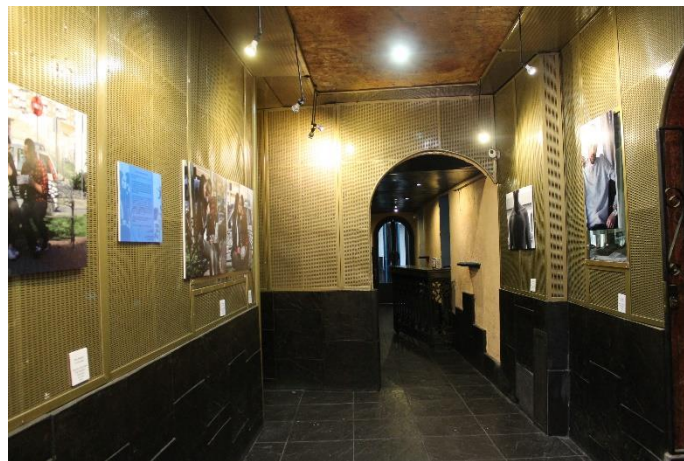


Fig.38. Plano general galería interior.

EROS VS CONSUMISMO: SERIE FOTOGRÁFICA

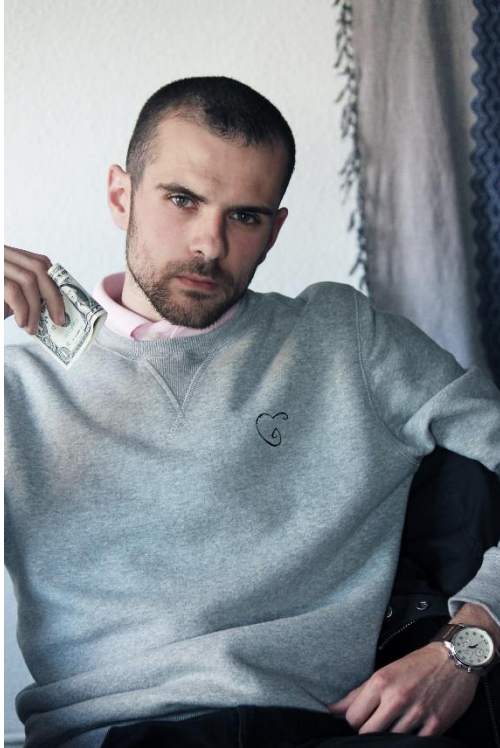


Fig.39.*Pau*. 50 x 70 cm. Concepto cuerpo objeto.



Fig.40.*Free nipples*. 70 x 50 cm.
Concepto cuerpo objeto.



Fig.41. *Lourdes*. 50 x 70 cm. Concepto cuerpo objeto.



Fig.42. *Ass, ass, baby!*. 50 x 70 cm.
Concepto cuerpo objeto.



Fig.43. *La mejor forma de demostrar amor.* 70 x 50 cm. Concepto falso romance.



Fig.44. *Flores para otra flor.* 80 x 60cm. Concepto falso romance.



Fig.45. *Muestra de amor 100%.* 80 x 60 cm. Concepto falso romance.

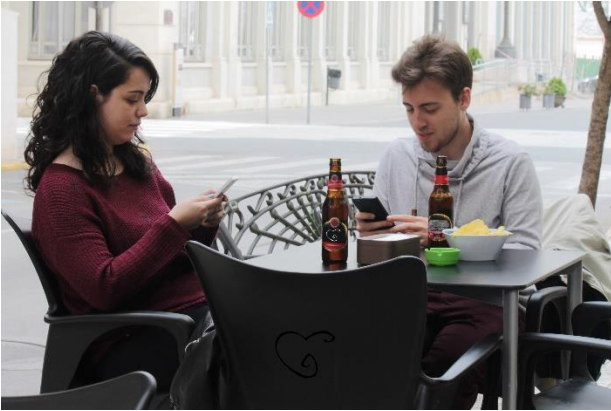


Fig.46. Gran plan. 80 x 60 cm. Concepto redes sociales.



Fig.47. Se pone interesante... 70 x 50 cm. Concepto redes sociales.



Fig.48. Lo más interesante de ahora. 80 x 60 cm. Concepto redes sociales.



Fig.49. *Paseo vacío*. 80 x 60 cm. Concepto consumismo.



Fig.50. *Cariño, la chaqueta!*. 80 x 60 cm. Concepto consumismo.

