



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

**Análisis sobre el Amor Moderno: Influencia de las Redes Sociales -Instagram-º en la
modificación de los imaginarios románticos en las mujeres jóvenes entre los 20 y 30
años en Colombia**

Lina María Flórez Betancur

Trabajo de investigación para optar al título de Socióloga

Diana Lucía Ochoa López

Tutora

Magíster (MSc) en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural

Universidad de Antioquia

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Sociología

Medellín, Antioquia, Colombia

2026



Cita

Flórez Betancur, L. (2026)

Referencia

Estilo APA 7 (2020)

Flórez Betancur, L. (2026). *Análisis sobre el Amor Moderno: influencia de las Redes Sociales -Instagram- en la modificación de los imaginarios románticos en las mujeres jóvenes entre los 19 y 27 años en Colombia*. [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.



UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA

Vicerrectoría de Docencia



Sistema
de Bibliotecas

Seleccione biblioteca, CRAI o centro de documentación UdeA (A-Z)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

Dedicada a mí, por mi persistencia y dedicación.

Agradecimientos

Agradezco a todas las mujeres que con sus vivencias le dieron sentido a esta investigación.

Tabla de contenido

Resumen	7
Abstract.....	8
Introducción.....	9
1. Planteamiento del problema	13
2. Justificación	14
3. Objetivos.....	16
3.1. Objetivo general	16
3.2. Objetivos específicos	16
4. Problema de investigación.....	17
5. Marco teórico.....	18
5.1. La Constitución Histórica del Sujeto Afectivo: Subjetivación y Sujeción.....	18
5.2 El Deseo como Trascendental Histórico: La Articulación Foucaultiana del Sujeto Deseante.....	25
5.3 El Deseo como Eje de la Historia de la Sexualidad: Enlace el concepto de subjetividad con la investigación de Foucault sobre cómo el hombre occidental fue llevado a reconocerse como un "sujeto del deseo".	29
6. Deseo y la Experiencia del Cuerpo.....	32
6.1. Aislamiento y Estrategia.....	33
6.2. Conexión con la Identidad Afectiva	34
7. Metodología.....	36
7.1. Enfoque y Tipo de Investigación.....	36
7.2. Operacionalización de Categorías de Análisis	36
7.3. Fases Metodológicas.....	38
7.4. Instrumentos de Recolección y Análisis de los Datos	54
8. Resultados.....	56

8.1 Análisis de la Influencia de las Narrativas Visuales Promovidas por Plataformas como Instagram en las Expectativas y Prácticas Amorosas de Mujeres Jóvenes Heterosexuales, Bisexuales y Homosexuales entre 19 y 27 años en Colombia	56
8.1.1. Operacionalización de Categorías de Análisis Teórico en la Matriz de Análisis Semiótico.....	56
8.1.2. Matriz de Análisis Semiótico para el Estudio de Narrativas Amorosas en Instagram.....	59
8.2. Materialización de la Performatividad del Amor Romántico en las Relaciones Sexo-Afectivas en Mujeres Heterosexuales, Homosexuales y Bisexuales entre los 20 y 30 años en Colombia.....	78
8.2.1. La Performatividad del Amor Romántico: ¿Paradigma o Construcción Identitaria?.....	81
8.2.2. Reconfiguración de las Prácticas y Experiencias Afectivas: Autenticidad, compromiso y validación social a la luz de la seriación de casos y haciendo uso de la entrevista semi-estructurada.....	88
8.3. Amor Romántico y Consumo: Expectativas y Prácticas Sexo-afectivas como Experiencia Mercantilizada	90
8.3.1. Dinámicas Vinculadas al Capitalismo Tardío, la Globalización y las Relaciones Sexo-afectivas.	90
8.3.2. Amor Romántico y Consumo a través de la Narrativa	93
Discusión	95
Conclusiones.....	99
Recomendaciones	101
Referencias	102
Anexos	106

Lista de tablas

Tabla 1 Operacionalización de las Categorías de Análisis	36
Tabla 2 Instrumentos de Recolección de Datos - Sustento Teórico	54
Tabla 3 Matriz de Análisis Semiótico	59
Tabla 4 Operacionalización de las Categorías de Análisis - Entrevistas Semi- estructuradas	79

Resumen

El presente estudio se propuso en el marco del enfoque cualitativo de investigación y, las herramientas conceptuales que brinda la fenomenología haciendo uso de instrumentos tales como el análisis semiótico, la entrevista estructurada y la triangulación para la sistematización y análisis de los datos, analizar cómo la performatividad del amor romántico y de las relaciones sexo-afectivas entre mujeres homosexuales, heterosexuales y bisexuales, a través de las narrativas visuales y simbólicas en plataformas digitales como Instagram moldean las expectativas sociales y las prácticas amorosas en mujeres jóvenes entre los 20 y 30 años en Colombia.

Los resultados muestran que Instagram funciona como un mecanismo de poder a partir de los postulados de Foucault que mercantiliza los sentimientos (haciendo uso de los planteamientos de Illouz), al uniformar las expectativas en el amor mediante relatos visuales que asocian el éxito en relaciones con el consumo de estilos de vida, experiencias y productos visibles.

Las mujeres que fueron entrevistadas negocian de manera continua entre la búsqueda de autenticidad y la presión por confirmar sus relaciones a través de esta performatividad digital, interiorizando ideales acerca de una pareja ideal, felicidad extraordinaria y compromiso líquido tal como lo plantea Bauman.

Finalmente, el análisis concluye que las plataformas digitales transforman de manera significativa las prácticas sexuales y afectivas, lo cual crea conflictos entre el deseo íntimo y los mandatos sociales que se amplifican a través de algoritmos, afectando esto, la formación de su identidad emocional y su independencia en términos emocionales.

Palabras clave: amor romántico, Instagram, performatividad, capitalismo emocional, mercantilización, subjetividad.

Abstract

This study was conducted within a qualitative research framework, employing the conceptual tools of phenomenology and utilizing instruments such as semiotic analysis, structured interviews, and triangulation for data systematization and analysis. Its aim was to analyze how the performativity of romantic love and sexual-affective relationships among lesbian, heterosexual, and bisexual women, through visual and symbolic narratives on digital platforms like Instagram, shapes social expectations and romantic practices among young women aged 20 to 30 in Colombia.

The results show that Instagram functions as a mechanism of power, based on Foucault's postulates, that commodifies feelings (drawing on Illouz's arguments) by standardizing expectations in love through visual narratives that associate relationship success with the consumption of lifestyles, experiences, and visible products.

The women interviewed continually negotiate between the search for authenticity and the pressure to validate their relationships through this digital performativity, internalizing ideals about an ideal partner, extraordinary happiness, and fluid commitment, as Bauman describes it.

Finally, the analysis concludes that digital platforms significantly transform sexual and affective practices, creating conflicts between intimate desire and social mandates amplified by algorithms. This affects the formation of their emotional identity and their emotional independence.

Keywords: romantic love, Instagram, performativity, emotional capitalism, commodification, subjectivity

Introducción

Las plataformas digitales más allá de convertirse en una herramienta de comunicación, se han transformado en un espacio donde las personas proyectan aspectos de su individualidad. Al mismo tiempo, se han convertido en escenarios donde se piensan y se buscan referentes de vida con los cuales generar conexiones significativas, lo que ha generado un impacto profundo en la autenticidad de las prácticas culturales y las expectativas sociales, modificándolas significativamente. Estas transformaciones no solo responden a cambios tecnológicos, sino a que están intrínsecamente vinculados a las transformaciones culturales y económicas propias del capitalismo tardío y a la globalización, por medio de las tecnologías de comunicación. Plataformas como Instagram actúan como mediadores que redefinen las interacciones humanas, promoviendo una estetización de las emociones y un consumo simbólico al deber relacionarnos.

El romance en tanto práctica cultural que articula deseos, anhelos y emociones, está mediado profundamente por el contexto histórico-social en que se desenvuelva el individuo, de esta manera en las sociedades modernas se ha vinculado estrechamente a partir de ideales estéticos y mercantiles guiados por el consumo, donde ya no solo se cimenta en la idealización del hombre o la mujer perfecta, sino en la fetichización del amor como tal, un amor consumible y demostrable a partir de la acumulación de experiencias y la mercantilización de las expectativas románticas.

La cultura, en tanto se construye a partir de las interacciones del individuo con su realidad objetiva, puede ser modificada por las diferentes normas, símbolos y lenguajes implícitos en la sociedad, viéndose profundamente transversalizada por los ideales presentes en las plataformas digitales, las diferentes manifestaciones performáticas frente a la idea del buen vivir, entiéndase esto como las nociones posmodernas del cómo se refleja o como se manifiesta una persona “feliz”, ejercen una gran influencia o incluso pueden llegar a definir las emociones colectivas, este contexto crea nuevas dinámicas de socialización y representación del romance. Tal como lo plantea Halberstam (2018) entonces se puede entender una persona feliz como una persona de éxito, que no es una persona autónoma o *self-made*, sino producto de un sistema de filtración de las élites que incluye un sujeto formado y significado a través de “las mejores universidades”, “los clubes sociales

correctos”, “las redes familiares y/o corporativas”, lo que los hace en términos académicos, analíticos y en posicionamiento social, “los más brillantes”, pero carentes de experiencia virtual y sabiduría de manera transversal.

Toda esta transformación afecta particularmente a las mujeres, quienes históricamente han sido el foco receptor a las nociones románticas y utópicas del amor romántico, desde los libros, las novelas, el cine, el mercado y ahora las redes sociales, han generado una despersonalización frente al cómo se debe construir realmente una relación sexo-afectiva y cuáles son los ideales y/o las herramientas que determinan el deber ser frente al amor.

Las plataformas digitales no solo sirven como espacios para la interacción, sino que también configuran narrativas emocionales que afectan las expectativas amorosas. En palabras de Illouz (2003) las emociones en este contexto se convierten en mercancías simbólicas moldeadas por marcos culturales que estandarizan cómo deben sentirse y expresarse los vínculos afectivos. Así, la imaginación romántica digital se construye a partir de esquemas visuales y narrativos que idealizan las relaciones, provocando una tensión constante entre lo deseado y lo real.

Para Zygmunt Bauman (2003), en su libro “Amor Líquido” las relaciones modernas son intrínsecamente frágiles debido a la naturaleza transitoria y volátil de los vínculos, para Bauman las plataformas digitales amplifican esta fragilidad en tanto convierten las relaciones en un proceso de consumo rápido y desechable, donde las conexiones se establecen en pro de una satisfacción inmediata, careciendo de profundidad y permanencia, por lo que la idea del amor termina cayendo en un ciclo eterno de insatisfacción perpetua en tanto ingresa en las lógicas de consumo, donde la búsqueda de la “pareja ideal” se asemeja a la adquisición de un producto, sometido a la lógica de la oferta y la demanda global.

Los medios gráficos y visuales propios de la era tecnológica tienen un impacto directo en las experiencias amorosas, Illouz (2019) lo denomina como experiencias anticipadas, y son todas estas narrativas que moldean los esquemas culturales y desempeñan un papel importante a la hora de la construcción de imaginarios románticos, intensificando las expectativas sobre el amor, para la autora la imaginación afecta y configura el presente en tanto les da mayor visibilidad cognitiva a sus potencialidades, ósea aquello que debería ser.

Esto conlleva a que los vínculos modernos se ven transversalizados por nociones que se reflejan por medio del uso activo de plataformas digitales, en tanto se ve de manifiesto

utopías de felicidad y realización personal, entrando en juego la imaginación romántica y las expectativas cimentadas en la comparación, donde se termina viviendo a través de la fantasía del otro y no de lo concreto y lo singular, y aquí entonces, el amor y las relaciones sexo-afectivas terminan cayendo en un molde regido por lo que se proyecta a partir de una pantalla, la fantasía de las relaciones perfectas que se puede ver en personajes de la farándula o los mal llamados *influencers*, moldean su imagen a partir de la idea de la perfección poco realista.

Se puede dar cuenta de cómo esto no es nuevo, en tanto lo romántico ha sido adoptado por la industria como una fuente de oro. Si se dirige a la historia reciente, vender la idea de lo romántico, lo excitante, lo placentero por medio de la publicidad o el cine, ha sido adoptado desde mediados del siglo XIX y comienzo del XX como una estrategia para acercarse propiamente a la clase media, quien en su momento comenzaban a ser un grupo llamativo para el mercado, en tanto sus deseos podían ser profundamente moldeados guiados por esa noción del deber ser. No hacían parte de una clase aristocrática, pero tenían los suficientes ingresos para aspirar a serlo.

Según Illouz (2009),

En los primeros cuarenta años del siglo XX la publicidad y el cine desarrollaron e impulsaron un ideal utópico del amor que prescribía un matrimonio emocionante y romántico por siempre, lo cual se lograba si la pareja participaba en el dominio del ocio. Esas industrias culturales sirvieron como marco simbólico para que los nuevos ideales sobre la pasión se asociaran y se fusionaran con las nuevas prácticas de consumo (p.71).

El comercio y la publicidad cimentaron la idea de que el amor no debía ser monótono y aburrido, que debía ser emocionante, excitante y romántico. Le dijeron a la mujer que debía permanecer en la esfera privada como su lugar natural, dotarlo de sentido, ser una dama para sí misma y para su esposo, debía de lucir tanto ella, como la casa y sus hijos impecables, siempre sonriente, alegre y complaciente, siempre perfecta. Y le dijeron al hombre como debía de ser productivo, dotar de valor monetario tanto su vida como la vida de su esposa, vendiéndoles a ambos la idea de felicidad y placer en tanto acumulaban bienes y servicios, lo que dio lugar a que lo romántico, el matrimonio y el consumo, tanto de bienes materiales

como también de ideales, se fundió con el amor, construyéndose un deber ser estrechamente ligado a lo utópico.

Para Illouz (2003) este ideal se sostiene en la vinculación entre romance y ocio, validando la intensidad hedonista y la longevidad como elementos compatibles mediante el consumo de bienes necesarios para sostener dicha fantasía. Bauman (2003) por su parte, argumenta que en la modernidad líquida, estas dinámicas se amplifican en tanto las plataformas digitales perpetúan la ilusión de que la felicidad y el éxito romántico son accesibles a través de la acumulación simbólica y performática de experiencias, generando una dependencia frente a estas narrativas comerciales, siendo esta intersección entre género, consumo, romance y validación digital la que termina generando una gran confusión en las mujeres jóvenes, en tanto sus deseos no terminan siendo genuinos y la fantasía se entremezcla con la realidad de forma casi imperceptible.

1. Planteamiento del problema

Las plataformas digitales no solo funcionan como una fuente de ocio o como un medio de información, también funcionan como un espejo que reproduce las contradicciones del capitalismo tardío camuflándose en la idea de éxito, felicidad y realización personal, a raíz de esto, actualmente se genera una tensión frente al poco discernimiento de las expectativas y las realidades afectivas que puede llegar a proyectar un sinsentido en la forma en que las mujeres se relacionan en su día a día. Para ahondar en ello, por medio del análisis de la performatividad romántica proyectada en Instagram se busca comprender cómo las narrativas del contenido moldean la autenticidad de las relaciones, que, a su vez, se ven mediatizados por ideales comercializables y visualmente atractivos, pero donde se termina reproduciendo una estandarización del deber ser frente al amor.

Esto, partiendo de la noción de que estas plataformas no solo afectan el bienestar emocional sino también transforman el cómo las mujeres jóvenes construyen su identidad afectiva en un mundo donde las tensiones entre los ideales románticos y las realidades objetivas son cada vez más evidentes, de manera que, con este trabajo se buscan explorar las interacciones entre el género, la tecnología, y la cultura, proporcionando una base crítica para entender cómo se desarrolla el ideal y las prácticas amorosas en la actual era digital.

Por tanto, lo anterior lleva a preguntarse, ¿Cómo las plataformas digitales reconfiguran las expectativas sociales y las prácticas amorosas en mujeres jóvenes heterosexuales, bisexuales y homosexuales a través de la performatividad del amor romántico y las relaciones sexo-afectivas?

2. Justificación

La presente investigación adquiere especial relevancia en el contexto actual debido al auge de las plataformas digitales, particularmente de Instagram. Esta plataforma, en tanto es una red de información, genera narrativas visuales mediadas por las lógicas de la industria cultural, donde el consumo desempeña un papel central, mercantilizando deseos y experiencias que, en teoría, deberían surgir de manera auténtica en los individuos. Sin embargo, las dinámicas propias del capitalismo tardío moldean dichas experiencias a partir de nociones mercantiles, lo que induce la industria cultural y el avance tecnológicos al promover el ideal de la inmediatez y la perfección de las experiencias, relegando a un segundo plano emociones genuinas o experiencias auténticas que nutren el ser, transformándolas en algo demostrable y cuantificable.

Este proceso de homogenización de las experiencias personales diluye la autenticidad individual, transformando a las personas en simples creadores o consumidores de contenido digital, y, las redes sociales, a través de dispositivos de validación como los *likes*, materializan estas dinámicas, creando todo un entramado simbólico de representación y validación, un mundo ficticio donde prima la capacidad de demostrar quien tiene una “vida digna de ser vivida”.

En este escenario, el amor romántico cumple un papel importante en el entramado cultural moderno, configurando y moldeando nociones sobre cómo se debe sentir y experimentar la felicidad en las relaciones sexo-afectivas. Desde las novelas hasta el cine o la música, se ha tejido toda una narrativa guiada por la noción de la “pareja feliz”, aunque existen múltiples estudios sobre este fenómeno y su evolución en la modernidad, así como sobre su impacto en la construcción de identidad femenina, pocos estudios (casi nulos) abordan específicamente como las lógicas del consumo, el mercado, la globalización y las redes sociales se entrelazan con los ideales del amor romántico.

En este contexto, y teniendo en cuenta que las narrativas visuales y simbólicas de redes como Instagram influyen significativamente en las prácticas sexo-afectivas de las mujeres en la actualidad, esta investigación busca desentrañar como la performatividad del amor romántico expuesto en estas plataformas, moldean las expectativas sociales y las prácticas amorosas de las mujeres jóvenes entre los 20 a los 30 años. Asimismo, se busca

examinar cómo estas dinámicas responden a las lógicas del capitalismo tardío y la globalización guiada por la mercantilización de experiencias y la influencia de la industria cultural.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Analizar cómo la performatividad del amor romántico y de las relaciones sexo-afectivas entre mujeres homosexuales, heterosexuales y bisexuales, a través de las narrativas visuales y simbólicas en plataformas digitales como Instagram moldean las expectativas sociales y las prácticas amorosas en mujeres jóvenes entre los 20 y 30 años en Colombia.

3.2. Objetivos específicos

Analizar de qué forma las narrativas visuales promovidas por plataformas como Instagram influyen en las expectativas y prácticas amorosas de mujeres jóvenes heterosexuales, bisexuales y homosexuales entre los 20 y 30 años en Colombia.

Identificar como la performatividad del amor romántico se materializa en las relaciones sexo-afectivas en mujeres heterosexuales, bisexuales y homosexuales, analizando de qué manera se reconfiguran las prácticas y experiencias afectivas en términos de autenticidad, compromiso y validación social.

Examinar de qué forma las dinámicas vinculadas al capitalismo tardío y a la globalización, a través de las plataformas digitales, entremezclan el amor romántico y el consumo, transformándolo en una experiencia mercantilizada y cómo esto influye en las expectativas y prácticas sexo-afectivas.

4. Problema de investigación

¿Cómo las plataformas digitales reconfiguran las expectativas sociales y las prácticas amorosas en mujeres jóvenes heterosexuales, homosexuales y bisexuales, a través de la performatividad del amor romántico y las relaciones sexo-afectivas?

5. Marco teórico

5.1. La Constitución Histórica del Sujeto Afectivo: Subjetivación y Sujeción

En el presente análisis se ha de partir conceptualizando la noción de subjetividad - subjetivación desde las nociones que cimentó Michael Foucault a lo largo de varios de sus escritos. Específicamente este estudio se apoya en la colección de estudios centrada en los ejes del poder y la subjetividad: Poder y subjetivación en Michel Foucault (Ayala-Colqui et al., 2020)

Para Foucault la subjetividad o subjetivación es el proceso por el cual se da la constitución de un sujeto, no se instaura como una esencia trascendental, sino como un proceso histórico, contingente y complejo que se constituye en el punto de encuentro de los saberes, las relaciones de poder y las prácticas que el individuo ejerce sobre sí mismo. Esto se constituye en correlación, dentro de la cultura, entre campos del saber, tipos de normatividad y formas de subjetividad, siendo aquí donde apuesta filosófica de Foucault se orienta a forjar una historia de los diversos modos en que dentro de la cultura occidental los seres humanos son hechos sujetos, en la medida en que,

las tecnologías del yo, a través de las cuales se efectúa el proceso de subjetivación que posibilita al individuo ligarse a su propia identidad y a su propia conciencia, [genera que vaya] quedando a la vez sujeto a un poder de control exterior (Ayala-Colqui et al., 2020, p. 11).

Para Foucault (1978) los procesos de subjetivación no son autónomos, como tampoco están desligados de los preceptos establecidos en la cultura a partir de control y el poder, entendiendo el poder como una práctica que brota y ejerce sobre el sujeto a través de meticulosos rituales de poder aplicados directamente sobre el cuerpo. Para Foucault (2002) se evidencia una cierta idea del sujeto y de los elementos de sujeción a partir de la relación que se entabla con el poder, esta subjetividad lejos de ser un fenómeno autónomo, se configura en la estrecha relación de los campos de saber, los tipos de normatividad y las formas de subjetividad dentro de la cultura establecida, lo que para Foucault debe ser un

análisis a partir de la formación histórica de los diferentes rituales de poder que se ejercen sobre el cuerpo.

Foucault (2002) sostiene que el cuerpo está directamente inmerso en un campo político “las relaciones de poder operan sobre él; lo ocupan, lo marcan, lo adiestran, lo someten, lo fuerzan a trabajos, lo obligan a ceremonias, exigen signos de él” (p.241), los mecanismos de sujeción inherentes al dispositivo de poder se materializan directamente sobre el cuerpo del sujeto. Esta inscripción se efectúa mediante relaciones de poder que se manifiestan en procesos de disciplinamiento, cuyo fin, es moldear al sujeto para generar docilidad y sumisión. Para Foucault, según lo retoma González (2013), sostenía que,

el dominio, [y] la conciencia de su cuerpo no han podido ser adquiridos más que por el efecto de la ocupación del cuerpo por el poder (...) desde el momento en que el poder ha producido [cierto] efecto [o conjunto de efectos], en la línea misma de sus conquistas, emerge inevitablemente la reivindicación del cuerpo contra el poder (...) y, de golpe, aquello que hacía al poder fuerte se convierte en aquello por lo que es atacado (p.5).

Esta cita condensa la tesis fundamental de la genealogía del poder disciplinario, que se centra en como el poder opera no solo de forma represiva, sino de manera “positiva” y “productiva”, ya que se inscribe directamente en el cuerpo para hacerlo funcional al sistema socio-económico. Para Foucault el cuerpo no se instaura desde una posición pasiva o puramente biológica, sino que se inscribe como un objeto inmerso en el campo político, toda vez que el cuerpo debe instaurarse como un ente capaz de ser productivo, esta utilidad no se desglosa de su sujeción, pues el poder se inserta allí desde el disciplinamiento, alcanzando su máxima eficacia cuando logra la doble función: aumentar la capacidad del cuerpo al mismo tiempo que disminuye su capacidad de resistencia (obediencia política).

La noción de que los seres humanos son hechos sujetos nos da a entender la forma en que se da el proceso de subjetivación- sujeción, como un proceso complejo mediado por el saber y las relaciones de poder que involucra directamente la inscripción sobre el cuerpo (hacer a los seres humanos sujetos) a partir de los modos de objetivación. Por tanto, para Foucault (2002) los individuos, con su identidad, son el producto de una relación de poder

que se ejerce sobre los cuerpos, las multiplicidades, los deseos, las fuerzas; es decir, la subjetividad, la identidad, las practicas que asumen los individuos en su cotidianidad, no son el punto de partida de la singularidad, sino el resultado de todo un proceso político.

El individuo no es lo dado sobre el que se ejerce y se aferra el poder. El individuo, con sus características, su identidad, en su hilvanado consigo mismo, es el producto de una relación de poder que se ejerce sobre los cuerpos, las multiplicidades, los deseos, las fuerzas (Foucault, 2002, p. 182).

En este orden de ideas, Foucault establece la subjetivación como un eje que exige una aproximación radicalmente distinta al a la noción que lo sitúa desde la óptica de la intención individual. Esto implica que las relaciones de poder no se deben analizar como el resultado de la voluntad o la conciencia de un sujeto particular que intenta gobernar, dominar o someter a otros según Sauquillo (2017). De esta manera, se entiende que el poder es una relación de fuerzas que se ejerce con una intencionalidad que, sin embargo, no solo se establecen a partir de las intenciones consientes de un sujeto en particular, no remitir el ejercicio del poder a la esfera de la intención individual y más bien analizarlo al nivel mismo del proceso de sometimiento material, en los procesos continuos que someten los cuerpos (Foucault citado en Sauquillo, 2017).

En el entramado que nos plantea Foucault, existen procesos de subjetivación- sujeción por los cuales llegamos a ser sujetos de un cierto tipo: a través de la trama del poder, subjetivación que se diferencia entre las que se constituyen y las que se sitúan como lucha o resistencia. Para comprender mejor esto se deben separar ambas nociones e ir a la naturaleza del concepto.