6. CONCLUSIÓN

Para finalizar, es necesario realizar un resumen conciso de las condiciones determinantes de este trabajo. Por ello, analizaremos si se cumplen los objetivos planteados. Desde una perspectiva más autocrítica se puede indicar que los objetivos se han conseguido en la mayor medida. Remarcar que hay satisfacción al cumplir el objetivo principal de relacionar todo en uno, resultando una obra satisfactoria a pesar de las dificultades que se habían dado. En la obra cabe por añadir que se ha conseguido técnicamente un resultado bueno, consiguiendo la intención principal: generando un discurso con toda la serie y guardando a la vista una crítica de discurso.

En alguna ocasión o imagen es posible que haya habido un exceso de edición de la imagen, pero todo ello ha sido para obtener resultados más reales respecto al símbolo en sus apariciones, aunque cabe destacar la gran evolución tanto en la investigación como el resultado final de la obra. Por este motivo, pensamos que el proyecto es un buen trabajo, que nos ha servido para aprender a resolver dificultades y siendo capaces de evolucionar hacia una base mucho más madura.

En cuanto a la postproducción, se produjo una gran organización por la exposición y gracias a ello, hemos podido experimentar las reacciones del público y observar grandes resultados en sus reacciones. La mayoría advertían a simple vista la crítica que tenía relación con la serie, comprobando que resolvimos con bastante satisfacción los problemas en la producción.

Pensamos que el proyecto contiene una cohesión formal y técnica con lo que pretendíamos. La imagen llama la atención y hace alusión en sus mentes hacia la crítica en la que está asentada. Del mismo modo, la memoria ha sido realizada con una explicación y teoría clara, concisa y relacionando la investigación el cual se ha apoyado todo el proyecto.

Por acabar, faltaría realizar una valoración general, podemos añadir que este trabajo ha sido el resultado de una evolución de casi un año más el nexo de unión de los años de la carrera y aprendizaje. Por lo que la realización ha supuesto un gran avance y reto como la maduración de trabajar en un proyecto mucho más serio. Gracias a ello, he aprendido a saber avanzar en los nuevos proyectos que se planteen en un futuro.

7. Bibliografía

Índice de imágenes

Fig.1: https://es.wikipedia.org/wiki/Laocoonte_y_sus_hijos

Fig.2: [https://es.wikipedia.org/wiki/Los_desposorios_de_la_Virgen_\(Rafael\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Los_desposorios_de_la_Virgen_(Rafael))

Fig.3: https://es.wikipedia.org/wiki/Hermanidad_Prerrafaelita

Fig.4: <https://aterrien.wordpress.com/2010/12/01/she-is-a-thing-of-beauty/>

Fig.5: <https://laughingsquid.com/billboard-liberation-front-hits-stella-artois-billboard-in-new-york-city/>

Fig.6: <http://www2.oberlin.edu/images/267/267c.html>

Fig.7: <https://www.redpepper.org.uk/a-right-to-reply/>

Fig.8: <http://www.actitudfem.com/tecnologia/nuevo/apps/app-que-compara-selfies-con-obras-de-arte>

Fig.9: <http://margafernandez.blogspot.com/2016/01/ser-feliz-cuesta-muy-poco-nueva-campana.html>

Fig.10:

https://es.wikipedia.org/wiki/Psique_reanimada_por_el_beso_del_amor

Fig.11: <http://www.musee-rodin.fr/es/colecciones/esculturas/fugit-amor>

Fig.12: [https://es.wikipedia.org/wiki/El_beso_\(Gustav_Klimt\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_beso_(Gustav_Klimt))

Fig.13: <https://historia-arte.com/obras/el-beso>

Fig.14: [https://es.wikipedia.org/wiki/El_beso_\(pintura_de_Edvard_Munch\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_beso_(pintura_de_Edvard_Munch))

Fig.15: <http://www.tate.org.uk/art/artworks/hockney-the-third-love-painting-t06468>

Fig.16: <http://le-blog-de-mcbalson-palys.over-blog.com/2017/10/amoureux-en-peinture-raymond-leech-1949-les-amoureux-2.html>

Fig.17: <http://peterclough.net/>

Fig.18 y 19: <http://vermibus.com/>

Fig.20 y 21: <http://www.joewebbart.com/>

Fig.22: <http://brandalism.ch/>

Fig.23: <http://www.chemamadoz.com/>

Fig.24 y 25: <https://oscarenfotos.com/2017/07/23/la-balada-de-la-dependencia-sexual-de-nan-goldin-serie-completa-y-comentada/>

Fig.26: Pieza de prueba. Foto de la autora.

Fig.27: Fotografía de detalle de la exposición. Foto de la autora.

Fig.28: Logo diseñado. Foto de la autora.

Fig.29,30,31 y 32: Pruebas de las sesiones realizadas. Foto de la autora.

Fig.33: Plano de la disposición de las obras en la galería, realizado a ordenador. Foto de la autora.