Como vimos anteriormente la sujeción la podemos entender como las técnicas y estrategias mediante las cuales se ejerce o se padece poder, el individuo, con sus características identitarias son el producto de una relación de poder que se ejerce sobre su cuerpo, por tanto, el poder produce individuos, discursos, rituales que concretan una verdad en lo que conocemos como realidad. Mientras que, el poder es una red productiva cuyas tecnologías, instrumentos, mecanismos y técnicas atraviesan la sociedad en su conjunto, produciendo objetos y discursos, induciendo placer, formando y acumulando saber (Irrera,

2023). Por tanto, el proceso de subjetivación-sujeción se analiza a nivel de procesos de sometimiento material, en el proceso en que se someten los cuerpos, se guían los gestos y se rigen los comportamientos, las relaciones de poder operan poseyendo el cuerpo, adaptándolo, ocupándolo y moldeándolo.

Entonces, la sujeción como resistencia, aparece cuando la subjetividad se opone a la sujeción y se define a partir del desprendimiento del poder, es cuando los individuos abren espacio de libertad y creación dentro del mismo dispositivo de dominación. Al respecto, Sánchez Guevara (2011) retomando el análisis que hace Foucault de Nietzsche, sostiene que el superhombre u hombre libre tiene su fuente en un cuerpo que al afectarse a sí mismo es el corazón vivo de la libertad como autogobierno y creación de sí. La resistencia nunca está en una posición externa respecto al poder, puesto que el poder no podría existir sin una multiplicidad de puntos de resistencia, por el contrario, la resistencia es lo que obliga, como efecto, a que las relaciones de poder cambien, ahí donde hay poder, hay resistencia y que, a pesar de ello, o más bien por ello mismo, esta (resistencia) nunca está en posición de exterioridad respecto del poder (Foucault, 2002).

Afirma Giraldo (2006) que,

El poder no está pues, localizado, es un efecto de conjunto que invade todas las relaciones sociales. El poder no se subordina a las estructuras económicas. No actúa por represión sino por normalización, por lo cual no se limita a la exclusión ni a la prohibición, ni se expresa ni está prioritariamente en la ley. El poder produce positivamente sujetos, discursos, saberes, verdades, realidades que penetran todos los nexos sociales, razón por la cual no está localizado, sino en multiplicidad de redes de poder en constante transformación, las cuales se conectan e interrelacionan entre las diferentes estrategias (p.108).

La resistencia, por lo tanto, es la fuerza primaria que garantiza el dinamismo y la tensión de la relación de poder, en tanto si no hubiera resistencia, no habría relaciones de poder, pues todo sería una cuestión de obediencia. Esta comprensión se distancia de las visiones que conciben la resistencia como una fuerza pasiva; por el contrario, la resistencia no es simplemente un contragolpe a las dinámicas establecidas del poder, sino un hecho, una

fuerza activa que moviliza dichas relaciones de poder. Así, la resistencia se traduce como el “arte de no ser gobernado” o el “arte de gobernarse a sí mismo”.

En la dimensión de la subjetividad la resistencia se vincula como la “libertad” o la capacidad de distanciarse de lo establecido. Para Foucault (2002) el poder solo se puede ejercer sobre “sujetos libres en tanto que son libres”, esta concepción agonística implica que las relaciones de poder y su ejercicio como tal, se establezca a partir de la concepción de “relación entre hombres libres”. Al respecto, Deleuze (2015) citado por Sforzini (2020 en Torres, 2022), señala que,

Al haber planteado el gobierno de los otros como una relación entre hombres libres y como una relación agonística, los griegos hicieron derivar el gobierno de sí mismo del gobierno de los otros. Para ellos, se trató de una subjetivación bajo reglas facultativas y que, por lo tanto, excedía las propias relaciones de poder (p. 58).

El gobierno de sí mismo, resulta de esta derivación política, constituye un proceso de subjetivación que opera bajo la lógica ética y estética distinta a las normas coercitivas modernas, esto implica que la relación consigo mismo se establezca bajo una lógica de recomendación moral en lugar de una interdicción universal y obligatoria. Se trata de un ejercicio que va más allá de las relaciones del poder establecido, puesto que no busca sujeción, sino la autoconstitución del sujeto como agente libre y capaz de determinación, este proceso se comprende como “pliegue” de la fuerza sobre sí misma, no se entiende como una interioridad presupuesta, sino la invención de una fuerza capaz de ejercerse sobre sí misma.

Zorrilla (2023) lo describe como un estado de fuerzas completamente nuevo, en el que fue posible una fuerza que se afecta a ella misma; que ya no es solamente afectada por otra fuerza o que afecta a otra fuerza, sino que es un afecto de sí por sí mismo. El pliegue, o “el adentro del afuera”, se resuelve en un “gobierno de sí”, que se desengancha del binomio saber/poder y se convierte en un “principio de regularización interna”.

Desde esta perspectiva, la subjetivación o la sujeción que constituye a los seres humanos como sujetos en nuestra cultura, es un proceso históricamente variable e inminente a las relaciones de poder, el individuo, con sus características y su identidad, es el producto de una relación de poder que se ejerce sobre los cuerpos y las multiplicidades. El poder opera

sobre el cuerpo en tanto lo ocupa, lo marca, lo adiestra, lo moldea materialmente, sin necesidad de ser interiorizado conscientemente. El alma o la interioridad que configura la subjetividad, se convierte así en un instrumento de anatomía política, una prisión del cuerpo en el cual se plasma la sujeción mediante mecanismos de poder capilares.

La constitución de esta identidad subjetiva se realiza mediante una singular conexión entre poder, sujeto y verdad, formando un entramado relacional, atando al individuo a su propia identidad por medio de la conciencia o el autoconocimiento, al tiempo que lo somete a un control y una dependencia exterior, por ende esta subjetividad es concebida como aquello que constituye y transforma en la relación con su propia verdad, siendo un campo de fuerzas que puede ser moldeado según matices normativos de conducta, por tanto, cabe señalar que la identidad afectiva lejos de ser innata, es un efecto de esta sujeción/ subjetivación mediada por las nociones de poder contemporáneo.

Entender cómo se ha formado el sujeto afectivo contemporáneo requiere el análisis que realiza Illouz acerca de la manera en que el capitalismo tardío ha convertido las emociones en mercancías y a las personas en administradores de su capital emocional, según Illouz (2012), las emociones son ahora un tipo específico de capital, el capital emocional, que las personas tienen que administrar, invertir y acumular en un mercado de relaciones en el que el amor se ha transformado en una modalidad de trabajo emocional, entendiendo este proceso como un tipo particular de subjetivación en la que la interioridad afectiva se forma de acuerdo con las lógicas de gestión empresarial y mercantiles.

En el capitalismo emocional, la sujeción se lleva a cabo por medio de la incorporación de guiones románticos estandarizados que ofrecen felicidad por medio del consumo, sobre lo que Illouz (2009) examina la forma en que la cultura consumista ha convertido al amor en una vivencia que tiene que ser renovada de manera constante mediante la compra de bienes y experiencias, generando así un dilema donde el anhelo de autenticidad emocional nos conduce a consumir productos estandarizados que prometen esa misma autenticidad, lo que tiene su asidero en el capitalismo tardío, la sociedad de consumo y las dinámicas en el seno de la familia. Al respecto Guzmán (2018) plantea con respecto a Illouz que,

La relación entre la industria del ocio y el consumo masivo asociado al romance se consolidó a partir del impulso que se le da a la novedad de tener una cita romántica

en un espacio público, lejos del ojo vigilante de los jefes del hogar. [Por otra parte], es muy difícil establecer de qué manera los medios transforman la cultura y las relaciones sociales, pero sí se puede determinar qué tipo de ideales de felicidad, promovidos por los medios, materializan visualmente el romance perfecto y robustecen determinados elementos del capitalismo industrial a partir de imágenes aspiracionales de belleza, glamour, elegancia, distinción y seducción (p.183),

Así, esta dinámica genera personas que confunden la manifestación de emociones auténticas con el desempeño de rituales consumistas vinculados al amor.

La industria cultural tiene un rol esencial en la formación del sujeto afectivo, como lo documenta Illouz (2009) al afirmar que el cine y la publicidad de las décadas de los cuarenta y cincuenta instauraron un ideal novedoso de amor romántico que vinculaba íntimamente el ser feliz en pareja con adquirir ciertos bienes y vivir ciertas experiencias; así, se generó un repertorio de emociones y prácticas que parecían universales pero que estaban motivadas por intereses económicos concretos, al normalizar lo romántico mediante la cultura de masas, se fijaron criterios de evaluación que las personas interiorizan como verdades individuales.

En este contexto, la subjetivación afectiva supone el desarrollo de lo que Illouz (2012) llama "habilidades emocionales", que son la habilidad de meditar sobre las emociones propias, transmitir las con eficacia y manejar las de otros; habilidades que se han vuelto fundamentales en un mercado relacional donde la competencia por parejas atractivas requiere un manejo experto del capital emocional, siendo esta una racionalización de la vida emocional es una modalidad particular de sujeción en la que la espontaneidad es sustituida por la capacidad de cálculo.

En este sentido, plantea Illouz (2012) citado en Castrillo (2012) que,

Cuando las personas se refieren a la vivencia de las relaciones amorosas en la vida cotidiana y, la experiencia a largo plazo de la intimidad, se apela más bien a metáforas que tienen que ver con la esfera de la producción: se trataría de trabajar juntos, en equipo, para construir relaciones sólidas, en las que uno se debe de esforzar para que las cosas funcionen (p.488).

La paradoja principal que Illouz señala es que,

a medida que intentamos ser auténticos en nuestras relaciones amorosas, nos vemos obligados a emplear los lenguajes y procedimientos estandarizados que el mercado brinda para manifestar dicha autenticidad, lo cual crea un círculo vicioso en el que la individualidad del sentimiento queda atrapada en formas culturales masificadas (Illouz, 2012, p. 134).

Y, esta tensión entre la singularidad y la estandarización caracteriza la experiencia del sujeto afectivo contemporáneo, quien está continuamente confrontado con el anhelo de autenticidad y la presión por adaptarse a las normas relacionales que son validadas socialmente.

De esta manera, conforme a Illouz (2012), la constitución del sujeto afectivo implica internalizar lo que ella denomina

la ideología de la comunicación", en la medida en que según la autora, los problemas relacionales se consideran como fallas en la comunicación que pueden solucionarse utilizando técnicas terapéuticas, convirtiendo de esta manera la complejidad de las relaciones humanas en problemas técnicos que son susceptibles de ser resueltos por expertos" (Illouz, 2012)

y, esta medicalización de la vida emocional genera individuos que, irónicamente, buscan en manuales y especialistas los secretos para vivir relaciones que se caracterizan por su supuesta autenticidad y espontaneidad.

5.2 El Deseo como Trascendental Histórico: La Articulación Foucaultiana del Sujeto Deseante

Hacia sus últimas obras, más expresamente en su "Historia de la Sexualidad", Foucault mira hacia el análisis del deseo, lo que se constituye en una conexión fundamental

entre la historicidad y la subjetividad del deseo. Sobre esto, Foucault (1978) sostiene que, desde el siglo XVIII hubo una conducción del hombre occidental a identificarse como un sujeto del deseo a través de una red bastante compleja de prácticas y discursos, un reconocimiento que más allá de la liberación de una esencia natural, más bien, tiene que ver con un proceso complejo que consiste en una construcción subjetiva, en el cual el deseo se convierte en un a priori histórico que actúa como condicionante para que el sujeto sea capaz de pensarse en sí mismo.

De la misma manera, plantea Revel (2021) que, Foucault sostiene que, el deseo en sí mismo no es la materia prima de la subjetividad, por el contrario, es su efecto más valioso, el centro de verdad que el sujeto necesita para interpretar y confesar para poder alcanzar su propia identidad, un proceso que registra la interioridad dentro de un sistema particular de poder y verdad. Así, la idea de que el deseo es entonces un sustrato natural y anterior a la sociedad, se desmantela con la genealogía foucaultiana y, por el contrario, da cuenta de cómo una variedad de técnicas que transitan desde la confesión cristiana hasta las ciencias médicas y psicoanalíticas, han creado un "sujeto deseante" como un objeto de conocimiento y un objetivo de intervención.

Por su parte, Koopman (2013) sostiene que Foucault nos revela que el deseo fue historizado como el aspecto más profundo de nuestro ser, justo cuando se hizo gobernable mediante discursos de expertos, siguiendo esta línea, el psicoanálisis más allá de encontrar una verdad secreta del deseo, finalizó y perfeccionó una "economía política" del deseo, estableciendo su interpretación como el camino principal hacia la autenticidad subjetiva, por lo tanto, la obligación hermenéutica de examinar su propio deseo para convertirse en un verdadero yo es lo que caracteriza al sujeto moderno.

Foucault considera que el poder es a la vez represivo y productivo, ya que no reprime un deseo preexistente, sino que lo crea, lo guía, lo impulsa a circular y a expresarse. Por tanto, esta constitución no puede desvincularse de las dinámicas de poder, al respecto Lemke (2019) afirma que, "la hipótesis represiva es eliminada a favor de un análisis que analiza la manera en que las relaciones de poder 'realizan' al sujeto deseante, insertando los mandatos de una sexualidad normalizada en el cuerpo y el alma" (p. 72). La "carne", que está bajo el control de la confesión, se transforma en la "sexualidad" de la modernidad, que está sujeta al estudio científico, en los dos casos, el sujeto se forma mediante una invitación a poner en palabras y

analizar sus impulsos más profundos, un proceso que simultáneamente lo sujeta y lo individualiza.

En este sentido, el cuerpo es el lugar privilegiado en que se inscriben estas dinámicas de poder, siendo no solo una información biológica, sino un también un espacio de inscripción histórica, el "sitio de la anatomía política" (Foucault, 1975, p. 155). De esta manera, los mecanismos de sujeción funcionan directamente con él, disciplinando sus movimientos, controlando sus placeres y gestionando sus fuerzas. En la misma línea, según Butler (2021), siguiendo a Foucault, "la sujeción es el proceso paradójico que establece al sujeto mediante las fuerzas que lo someten; el poder no solo influye en el sujeto, sino que también determina su condición de posibilidad" (p. 113).

Por su parte, Butler reinterpreta de forma radical el entendimiento del deseo al separarlo de ideas esencialistas y ubicarlo en el contexto de la citacionalidad y la performatividad de las normas sociales, entendiendo que el deseo no es una fuerza biológica o natural que antecede a la cultura; más bien, es un efecto de prácticas discursivas que crean la ilusión de que existe un interior pre-cultural donde se encuentra la verdad del sujeto sostiene Butler (1990), encontrando un punto de vista, desde el cual es posible examinar cómo el deseo romántico se forma a través de la repetición de guiones culturales que muestran algunas maneras de desear como si fueran universales y naturales. En este orden de ideas, la performatividad del deseo funciona a través de lo que Butler (1993) llama "la citacionalidad de la norma", en la que los deseos, gestos y actos no manifiestan una identidad previa, sino que la llevan a cabo al repetirse con estilo, invocando normas sociales que preceden y determinan lo que puede ser considerado un deseo legítimo. Entonces, en el marco del amor romántico, esta citacionalidad se expresa a través de la reiteración de rituales, expectativas y relatos que establecen lo que es deseable e indeseable en el terreno afectivo.

Butler (1990;2007) desarrolla específicamente cómo el patrón heterosexual de la sociedad regula la inteligibilidad del deseo, señalando que,

la heterosexualidad obligatoria no opera principalmente mediante la prohibición, sino mediante la producción de sujetos cuyo deseo está estructurado de antemano para dirigirse hacia el otro género, creando así la ilusión de que esa dirección del deseo es natural y espontánea (p. 201)

Siendo esta, una regulación productiva del deseo que establece lo que puede ser reconocido como deseo verdadero y marginando otras formas de deseo y, vínculo como desviadas o insuficientes.

De esta manera, se considera que la teoría butleriana del deseo como performativo tiene implicaciones fundamentales para entender cómo las plataformas digitales configuran las expectativas amorosas. Al respecto Butler (1990;2007) explica que la repetición de normas no es nunca una mera copia, sino que contiene siempre la posibilidad de variación, exceso y resignificación que puede, en determinadas condiciones, subvertir la norma misma, contemplando una posibilidad de variación en la repetición que permite comprender tanto la adhesión a guiones románticos hegemónicos como las formas de resistencia y recreación que emergen en las prácticas digitales de las mujeres jóvenes.

Por otra parte, la teoría de Butler pone el énfasis en la conexión entre deseo y el reconocimiento toda vez que, según Butler, el deseo está irremediablemente unido a la necesidad de ser reconocido, y este reconocimiento solo se puede lograr dentro de marcos normativos que establecen qué tipos de deseos y sujetos son reconocibles como humanos (Butler, 2004). Para ejemplificar, en Instagram, este proceso se vuelve perceptible cuando algunas maneras de deseo y relaciones adquieren validación y visibilidad, a través de los me gusta y, los comentarios, mientras otras quedan al margen o son invisibles.

De esta manera, Butler permite problematizar la noción misma de "sujeto del deseo" al cuestionar la presuposición de que hay un sujeto que precede al deseo y que simplemente lo experimenta, en lugar de entender que el sujeto se constituye precisamente a través de los deseos que aprende a reconocer como propios dentro de un régimen específico de verdad, configurándose en una inversión teórica que es fundamental para analizar cómo las mujeres jóvenes llegan a reconocer ciertos deseos como auténticos mientras descartan otros como ajenos, proceso mediado por las narrativas visuales y discursivas que circulan en las plataformas digitales.

5.3 El Deseo como Eje de la Historia de la Sexualidad: Enlace el concepto de subjetividad con la investigación de Foucault sobre cómo el hombre occidental fue llevado a reconocerse como un "sujeto del deseo".

La genealogía del deseo que sugiere Michel Foucault no se limita a ser una historia de las prácticas sexuales, sino que también es una arqueología de la propia subjetividad. Foucault, en su trabajo *Historia de la sexualidad*, explora la manera en que el deseo pasó a ser el centro desde el cual el individuo occidental moderno comenzó a entenderse y a definirse como sujeto. Este proceso no fue natural ni universal; más bien, fue el resultado de cambios históricos y discursivos concretos en los que algunas prácticas de saber-poder fueron separando, problematizando e interiorizando el deseo como la verdad más profunda del ser. Es esencial entender este cambio para examinar cómo, en la actualidad, plataformas como Instagram gestionan y configuran esta misma subjetividad deseante, dirigiéndola hacia ideales románticos comercializados.

La idea de subjetividad en Foucault está inseparablemente vinculada a las dinámicas de poder que generan realidades, discursos y estilos de vida, en vez de limitarse únicamente a reprimir. La subjetivación, como "sujeto del deseo", es uno de los resultados productivos. Foucault (1976;1998) sostiene que, desde el siglo XVIII, se dio un cambio trascendental: la sexualidad dejó de ser esencialmente un tema de actos y reglas jurídico-morales para transformarse en un secreto que había que revelar; una realidad sobre el individuo que debía ser confesada y administrada. Esta exhibición de la "sexualidad" como mecanismo generó al ser humano moderno, una persona forzada a cuestionar sus deseos, a expresarlos verbalmente y a formar su identidad en base a estos. De esta manera, el deseo se estableció como el "trascendental histórico", una condición de posibilidad enmarcada en la historia, que determina no solo nuestra comprensión del placer, sino también nuestro entendimiento de nosotros mismos.

Por su parte Bauman (2003) a partir de su teoría alrededor de la modernidad líquida, hace posible un análisis sobre cómo el deseo se ha venido transformando, ya que la estabilidad de las relaciones ha sido sustituida por lo provisional y el compromiso se ha convertido en una conexión desechable, al respecto, Bauman (2003;2005) describe esta transformación al afirmar que “el amor líquido se distingue por su fragilidad, temporalidad

y miedo a comprometerse de manera duradera; es un amor que se experimenta con una mano en el teclado, siempre preparado para escribir 'delete', 'delete'" (p. 15), una metáfora digital, que compara al amor con un texto que se puede editar y suprimir, mostrando así la manera en que las tecnologías actuales han transformado la experiencia de los vínculos y del deseo.

En este contexto, según lo que Bauman (2003) llama "la paradoja de la conexión", la historia de la sexualidad en la modernidad líquida se caracteriza por el hecho de que las tecnologías y redes sociales de comunicación ofrecen una conectividad sin igual, pero al mismo tiempo vuelven posible el desapego y la desconexión, generando así relaciones que permanecen en una condición de provisionalidad constante, situación que tiene un impacto directo sobre la manera en que se vive y expresa el deseo, convirtiéndolo de una fuerza dirigida a la permanencia en un impulso orientado hacia lo novedoso.

De esta manera, Bauman (2003) se planteó estudiar de manera específica la forma en que el mercado ha colonizado el terreno del deseo, sosteniendo que en la cultura consumista, las relaciones humanas tienden a ser moldeadas de acuerdo con el modelo de relaciones entre consumidores y objetos de consumo; por lo que el valor del ser amado se mide por la satisfacción que brinda y la insatisfacción justifica su reemplazo", obteniendo entonces un ejercicio de mercantilización del deseo que convierte a los individuos en productos que se pueden evaluar de acuerdo con criterios estéticos y emocionales.

Así, el deseo líquido se distingue por lo que Bauman (2005) denomina el temor al compromiso, que consiste en el pavor a quedar atrapado en una relación que restrinja la libertad personal, lo cual conduce a optar por vínculos superficiales y desechables, aun cuando se anhele con profundidad la seguridad y estabilidad que únicamente el compromiso puede brindar, generándose así, una ambivalencia que organiza la experiencia del deseo actual, hoy dividida entre el anhelo de intimidad y el miedo a depender de los demás.

Bauman (2003;2005) explica, además, la manera en que las tecnologías digitales han acelerado esta liquidez del anhelo, refiriéndose a que,

las redes sociales y las aplicaciones para citas han generado un mercado de relaciones en el cual la gran cantidad de alternativas fomenta una mentalidad de 'swiping' permanente; parece que comprometerse con alguien significa perder oportunidades que podrían ser mejores (p. 112),

perteneciendo esto a una lógica del mercado aplicada al deseo que produce una insatisfacción constante, ya que la relación presente se compara continuamente con opciones hipotéticas.

6. Deseo y la Experiencia del Cuerpo

Para entender la especificidad del sujeto deseante moderno, Foucault (1984/1987) compara esta configuración con lo que sucedía en la antigüedad grecorromana. En ese marco, lo que hoy llamamos "deseo" era englobado en un conjunto más grande: las aphrodisia (los actos sexuales, los placeres). El concepto esencial no era el deseo como esencia interna, sino la *epithumia*, que se refiere al impulso o apetito, concebido como una energía natural que pertenecía a la economía general del alma y del cuerpo. La inquietud ética no consistía en desentrañar la verdad escondida del deseo, sino en gestionar de manera racional el empleo (*chresis*) de estos placeres. La cuestión moral no era "¿quién soy según mis anhelos?", sino "¿cómo me administro a mí mismo en el ejercicio de estos deseos para llevar una vida hermosa y virtuosa?" (Foucault, 1984/1987, pp. 35-50).

Esta gestión de los placeres era un elemento esencial del "arte de vivir" (*techne tou biou*), una iniciativa ética y estética que tenía como objetivo la soberanía personal. El epicureísmo y el estoicismo, por ejemplo, desarrollaron tratados exhaustivos acerca del control de la *epithumia*. Por ejemplo, para Séneca, el autocontrol ante las pasiones no significaba negarlas, sino moderarlas mediante la razón y la práctica espiritual. El deseo no era el centro de la identidad, sino un comportamiento natural que la persona libre tenía que regular para conseguir la *ataraxia* (imperturbabilidad) o la *autarkeia* (autosuficiencia) (Foucault, 1984/1987). La experiencia corporal no se dividía entre un deseo intenso y una conducta superficial; al contrario, era el cuerpo la sede donde se ejercía la libertad mediante prácticas de moderación y sincronización apropiada.

La idea de "cuidado de sí" (*epimeleia heautou*) era el eje temático de la ética antigua, y Foucault (1984/1986) la estudia con detalle, esta atención más allá de una introspección psicológica, constituye un conjunto de prácticas, diálogos con un maestro, escritura de diarios, exámenes de conciencia, dirigidas a transformar la vida en una obra artística. En este contexto, la *epithumia* era otra área que debíamos abordar. Se intentaba establecer una relación de dominio sobre uno mismo, que habilitara a la persona para gobernar a los demás y ser dueño de sus actos. Por lo tanto, el cuerpo y sus deseos eran elementos para crear una subjetividad ética, no el medio para descifrar una verdad psicológica secreta (Foucault, 1984/1986, pp. 40-68).

6.1. Aislamiento y Estrategia

Foucault (1976/1998) señala que el deseo fue "aislado" y "extraído" del conjunto relativamente indiferenciado de las *aphrodisia* a lo largo de un proceso lento, y este es el cambio histórico esencial. El aislamiento no fue un hallazgo, sino una táctica implementada por nuevos sistemas de saber-poder, especialmente a partir de la pastoral cristiana y después de las ciencias humanas del siglo XIX. En la confesión cristiana, los actos sexuales empezaron a ser rigurosamente interrogados, categorizados y evaluados de acuerdo con una lógica del pecado y la carne. La atención ya no se centraba únicamente en el acto, sino también en la intención, el pensamiento y el deseo que lo precedían. Por lo tanto, el deseo comenzó a adquirir una densidad de discurso y moral propia (Foucault, 1976/1998).