Fig.34,35,36,37 y 38: Fotografías de la exposición en sala. Foto de la autora.

Fig.39,40,41,42,43,44,45,46,47,48,49 y 50: La serie fotográfica.Obra final. Foto de la autora.

Monográficos

Bauman, Z. *Amor Líquido*, El Salvador: Fondo de cultura económica de Argentina S.A., 2005.

Bauman, Z. *Modernidad Líquida*, México D.F.: Ed. FCE, 2003.

Byung-Chul, H. *La agonía del Eros*, Barcelona: EDITORIAL HERDER, S.L., 2014.

Giddens, A. *La transformación de la intimidad*, Madrid: Ediciones Cátedra, S.A., 1998.

De Rougemont, D. *Amor y Occidente*, Barcelona: EDITORIAL KAIROS S.A., 1979.

Castells, M. Subirats, M. *Mujeres y hombres: ¿un amor imposible?*, Madrid: Alianza ensayo, 2007.

Horvat, S. *La radicalidad del amor*, Pamplona: Katakarak, 2016.

Lipovetsky, G. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona: Ed. Anagrama, 2000.

Ramírez, J.A. Duchamp. *El amor y la muerte*, incluso, Madrid: Ediciones Siruela, 1993.

Azara, Pedro. *La imagen y olvido: el arte como engaño en la filosofía de Platón*, Madrid: Siruela, cop 1995.

Klibansky, Raymond. PANOFSKY, Erwin. SAXL, Fritz. *Saturno y la melancolía: estudios de historia de la filosofía de la naturaleza, la religión y el arte*, Madrid: Ediciones Alianza D.L., 1991.

Platón. *El banquete*, Madrid: Ediciones Tecnos, D.L., 1998.

Rothko, Marc. *La Realidad del Artista*, Filosofías del Arte, Madrid: Síntesis, 2004.

TFGs y TFMs:

Martí Barrachina, EM. (2014). 240 amigos 240 desconocidos.
<http://hdl.handle.net/10251/47110>. (Consulta 12/04/18)

Jiménez Peris, A. (2014). Influencia occidental en el manga y el anime.
<http://hdl.handle.net/10251/50002>. (Consulta 12/04/18)

Martínez Mayor, J. (2016). MATRIZ. FORMANDO UNA IDENTIDAD.
<http://hdl.handle.net/10251/73747>. (Consulta 12/04/18)

Beltran Porcar, A. (2011). 9 Diosas: una nueva interpretación de la imagen, del amor y la muerte. <http://hdl.handle.net/10251/14383>
(Consulta 14/11/17)

Serrano González, E. (2015). La identidad en la sombra: del registro fotográfico al retrato interdisciplinario.
<http://hdl.handle.net/10251/63484>. (Consulta 16/11/17)

Biurrun Sanz, K. (2013). Entre col y col, lechuga. Pensamiento nómada ilustrado. <http://hdl.handle.net/10251/35337>. (Consulta 16/11/17)

Rausell Lliso, A. (2014). Ut pictura poesis: simbiosis dibujo y haiku.
<http://hdl.handle.net/10251/47638>. (Consulta 16/11/17)

Páginas Web:

MADOZ, Chema. <http://www.chemamadoz.com/> (Consulta 19/05/2018)

ORTIZ, Sara.

<https://www.revistaesfinge.com/filosofia/filosofos/item/977-que-nos-ensena-platon-del-amor>(Consulta 18/05/2018)

TORRES, Arturo. Psicólogo

<https://psicologiaymente.net/psicologia/teoria-del-amor-platon#!>
(Consulta 18/05/2018)

AZCÁRATE, Patricio

<http://www.filosofia.org/cla/pla/azf05285.htm>(Consulta 17/05/2018)

Vermibus <http://vermibus.com/> (Consulta 10/04/2018)

Webb, Joe <http://www.ioewebbart.com/> (Consulta 4/03/2018)

Tinkin <http://www.tinkin.com/> (Consulta 4/04/2018)

Clough, Peter <http://peterclough.net/> (Consulta 3/03/2018)

De pajaró, F <https://www.franciscodepajaro.com/>(Consulta 6/03/2018)

Brandalism <http://brandalism.ch/> (Consulta 6/03/2018)

¿QUÉ ES LA MODERNIDAD LÍQUIDA SEGÚN ZYGMUNT BAUMAN?

<http://lanacion.cl/2017/01/10/que-es-la-modernidad-liquida-segun-zygmunt-bauman/>(Consulta 14/06/2018)

Serie completa Nan Goldin <https://oscarenfotos.com/2017/07/23/la-balada-de-la-dependencia-sexual-de-nan-goldin-serie-completa-y-comentada/>(Consulta 24/05/2018)