La aparición del aparato moderno de la "sexualidad" intensificó y cambió este proceso de aislamiento. La sexualidad, según la entiende Foucault, no es un fenómeno natural que el poder reprime; al contrario, es una red histórica de prácticas, discursos e instituciones que producen la sexualidad como una esfera de la realidad y como un objeto para el conocimiento. En este aparato, el deseo se transformó en el punto central de la implementación de una serie de "técnicas del yo". Mediante la psiquiatría, la medicina, la pedagogía y la psicología, se exhortó a la persona a explorar sus impulsos, a nombrarlos, a indagar sobre su procedencia y a descifrar lo que significan. Se problematizó el deseo como la fuerza oscura que definía la salud, la normalidad e identidad de una persona (Foucault, 1976/1998).

Foucault indica que el resultado de esta estrategia fue la formación de un "lazo personal, duradero y subjetivo entre el individuo y su propio sexo como principio de actividad" (Foucault, 1976/1998, p. 154). El sexo, que ahora se comprende como una energía biopsíquica instintiva (el deseo sexual), se volvió el fundamento explicativo de lo que es la personalidad, el comportamiento y los sueños. Esta interiorización fue altamente productiva porque creó nuevas maneras de subjetividad. La persona llegó a reconocerse y formarse como un "sujeto del deseo", es decir, alguien cuya verdad más genuina reside en sus deseos y fantasías sexuales. La pregunta de "¿quién soy?" se vincula inevitablemente con "¿qué deseo?".

Para Foucault, este vínculo único es el mecanismo principal de la subjetivación moderna. El poder ya no actúa únicamente sobre los cuerpos desde fuera (como ocurre con la disciplina), sino que se introduce en lo más profundo de la intimidad, instando a la persona a ser el agente activo de su propia observación y autorregulación por medio del deseo. La confesión ha dejado de ser únicamente sacramental; ahora se democratiza a través de la consulta terapéutica, los diálogos íntimos y la literatura autobiográfica. En este contexto, gestionar el deseo ya no persigue la soberanía estética del mundo antiguo, sino la normalización y adaptación a ciertas normas de género, salud y comportamiento que la sociedad ha prescrito. Así, el individuo deseante es un instrumento y un efecto del biopoder.

6.2. Conexión con la Identidad Afectiva

Foucault (1976/1998) sostiene que el deseo, tal como se ha configurado en la modernidad, opera como un "trascendental histórico", este concepto señala que el deseo no es una categoría filosófica universal y atemporal, sino una condición de posibilidad que se origina en un periodo histórico determinado y estructura toda nuestra experiencia, nuestro pensamiento y nuestra manera de hablar sobre nosotros, de manera que es la óptica por medio de la cual se ha llegado a concebir la historia de la sexualidad y a edificar la identidad afectiva en el contexto de la cultura occidental contemporánea. El pensamiento de que tenemos una sexualidad que nos define y que existe una verdad sexual a la cual debemos buscar y expresar es un resultado de este trascendental histórico.

Por lo tanto, esta formación histórica del sujeto deseante ha dejado una fuerte huella en la identidad afectiva contemporánea. Esta lógica fue absorbida y modificada por el amor romántico, tal como se constituyó a partir del siglo XVIII y se generalizó en los siglos XIX y XX. El amor dejó de ser solamente una emoción o un acuerdo social para transformarse en el anhelo supremo de autorrealización mediante la fusión con otro individuo que satisface y completa nuestros deseos más íntimos. Asimismo, el amor romántico contemporáneo, según el análisis de Illouz (2012), se basa en la idea de que la verdad interior del deseo personal se manifiesta y se reconcilia en el auténtico encuentro amoroso. Mientras que, el "amor verdadero" se entiende como el reconocimiento recíproco de esa verdad deseante.

Esta búsqueda de realización en el amor romántico canaliza la necesidad histórica de ser un "sujeto del deseo", por lo que se considera que el marco trascendental del deseo es indispensable para entender las expectativas amorosas actuales, como la búsqueda de la "media naranja", el valor de la "química" o la "pasión", y la narrativa de autenticidad emocional. Por ello se plantea que, la identidad afectiva se desarrolla a partir de la narración de los deseos, las decisiones amorosas, las separaciones y los encuentros, que se interpretan como episodios que nos muestran quiénes somos en nuestro núcleo de deseo, por lo tanto, la insatisfacción en el amor no solo se experimenta como un pesar, sino también como un fracaso en lograr la verdad personal subjetiva.

Por lo tanto, existe una conexión cercana entre el dispositivo de la sexualidad y el ideal romántico, los dos coinciden en que el secreto de la identidad y la felicidad está en el control de lo íntimo, lo pasional y lo deseante. Las plataformas digitales, como Instagram, funcionan en el punto de encuentro entre estos dos sistemas, toda vez que, por un lado, son situaciones donde se lleva a cabo y se muestra la identidad deseante (el perfil como una proyección de gustos, aspiraciones y atractivo). Por otro lado, son mercados que mercantilizan los símbolos, las vivencias y los guiones del amor romántico, proveyendo patrones de satisfacción de deseos mediante el consumo de estilos de vida, experiencias, bienes y viajes.

Para concluir, la genealogía del deseo foucaultiano revela que la subjetividad amorosa actual es una sucesora de un cambio histórico que situó el deseo en el núcleo de la identidad. Comprender que el "sujeto del deseo" es una construcción histórica, y no una esencia natural, posibilita desnaturalizar las presiones y mandatos que continúan impulsando al individuo a buscar, hoy en día a través de las plataformas digitales, la confirmación de su verdad más íntima en el amor romántico. Este primer paso crucial de conciencia histórica es necesario para una crítica sobre la performatividad amorosa en la era digital, ya que evidencia que los guiones que seguimos tienen un pasado y, por ende, son susceptibles de ser cuestionados y modificados.

7. Metodología

7.1. Enfoque y Tipo de Investigación

El presente trabajo se enmarca en el enfoque metodológico cualitativo, centrado en la recolección y análisis de experiencias por medio del análisis semiótico, las entrevistas semiestructuradas, y la triangulación como herramientas y técnicas de recolección y análisis de los datos, las cuales posteriormente servirán de insumo para la creación de una crónica basada en las vivencias de las mujeres frente a la incidencia de las plataformas digitales en su idea del amor.

7.2. Operacionalización de Categorías de Análisis

La operacionalización de las categorías de análisis que se proponen es la siguiente:

Tabla 1

Operacionalización de las Categorías de Análisis

Eje Temático	Descripción	Autores y Conceptos Clave
1. Subjetividad del Amor	Análisis de cómo las narrativas culturales construyen identidades afectivas y moldean la percepción del amor.	Michel Foucault: Teoría de la subjetivación y dispositivos de poder. Eva Illouz: Construcción cultural del amor y mercantilización afectiva. Byung-Chul Han: Influencia de las dinámicas de poder y el neoliberalismo en las relaciones personales.
2. Performatividad del Amor en Plataformas Digitales	Explorar cómo las redes sociales configuran representaciones del amor mediante dinámicas visuales y narrativas performáticas.	Judith Butler: Teoría de la performatividad, aplicable al análisis de roles amorosos en entornos digitales. Roland Barthes: Discursos

		amorosos y su fragmentación en medios digitales. Zygmunt Bauman: Fragilidad y transitoriedad del amor en la modernidad líquida.
3. Mercantilización y Consumo del Amor	Cómo la lógica del mercado influye en las expectativas y prácticas amorosas en un contexto digital.	Karl Marx: Fetichismo de la mercancía y alienación en las relaciones humanas. Eva Illouz: Amor como bien de consumo; influencia de la cultura de masas en la afectividad. Jean Baudrillard: Simulacro y consumo simbólico en las relaciones.
4. Modelos Hegemónicos del Amor Romántico	Crítica a los ideales normativos del amor tradicional y su reproducción en las plataformas digitales.	Simone de Beauvoir: Crítica al amor romántico desde una perspectiva feminista. Mara Viveros Vigoya: Estudios de género y análisis de las desigualdades en las relaciones. Pierre Bourdieu: Capital simbólico y el amor como campo social estructurado.
5. Relaciones de Poder y Género en el Amor	Cómo las relaciones de género moldean las dinámicas afectivas en entornos digitales.	Judith Butler: Género como construcción performativa en las relaciones. Eva Illouz: Relación entre el amor y el poder en contextos contemporáneos. Raewyn Connell: Hegemonía

		masculina y su influencia en las dinámicas amorosas.
--	--	--

7.3. Fases Metodológicas

La presente investigación se desarrolla en cinco (5) fases de la siguiente manera:

1. **Revisión Documental:** consulta de fuentes secundarias en aras de constituir el sustento teórico de la investigación; y, seleccionar las categorías de análisis que permitan desarrollar los objetivos planteados para el estudio.
2. **Análisis Semiótico-Discursivo de las Narrativas Visuales en Instagram:** se seleccionaron y delimitaron como corpus cinco (5) publicaciones entre video-reels, carruseles, imágenes e historias de influencia de pareja, cuentas/perfiles de consejos amorosos, terapeutas de pareja, y, perfiles personales de mujeres que reflexionen públicamente o interactúen con contenido sobre su vida amorosa y de pareja. Esto, en aras de deconstruir las publicaciones a la luz de categorías teóricas sustentadas en los postulados de Foucault, Illouz, Butler, Han, Barthes y Bauman a través de quienes se lleva a cabo una triangulación para interpretar de manera integrada los mecanismos discursivos y visuales que influyen en la configuración de expectativas del amor romántico y las dinámicas de pareja.
3. **Análisis de la Performatividad y las Prácticas Afectivas desde la Experiencia Viva:** para efectos de este análisis se diseñó un instrumento de recolección de datos – entrevista semi-estructurada aplicadas a una muestra intencionada de 8 mujeres entre los 19 a los 27 años en la ciudad de Medellín con diversas orientaciones sexuales a saber: heterosexuales, bisexuales y homosexuales, para explorar la negociación, incorporación y/o resistencia a los discursos identificados en las narrativas visuales en Instagram.
4. **Triangulación, Análisis Integrado y Elaboración de Narrativas:** con los datos obtenidos en cada una de las fases anteriores, se contrastan los discursos hegemónicos identificados en el análisis semiótico de la plataforma digital Instagram, con las experiencias y prácticas que reportan las mujeres en las entrevistas semi-

estructuradas, con el fin de llegar a comprender cómo las dinámicas del capitalismo tardío se imponen a través de plataformas digitales/ redes sociales, y la globalización, mercantilizan las expectativas y práctica sexo-afectivas en la actualidad.

5. **Crónica Narrativa Basada en las Vivencias Recopiladas:** esta crónica sintetiza de forma crítica y evocadoras los principales hallazgos de la investigación.

Entre la intimidad y el algoritmo: crónica del amor digital.

La noche cae en la ciudad, la oscuridad cobija las casas y las calles, las personas intentan conciliar el sueño o simplemente se distraen con alguna pantalla. Ya sea con su televisor, celular o computador, su cerebro busca dopar las emociones del día, consumiendo contenido que les brinde un poco de placer. En las habitaciones de Sara, Jesica, Estefanía, Ana María y Angelica, no sucede cosa diferente, sus ojos poco a poco se pierden en medio del scroll infinito. Su mente, de forma casi automática, busca aquellas historias de amor tan perfectas y sublimes, deseando perderse un rato en medio de aquel simbolismo romántico.

Las redes sociales se transforman en más que un escenario donde compartir momentos de la cotidianidad, ahora es el lugar donde el amor, ese sentimiento tan viejo y tan puro, se despoja de su simbolismo orgánico y se transforma en píxeles y algoritmos. En medio de este engranaje masificado de publicaciones sin sentido, el romance ya no nace a partir de lo que dos (o más personas) pueden compartir mutuamente, de lo que se susurran al oído en una tarde soleada en medio de un parque, sino de lo que se proyecta en una publicación, un reel o una historia.

El amor cobra sentido en la narrativa que nos contamos a nosotras mismas mientras esperamos el bus en esas frías mañanas o en esas calurosas tardes antes de ir a clases o mientras intentamos distraernos de esa reunión donde nuestro jefe o compañeros de trabajo no paran de parlotear una y otra vez sobre el mismo problema sin sentido y simplemente, como de forma automática, cogemos nuestro celular, abrimos Instagram y nos topamos con la publicación de esa pareja que está en un viaje memorable, de esa pedida de matrimonio de ensueño, de esa pareja que compró su primer apartamento grande y luminoso o simplemente de ese novio que graba como su novia se sorprende cuando le regala sus flores favoritas. Esas historias visuales que nos hace suspirar o que nos despiertan el bichito de la envidia, que nos

hace añorar vivir una historia similar, inmediatamente lo asociamos con el más profundo y hermoso sentido mismo del amor.

Para las mujeres, las cuales sus vivencias nutren esta crónica, gran parte del deseo que emana en medio del romance, la añoranza de vivir ciertas experiencias al lado de sus parejas, surge allí, en este cómodo lugar, donde sienten que simplemente pueden descansar su cerebro de todo aquello que compone su cotidianidad. Pero, sin darse cuenta, poco a poco va nutriendo un sin sentido, una desconexión con su propia realidad, arrojándolas a la eterna paradoja de la carencia y la comparación con realidades que no existen más allá de un video o una foto en medio de una red social, en este caso de Instagram.

Al deslizar el dedo por la pantalla de sus celulares y toparse con estas historias cargadas de un profundo lenguaje simbólico asociado al romance y al amor, el impulso del deseo no siempre responde a la razón, de hecho, parece surgir de la obediencia silenciosa que desde lo más profundo de su ser les dice que debería ser. Esto no parte de lo individual, sino del mandato interiorizado, automático que guía sus decisiones incluso antes que puedan cuestionarlo. La pregunta de ¿Por qué a ellas si y a mí no? no nace de un fuego interno o del sentimiento genuino por el otro sino de la carencia. Se nos ha instaurado el cómo se supone que debe lucir una pareja enamorada y nos pasamos gran parte de la vida buscando sentir lo que se supone debemos sentir, o buscando vernos o proyectar una imagen muy lejana de la realidad que experimentamos.

- “yo no sé qué tiene mi algoritmo”, me confiesa Jessica una tarde mientras conversamos sobre el amor en tiempos modernos. “siempre que peleo con él, mi algoritmo cambia, me comienzan a aparecer muchos reels como de psicologías... me hacen preguntarme ¿de verdad debería salirme de la relación? (Jessica Patiño, Comunicación Personal, 25 de Noviembre de 2025). Mientras ella me cuenta su experiencia, puedo notar en el tono de su voz una pizca de resignación mezclada con incertidumbre de quien no entiende del todo cómo funcionan las redes sociales, sabe que de una u otra forma el contenido que consume interfiere en su relación. “Yo trato como que no dejar que me influya tanto, pero definitivamente si uno de pronto pasa mucho tiempo en redes sociales si, eso le influye a uno directa o indirectamente.” (Jessica Patiño, Comunicación Personal, 25 de Noviembre de 2025).

Escuchándola, no puedo evitar pensar en el concepto de panóptico de Foucault, donde él explica como el control solía venir de un ente externo situado en una torre de vigilancia, pero con la modernidad, esta idea migro a un dispositivo de bolsillo. La vigilancia ya no reside en un ente externo; no es necesario, ahora somos nosotras mismas las que nos observamos y juzgamos constantemente a través del lente de Instagram. En este juego de control silencioso, sin darnos cuenta, la línea entre la realidad material y la virtual se desdibuja poco a poco.

- “Si me salían varios videos así” reitera Jessica, “entonces claro, como yo interactuaba con esos videos, entonces me salían más y más... Entonces sí, yo no sé qué tiene el algoritmo, como que nos escuchan” (Jessica Patiño, Comunicación Personal, 21 de Enero de 2025). Ella menciona lo anterior entre risas que esconden una penosa verdad.

Esa duda que nos nace al mezclar lo “místico” de las redes sociales con la fragilidad de nuestros vínculos, es al final lo que Bauman sostiene como amor líquido. Es la forma en que estamos ahí, arrojadas constantemente a un mundo donde todo parece desmoronarse y es justo en ese vacío, de la mano de una red social, donde terminamos encontrando “sentido”, la “respuesta” o “salvación” ante nuestras constantes dudas.

Sara, por ejemplo, se encontraba en una encrucijada propia de un ser racional que posee sentimientos profundos; ella se vio de pronto arrojada a pensarse a sí misma, a replantearse como quería relacionarse y que era lo que realmente buscaba en el amor. Su proceso estuvo mediado por una extraña mezcla, entre la terapia psicológica y el contenido digital, ella me cuenta:

Entonces, claro, al abordar como ese tema, fui creando esa respuesta y a partir de ahí también al mismo tiempo recuerdo que empezaron como a salirme muchos *reels* donde los mensajes eran muy allegados como a esa necesidad que yo ya estaba identificando (Sara Gil, Comunicación Personal, 21 de Julio de 2025).

Los deseos de Sara se entremezclaron entre lo que ella asumía como algo propio y lo que identificaba en la realidad virtual. Pero en medio de ese cruce ¿Cómo saber que es realmente tuyo y que es solo una proyección del mundo digital? La realidad del amor en estos

tiempos nos arroja constantemente a esa encrucijada; intentar marcar un límite para que no se entremezcle lo uno con lo otro es hoy una tarea casi imposible.

Escuchándolas, me doy cuenta de que el deseo no es algo que nos pertenezca del todo ya que se transforma en esa mezcla entre lo que se muestra, lo que se espera y lo que terminamos aprendiendo como válido. Nadie nos dice como hacerlo o como sentir, pero el mandato está ahí, como flotando en el aire. Instagram no te impone una decisión, pero si te predispone cuando tienes que tomarla. Te empuja a mirar al otro, a mirarte a ti misma y a evaluar si lo que vives encaja con lo que la ves en la pantalla y que terminamos asumiendo que ello es la verdad.

Jesica y Sara no me hablan desde la teoría, pero en sus voces puedo percatarme de la forma en que han aprendido a seguir la regla. Sus decisiones ya no nacen solo de lo que viven en su día a día, sino de ese lenguaje simbólico que circula en la red: los consejos, las frases, las vidas ajenas y esos modelos relacionales que se repiten hasta volverse familiares. Así, el amor se convierte en una práctica arrojada a la reflexión, casi pedagógica, donde sentir ya no es suficiente; hay que analizar, corregir, ajustar. Entre lo que sucede y lo que ellas creen que debería suceder, se moldea su deseo que va más allá de lo íntimo, porque ha sido construido, observado y aprendido frente a los ojos de otros.

Conversando con Estefanía, en medio de su relato, puedo notar como lucha de forma casi inconsciente con el espejo y la cámara. Hay una discordia en el que su ser se ve sucumbido ante la idea de reconocerse tal cual es; una tensión que queda expuesta al decidir si publicar, o no, esa foto.

Bueno, pues, he subido fotos con él, pero más que todo porque yo veo que quede bonita o porque el momento ha sido bonito y chévere ... mis inseguridades están como ahí, no sé, las demás personas van a decir que novia o que mujer tan fea (Estefanía Bustamante, Comunicación Personal, 4 de Julio de 2025).

Ella se ríe y me aparta la mirada. Puedo percatarme como su identidad y su deseo dejan de ser propios. Entonces, ¿somos solo nosotras y nuestros sentimientos? El deseo de ser vistas, de demostrar cuanto nos ama nuestro ser amado, se entremezcla con la agonía al juicio público. Los pensamientos intrusivos entran al juego y terminamos sabotando las

experiencias que asociamos con el romance, por la opinión de entes externos. En medio de este entramado de sentimientos, el amor entra como en un campo de batalla, donde no logramos comprender que deberíamos guardarnos para nosotras mismas y que es “digno” de ser visto por los demás. La pregunta de ¿esto si será lo suficientemente sublime, cool o estético para ser compartido, nos seguirá acompañando?

La constantes sensación de ser observada termina instaurándose, el panóptico funciona dentro de nosotras mismas. No hay escapatoria a los pensamientos ni a los anhelos cuando están mediados por esa vigilancia disfrazada de conexión que alimenta la red. Ana María lo resume de una forma tan racional que resulta casi cruel, ella me explica lo profundamente desgastante que es el ver como la realidad virtual y el material se van desdibujando.

Me da ansiedad como sentirme pública... pienso como en cuántos seguidores tengo. Y no importa si tengo más de 50 seguidores o un millón de seguidores. El punto es que, si yo tuviese que conversar en un día con ese número de personas, me sentiría muy abrumada. (Ana María Ramírez, Comunicación Personal, 8 de Julio de 2025).

Ana María me comparte su sentir como si fuese un ruido albergado en lo más profundo de su ser, ella entiende el juego del que hace parte al interactuar con la red. Estefanía, por otro lado, me permite ver en su relato algo parecido, esa incomodidad de sentir que sus inseguridades puedan quedar al descubierto ante los ojos de los demás. Ojos que la observan, la comparan y la desnudan sin que ella pueda hacer nada para evitarlo, o si, restringirse de subir esa foto.

Lo que ellas comparten no solo es el resultado de acciones personales, sino de las consecuencias de la exposición que hoy aceptamos como algo normal y cotidiano. Para ellas en sí, el problema no es el romance o el deseo que viven en sus relaciones, sino la idea de ser comparadas, observadas y analizadas por ese ojo invisible que las arroja una y otra vez a la necesidad de tener que modificar algo sí mismas.

Ya sea su aspecto físico, la ropa que usaron ese día o el escenario donde capturaron el momento, la sensación de que no es suficiente las arroja, dejándolas al desnudo ante la

vigilancia, es como si al querer mostrar sus vidas al natural tuviese un precio a pagar. Estos relatos me revelan que ya no se comparte el amor por el amor mismo, sino por el canon que este debe cumplir. Al final, la experiencia romántica “real” se termina saboteando por la opinión externa, cayendo en un bucle eterno de sentir que nunca somos suficientes.

Para muchas de estas mujeres, lo mejor que pueden hacer por sus relaciones es usar Instagram como un “portafolio” de ideas. Buscan una solución fácil y rápida para que su pareja sienta la conexión o para sentir que hicieron algo único y trascendental. Ellas lo sustentan como si el romance fuese una “idea material” que se puede comprar o simplemente replicar.

En medio de este proceso, los vínculos dejan de lado su carácter auténtico, buscando copiar lo que a los demás les funciona o lo que se ve suficientemente cool para que a esa persona especial se le escape una lagrima o un suspiro. El asertividad emocional se media ahora por lo eficaz, por lo que ya se sabe qué hará vibrar la relación. Escuchar, conocer y comprender las necesidades propias de tu vínculo, parece haber pasado al catálogo vintage de una tienda retro; lo de hoy es ver un video de quince segundos sobre lo que a tu influencer de confianza le funciona.

Conversando con Sara sobre el vínculo a distancia que sostiene actualmente, ella me cuenta como le da vueltas a la cabeza, ideando diferentes formas para que su novia no olvide la conexión que las une.

Entonces, eso lo vi en Instagram y eso lo materialicé... es que ese tipo de detalles o de cositas generan como mucha emoción y conexión... le hace pues como sentir que también estoy como en la misma sintonía de ella (Sara Gil, Comunicación Personal, 21 de Julio de 2025).

mientras la escuchaba, me di cuenta que me contaba su historia de manera casi confidencial, como quien cuenta un secreto. En ese momento una pregunta me llegó de forma inmediata, ¿acaso la conexión con una persona se mide ahora en regalos y en niveles de esfuerzo?

Jesica me cuenta en un tono de éxito y orgullo que le ilumina el rostro, la forma en que su novio lloro al recibir un regalo que ella con mucho esfuerzo, creo para él. En su voz no hay duda, ese llanto es la prueba de un regalo irrefutablemente exitoso,

Pues no quedo igual, como lo había hecho la chica en Instagram, pero sí fue como una idea que me dio... Entonces, sí lo hice, y fue el boom, el hit, o sea, fue el mejor regalo, hasta lloro, el man. (Jessica Patiño, Comunicación Personal, 21 de enero de 2025).

Estas mujeres me hacen comprender como el romance se comprime, de una forma casi imperceptible con los bienes materiales. Lo romántico se vuelve algo que se puede comprar o replicar. Al escuchar la forma en que me cuentan sus hazañas frente al amor, se me viene a la cabeza la idea de que los detalles no emocionan por sí mismos, los objetos no tienen ese poder. Ya sea que lo creamos con nuestras propias manos, o los compremos en una tienda, no poseen el poder de generarnos una emoción por sí solos, pero aprendimos que así fuera. En algún momento, casi sin darse cuenta, ellas aprendieron a leer estos gestos como pruebas de amor, como señales de interés y de conexión; como la confirmación suficiente de que el vínculo es real.

El amor y los símbolos que lo perpetúan, terminan marcando lo que es valioso y lo que no; que merece una lagrima de emoción y que, simplemente, se siente insuficiente. No basta con el sentimiento, la conexión no surge solo de la emoción que se comparte al entablar un vínculo, sino de la tranquilidad que se siente al saber que la otra persona entiende tú mismo lenguaje. Esa paz de sentir que el otro reacciona, se emociona y asume el mismo código efectivo que tu aprendiste a asociar con el amor.

La emoción no nace solo del momento que viven y comparten, sino del reconocimiento de que se ambas personas se entienden bajo las mismas reglas; aquellas que fueron aprendidas e interiorizadas. Instagram les enseña a sentir un detalle como algo valioso, tiene el poder de definir que gestos cuentan como cuidado, atención o conexión, nutriéndose de un repertorio de signos amorosos que ellas aprenden a identificar y a ejecutar de forma clara. Para Jesica y Sara, haber reproducido un detalle o una acción romántica que vieron en

la plataforma se sintió natural; de hecho, esperaban que tuviera un impacto cercano a lo que anteriormente habían visto que funcionaba.

A veces solemos creer que el amor romántico es un hecho natural, casi instintivo, como si siempre hubiera sido tal cual lo conocemos. Pero si nos detenemos a mirar con más cuidado, podemos verlo desde una óptica mucho más profunda. Analizando el romance, como ese pequeño hijo del amor romántico, comprendí que empezó a tener fuerza a finales del siglo XIX y comienzos del XX, no como resultado espontanea de los desarrollos culturales, sino como una construcción planeada del mercado y la economía, proyectándose con fuerza hacia la esfera privada.

En el momento en que el matrimonio dejó de ser un acuerdo ligado netamente a la reproducción y comenzó a presentarse como una promesa de felicidad, plenitud y experiencias memorables, algo cambió en la forma de imaginar el romance. El cine, la publicidad, las novelas y el teatro, empezaron a vendernos la idea de cómo debía verse, sentirse, y vivirse el amor. Así, la idea de la pareja feliz se situó a partir de los viajes juntos, las experiencias inolvidables, los regalos, el sorprender, el gastar y el consumir.

No es casualidad que una de las fechas más explotadas por el mercado sea el día de los enamorados, San Valentín o el día del amor y la amistad. Cambia el nombre, pero no la directriz de estar supeditado el romance al consumo. Son los sentimientos traducidos en objetos, el amor convertido en experiencias inolvidables que se deben adquirir y acumular. Y en medio de todo este entramado romántico, muchas de nosotras seguimos aquí, intentando distinguir qué parte de lo que deseamos es realmente nuestro y qué parte nos fue enseñada.

Comprender que en el amor romántico moderno no es posible separarlo del ocio y el consumo, es admitir que las “experiencias inolvidables” se han vuelto el requisito para la felicidad en pareja. Por eso, en Instagram el romance no solo se vive, se exhibe. Y esa exhibición, esta atravesada por una regla silenciosa: lo estético. Ese filtro decide qué tipo de amor merece ser mostrado y cuál no, siendo ya poco suficiente una salida sencilla, cuando el feed está saturado de parejas viajando a París, de cenas en restaurantes cinco estrellas o comprando casas lujosas y autos últimos modelos.

Así, vamos descubriendo como en Instagram, el amor se transforma en un privilegio de clase, en tanto solo es legítimo cuando las demostraciones románticas vienen acompañadas de experiencias costosas y de esa estética aspiracional propio de la plataforma.

Lo romántico deja de ser un sentimiento, para transformarse en un producto que solo unos cuantos pueden pagar.

Mientras sumerjo mi análisis en este tipo de publicaciones, una pregunta comienza a rondarme, ¿Qué pasa con las relaciones que no pueden alcanzar este ideal? ¿Dónde quedan los vínculos que por su realidad económica, no se pueden permitir fotos perfectas, planes costosos o experiencias “dignas de ser compartidas”?

Angelica me responde sin siquiera darse cuenta. Mientras conversamos puedo notar lo incomodo que es este tema es para ella. Se remueve de su asiento, como si algo le pesara. Me comparte como su relación anterior cayo en una profunda frustración cuando ninguna de las dos podía costear las experiencias o los momentos que, supuestamente, una pareja “debe” compartir.

Si, afectaba sobre todo porque eso la decepcionaba mucho a ella porque no solo yo pensaba como en querer hacer las cosas, sino que también le comunicaba a ella la intención de que lo hiciéramos y le generaba expectativas. Entonces obviamente eso si ya a ella la tenía decepcionada y le generaba cierto desencanto... Como que sentía que cuando le generaba expectativas y no se las cumplía le fallaba y bueno, yo creo que tenía razón. (Angelica, Comunicación Personal, 26 de Julio de 2025).

Construimos nuestra idea del amor a partir de la noción utópica de que este debe ser intenso, duradero y que siempre estaremos en el plano de la felicidad, si nos sostenemos en las prácticas de consumo. Instagram se encarga de hacer populares, precisamente, aquellas publicaciones donde las parejas felices tienen dinero, viajan y gastan; momentos cuidadosamente editados para ser el ideal a seguir. Pero, ¿Qué pasa cuando este ideal no encaja con la existencia material? ¿Qué sucede cuando el sueño es casarte con una persona perfecta, pero tu realidad se tiñe de una profunda, amarga y cruel verdad?

Estefanía, me hace pensar en ello cuando conversando, me cuenta con mucho asombro lo siguiente:

Ya hace como 5 o 6 años más o menos, veo pues unos Instagramers, una parejita... Y pues desde que los veo son pareja y pues ellos han subido como videos de todo lo

que han vivido y que todo es hermoso, amor de verdad. Entonces, en algún momento con mi expareja yo pensaba, ay, qué chévere tener como una relación así, de novios y que se aman... han construido como todo juntos y llegue a romantizar mucho a eso. Y en estos días vi que se casaron y yo como que, ¿qué? Me impactó mucho pues porque yo los veía como novios, pero no como que se iban a casar. Y pues yo ya no tengo esa pareja y pues ellos se casaron y fue como raro. Pues no me sentí mal... Duraron tanto y que, pues ahora en esos momentos se estén casando... y yo, ay no, ¿por qué no soy ella? (Estefanía Bustamante, Comunicación Personal, 4 de Julio de 2025).

Ella me permite ver algo sutil pero profundamente doloroso y es el cómo podemos perdernos y vincularnos emocionalmente con una historia que no nos pertenece. Estefanía seguía la relación de otra pareja a través de la pantalla, consumiendo sus fotos, viajes y sus demostraciones públicas de afecto hasta que, casi sin darse cuenta, comenzó a construir una relación para- social con una historia totalmente ajena a la suya. Cuando comprendido que su vida era totalmente distinta, ella no solo experimento tristeza, sino frustración punzante. ¿Por qué no soy ella? (Estefanía Bustamante, Comunicación Personal, 4 de Julio de 2025).

Es la pregunta que retumba en su cabeza, para la cual, quizás, nunca encuentre respuesta.

La masificación del contenido de redes y el consumo constante de estas historias, no solo arroja a las mujeres a una insatisfacción constante dentro de sus propios vínculos; también genera un efecto adverso y revelador. Es la posibilidad de darse cuenta, a partir de sus propias experiencias, de que el amor no se parece a la fantasía y de que es imposible habitar ese eterno idilio que se nos enseñó a desear. Sin embargo, esta lucidez rara vez es definitiva, ya que se ve entremezclada con la ilusión y con el deseo persistente de que el amor, contra todo pronóstico, si puede ser así; como en esas fotos y en esos videos.

En medio de esa paradoja, entre lo que se razona y lo que se siente, aparece un eterno sinsabor, el saber que algo no es real, pero aun así desearlo con fuerza. Para muchas de estas mujeres aprender a discernir entre la razón y la emoción se convierte en una tarea extenuante, ya que vivir en el deseo y la ensoñación muchas veces parece ser más fácil, que la cruda

realidad. Ana María me lo cuenta con honestidad, una que me permite ver la contradicción en su estado más puro.

El amor no funciona así. El amor se construye. Entonces... Me parece que es importante ser crítica frente a eso para tener relaciones en general más sanas. Especialmente las relaciones sexoafectivas. Porque son tipos de relaciones donde las personas se suelen abrir más, donde se suelen tener más expectativas. Pero creo que en general si he tendido a romantizar mucho las relaciones por las redes sociales. Y por lo que veo en las redes sociales. La experiencia de la pareja. Romantizar las experiencias de la pareja. (Ana María Ramírez, Comunicación Personal, 8 de Julio de 2025).

La tensión que me manifiesta Ana no es un caso aislado, sino el reflejo del vacío propio de la modernidad. Probablemente Bauman reconocería en su relato la huella de unos vínculos cargados de expectativas, moldeados por la cultura del consumo y por la fantasía de que amar debería sentirse fácil, intenso y extraordinario. Bajo esa forma de concebir el amor, se deja de lado que este es un proceso no ajeno a las incomodidades propias del construir con otro (a), esto implica aprender a conjugar dos individualidades en un proyecto en conjunto.

Desear un amor intenso, visible, significativo y trascendental, pero tener que encarnar una realidad marcada por vínculos inestables, compromisos frágiles y limitaciones socioeconómicas constantes, arroja a muchas de estas mujeres a una encrucijada silenciosa. Entre lo que sueñan, lo que creen merecer, y lo que efectivamente es su realidad, es imposible que la duda de ¿es necesario replantearse todo o simplemente esperar a que algo cambie?, aparezca. En medio de ese escenario, se sitúa el amor, como si este necesitara pruebas visibles para volverse creíble. Conversando con Estefanía esa tensión se manifiesta con una claridad absoluta

Una vez sentí que, pues que como que no me subían a redes porque como que les daba pena de mí o que pues de pronto se les caía los fletes. Entonces, pues sí, como que pregunté y me dijeron como, ay, no, es que a mí no me gusta subir, subir nada,

entonces, ¿por qué voy a tener que subir algo contigo? Y yo como que, pues lo normalice. (Estefanía Bustamante, Comunicación Personal, 4 de Julio de 2025).

El amor moderno ya no solo funciona en la intimidad, necesita ser confirmado, validado y si se quiere expuesto, para que sea algo valioso. Que se publique una foto juntos, no garantiza un compromiso ni profundidad emocional, pero si les permite a las mujeres sentirse seguras del vínculo en el que están. Jesica lo expresa sin decirlo de forma explícita, al contar como se siente incomoda al ver parejas que pueden viajar y celebrar su unión, construyendo esas experiencias que, a ella y a su pareja actual, también les gustaría compartir, pero que por las realidades materiales que enfrenten no pueden hacerlo

Porque, pues supongo que también es como que uno ve mucha cosa y es como de pronto la comparación o lo que decía como, ay, tan chévere, no sé, si en un video de parejas están por allá en la Patagonia Argentina. Y uno de pronto si no tiene los recursos para ir, pues, uno se viene abajo, porque no tiene la plata. O sea, como que uno se deja influenciar mucho emocionalmente, por lo que otras personas hacen y de pronto uno no puede hacer. (Estefanía Bustamante, Comunicación Personal, 4 de Julio de 2025).

Entre líneas aparece una mezcla de frustración y envidia, arrojándola a la comparación constante. Acá no solo se mide lo material, sino la idea de lo que es una pareja “valiosa” y “exitosa”. Es como si el amor para sentirse suficiente, necesitara la aprobación de otros.

Angelica también me comparte la tarea de racionalización que asume a la hora consumir el contenido aspiracional que le muestra Instagram,

Entonces yo siento que está muy permeado como el tema de las expectativas irreales de lo que son las personas, las parejas, y también siento como un montón de depresión de muchas personas que ven una relación “perfecta” en redes y se cuestionan porque sus relaciones no se ven así. (Angelica, Comunicación Personal, 17 de Julio de 2025).

Al conversar con ella no puedo dejar de notar como su narrativa se construye desde una mezcla entre lucidez y contradicción. Ella menciona como puede percatarse del impacto que este tipo de contenido puede tener en la salud mental de las personas, al sentir que sus relaciones no encajan en el ideal que circula en Instagram. Sin embargo, esa conciencia no la vuelve inmune, aunque sabe que mucho de lo que consume es diseñado para que lo desee, reconoce que sus propios gustos y deseos siguen estando atravesados por lo que ve en redes. Mientras hablamos, puedo percatarme como en muchas ocasiones le cuesta distinguir que parte de lo que anhela realmente es suyo y que parte ha sido aprendido y repetido hasta parecer propio.

Sus deseos la arrojan a una lucha interna. Por un lado, el ser consciente de que lo que ve no es real, de que el amor no es el idilio que ve en redes; por el otro, el impulso de desear vivir en la ensoñación del ocio y el placer junto a su pareja.

Entonces sí me parece como que chimba estar ahí con una novia, con una pareja y vivir esa experiencia... hay unos balcones que son como coloniales que están, creo que, en Jalisco, México o en algún estado de México. El caso es que son como muy famosos, muy turísticos y he visto parejas allá, que besándose o dándose mucho afecto y eso sí me ha provocado el deseo como de hacer eso o de querer estar allá. Quiero esa foto, y como vivir esa experiencia. Eso específicamente sobre ese lugar, ya que lo recuerdo sí me ha generado ese deseo de estar allá (Angelica, Comunicación Personal, 17 de Julio de 2025).

Esta confusión no es una falla individual de Angelica; es el efecto de como el dispositivo produce y reproduce subjetividades a partir de normas interiorizadas. Instagram se establece como un espacio donde el deseo es regularizado y donde las mujeres aprenden a auto evaluarse constantemente. Así, el deseo propio de las relaciones deja de ser algo íntimo para transformarse en el motor de una red económica y afectiva, mediada por las imágenes, el consumo y la validación externa.

Muchas mujeres no son plenamente conscientes de este proceso; y cuando lo son, no siempre lo viven como una revelación liberadora, sino como una inquietud punzante, como si algo estuviera mal con ellas. Ana lo expresa con una honestidad que deja ver esa

incomodidad; el peso de saberse observada por un juez que ella misma ha aprendido a alimentar,

Pues sí me hace sentir rara porque pienso como... Sí mi forma de ver el amor, que no está centrado solo como en la pareja. Y que yo no quisiese como que mi vida circundara alrededor de una persona. O de un tipo de relación.... Y pues en mi entorno me encuentro pues como a menudo de que hay como una urgencia significativa como por tener pareja. O por tener culitos. O por estar como con alguien. O por estar como con alguien. Entonces pareciera ser como que eso es mucho más importante. Entonces me hace cuestionarme si mi forma de relacionarme está bien. (Ana María Ramírez, Comunicación Personal, 8 de Julio de 2025).

Ella me cuenta como percibe en su entorno una urgencia constante por tener una relación, por estar en un vínculo, por no estar “sola”. En medio de esa necesidad que no le pertenece, que viene de lo externo, Ana se ve arrojada a cuestionarse si su propia forma de amar es válida o si, por el contrario, debería replantearse para encajar en el molde. Esa duda deja de manifiesto la cultura que ha convertido el romance como métrica del éxito personal.

Al final de este recorrido, queda claro que la masificación del contenido digital no solo arroja a las mujeres a una insatisfacción crónica dentro de sus vínculos; también genera un efecto revelador y a veces doloroso. Es la posibilidad de percatarse, desde la propia piel, de que el amor real no se parece a la fantasía y que habitar ese idilio es una tarea imposible. Sin embargo, esta lucidez rara vez es definitiva; convive con la ilusión persistente de que el afecto puede ser, contra todo pronóstico, como en esas fotos y videos. Surge así una paradoja entre lo que se razona y lo que se siente, ese eterno sinsabor al saber que algo no es real, pero aun así desearlo con fuerza.

Esta confusión no es una falla individual, sino el efecto de un dispositivo que produce subjetividades a partir de normas interiorizadas. Como sostiene Butler (1990), el deseo no es una fuerza natural que precede a la cultura, sino un efecto de prácticas discursivas que crean la ilusión de una “verdad” interior. En las redes, el deseo se forma a través de la “citacionalidad de la norma”, esa repetición de rituales y relatos que establecen lo que es legítimo. Las mujeres aprenden a autoevaluarse constantemente bajo la mirada, y el deseo

deja de ser algo íntimo para transformarse en una red económica y afectiva mediada por la validación externa, entrando en el juego donde el amor, para sentirse suficiente, empieza a necesitar la aprobación de los otros.

En este escenario aparece la urgencia por entablar un vínculo, por no estar “solas”, una necesidad que a menudo viene de afuera y empuja a muchas a cuestionarse si su propia forma de amar es válida o si deberían replantearse sus formas de amar, para encajar en el molde. Esta presión choca con realidades marcadas por vínculos inestables y limitaciones materiales; situándolo con lo que Bauman (2003) identifica como la “paradoja de la conexión”, una conectividad que al mismo tiempo facilita el desapego y la desconexión. Es el amor vivido con “una mano en el teclado siempre preparado para escribir “delete”” convirtiendo el compromiso en algo provisional y al vínculo en un texto que se puede editar o suprimir según la satisfacción que brinde.

Finalmente, puedo comprender como el mercado ha colonizado el terreno del deseo, moldeando las relaciones bajo el modelo del consumo. Pero, como advierte Butler, la repetición de la norma nunca es una mera copia, siempre contiene la posibilidad de la variación. En la incomodidad de notar que no se encaja en el ideal o en la lucha por distinguir que anhelos son propios y cuáles han sido aprendidos, emerge una forma de resistencia. Entender que el sujeto se constituye a través de estos deseos mediados, permite cuestionar las narrativas visuales y empezar a reconocer como auténticos, aquellos vínculos que no necesitan lo estético del éxito para ser verdaderos. Al final, entre la ensoñación y la realidad, solo nos queda la tarea humana de rescatar lo que es auténtico y genuino en medio de tanto ruido digital.

7.4. Instrumentos de Recolección y Análisis de los Datos

Como instrumentos de recolección de datos se plantean los siguientes:

Tabla 2

Instrumentos de Recolección de Datos - Sustento Teórico

Fase	Instrumento/Técnica	Fundamentación Teórica y Propósito	Técnica de Análisis de Datos
1	Matriz de Análisis Semiótico	Deconstrucción sistemática de publicaciones de Instagram. Permite operacionalizar el marco teórico interdisciplinar. Este instrumento se diseñó para capturar la multidimensionalidad del discurso visual bajo los conceptos: performatividad, poder, mercantilización, liquidez y fragmentación.	Análisis de Contenido Semiótico
2	Entrevista Semi-estructurada	Permite profundizar en la experiencia subjetiva, el sistema de prácticas y/o patrones de conducta concretas, así como la construcción y negociación de significados en las plataformas digitales/redes sociales como Instagram. Aporta la voz de mujeres participantes directas del estudio para efectos de contraste.	Codificación Temática: identificación de temas recurrentes, patrones y consumo en contenido visuales y verbales.

3	Triangulación	Integra todos los resultados del análisis semiótico como discurso de la plataforma; las entrevistas como experiencia de usuaria; y, la revisión documental. En búsqueda de convergencias, divergencias y elementos complementarios.	Análisis Crítico del Discurso
4	Elaboración de Crónica Narrativa	Comunican los hallazgos de a partir de la humanización y, análisis sociológico de los datos, mostrando el impacto de estas en la vida cotidiana.	

8. Resultados

8.1 Análisis de la Influencia de las Narrativas Visuales Promovidas por Plataformas como Instagram en las Expectativas y Prácticas Amorosas de Mujeres Jóvenes Heterosexuales, Bisexuales y Homosexuales entre 19 y 27 años en Colombia

A partir de este análisis, se propone develar los mecanismos a partir de los que las narrativas visuales en Instagram posiblemente configuran expectativas y prácticas amorosas de mujeres jóvenes entre los 20 y 30 años en Colombia, para lo cual se adopta en el marco del enfoque cualitativo, un diseño de investigación de corte semiótico-discursivo, que permita operacionalizar un marco teórico interdisciplinar desde la perspectiva sociológica que haga posible una disección profunda de los contenidos digitales.

El análisis semiótico se centra en un corpus de cinco (5) publicaciones entre: video-reels, historias y publicaciones-imágenes y, perfiles de influencers, marcas y medios que en Instagram como Plataforma Digital promueven ideales relacionales, lo cual se complementa para los próximos dos objetivos con instrumentos como la entrevista semi-estructurada a mujeres entre 20 y 30 años en Medellín y Bogotá, Colombia; y, la triangulación para ir contrastando la recepción de estos discursos.

8.1.1. Operacionalización de Categorías de Análisis Teórico en la Matriz de Análisis Semiótico

La operacionalización de las categorías teóricas comienza con Foucault (2009) alrededor del concepto de “Dispositivos de Poder y Subjetivación”, sobre lo cual metodológicamente se analizará Instagram como un dispositivo moderno que, a través de algoritmos, lo que ofrece la arquitectura de la plataforma como lo son: likes, comentarios, seguidores y demás elementos de interacción; así, como las normas comunitarias sobre los cuales los usuarios manifestaron un acuerdo, ejerce un poder productivo, que se reproduce en su dinámica cotidiana que está incitando a los usuarios a determinadas formas de ser y de amar como patrones socialmente establecidos.

En este sentido, a partir del análisis semiótico, se buscan evidencias que permitan explicar cómo la plataforma tiende a generar una percepción de normalización o rechazo de ciertos cuerpos, relaciones, estilos de vida, internalización de las miradas que tienen a homogeneizar actitudes, comportamientos y su propia construcción como sujetos objetos de emociones, sentimientos y deseos legítimos.

Por otra parte, desde la perspectiva de Illouz (2009; 2012) sobre la “Construcción Cultural del Amor y su Mercantilización”, el análisis se enfoca en la identificación de cómo las dinámicas de mercado y el consumo, que son el motor de una plataforma digital como Instagram, han penetrado y transformado el lenguaje del amor y la expresión del deseo limitado y direccionado a partir de las posibilidades de interacción que permite. Así, se examina la estetización de las relaciones en Instagram donde pareciera que existe un “Amor por Catálogo”, lo que está alimentado por la narrativa de la “inversión” física, material, emocional y en sujeto/as de deseo, en pro, de ser legitimado en un espacio digital como Instagram, que interactúa de forma directa con el mundo real, y extrapola esta “inversión” en los grupos de socialización en el mundo de la vida cotidiana, convirtiendo bienes, experiencias, destinos y gustos en común, en signos indispensables del amor exitoso. De manera que, se analiza cómo el amor se representa y se ofrece como un producto susceptible de ser optimizado a través de herramientas que son un producto como todo el contenido de auto superación, fortalecimiento emocional, psicología oscura, psicología inversa, productos bioenergéticos, y hasta, prácticas espirituales de todo tipo, que venden una lógica de transición hacia mejorar su propia persona, moldeando identidades de forma directa e indirecta.

La teoría de la “Performatividad” de Butler (1990) es fundamental para entender las representaciones de los roles amorosos, a partir del análisis de las publicaciones en Instagram como “Actos Performativos”, es decir, puesta en escena para públicos determinados y, con objetivos particulares que van desde el reconocimiento hasta la monetización de la imagen individual y/o colectiva. Así que, se observan cómo se performa la feminidad y la masculinidad, qué es lo deseable en un contexto de pareja, qué se valora de una relación de pareja, cómo se evidencian desde la escenificación la manifestación del afecto; y, cómo la repetición de estos guiones visuales ha construido un significado de lo que es el verdadero amor, o la “persona correcta”. En lo disruptivo, cómo las disidencias sexuales, se apropian

de estos entornos y negocian o subvierten este tipo de mandatos sociales en el contexto digital.

En este punto, Chul-Han (2012) aporta la perspectiva para analizar la influencia del sistema mundo y el neoliberalismo en las relaciones personales, en un contexto en el que la humanidad se manifiesta “apolítica”. Para ello, se operacionaliza el concepto de la “Fatiga del Yo Emprendedor” aplicándolo a la gestión del perfil del “buen candidato” para ser pareja, identificando narrativas que promueven la “optimización del amor” entendiendo la construcción del hogar, más allá que, desde los valores humanos, como un proyecto que “debe ser” productivo, eficiente y exitoso, dentro de lo socialmente establecido, para poder ser exhibido o presentado en sociedad, lo que nos lleva a analizar la presión existente en la sociedad actual, de ser el más auténtico, a la vez que la hiper comunicación genera aislamiento, esto observándolo desde cómo la lógica de la conectividad permanente puede estar disminuyendo sentido al gusto real más allá de las adquisiciones y el estándar social y/o de pertenencia a grupos específicos por legitimidad; el cariño y la ternura como manifestaciones de afecto y no como síntoma de debilidad; y, la intimidad.

En torno a esto último, Barthes (1977) en “Fragmentos de un Discurso Amoroso” brinda un conjunto de figuras susceptibles de rastrear en el contenido digital, como: el ausente, la espera, el idilio, o el suplicio, que a partir de los pies de foto, las descripciones de las publicaciones y las interacciones permiten dar luces sobre cómo este discurso amoroso antes muy íntimo y singular, en tanto era del ámbito de lo privado entre los amantes, la expansión de lo digital ha fragmentado, y, lo ha hecho público, codificándolo en un formato digital que es efímero y repetitivo, creando un lenguaje colectivo que lucha por ser aceptado y legitimado, pero que se vuelve cada vez más superficial.

Finalmente, volviendo a Bauman (2003), desde el “Amor Líquido” hace posible examinar la categoría de lo “Frágil y Transitorio”, identificando a partir del análisis semiótico elementos que corresponden al temor al compromiso, la cultural del descarte por encima de la construcción individual y de pareja, la importancia de la legitimidad social por encima del fortalecimiento del vínculo; y, el valor de la flexibilidad como sinónimo de libertad y antagónico a la estabilidad. Sobre esto, se analiza cómo la plataforma facilita una socialización alrededor del descarte y del despegue como canon.

8.1.2. Matriz de Análisis Semiótico para el Estudio de Narrativas Amorosas en Instagram

Para sistematizar el análisis semiótico en la siguiente matriz, se establecieron los siguientes criterios:

- Selección del Corpus: selección de cinco (5) publicaciones entre: imágenes, video-reels, carruseles e historias de perfiles relevantes para el tema de investigación como: influencers de pareja o de autosuperación emocional por ruptura amorosa, terapeutas de pareja, medios de citas, cuentas de “consejos amorosos”; y, perfiles personales de mujeres del común que discuten sobre sus relaciones, o manifiestan elementos sobre su vida amorosa.
- Cada unidad de análisis, constituida por una publicación, se ingresa en la Fila 1 de la matriz.
- Se plantea una dimensión por cada categoría de análisis planteada para cada uno de los autores que brindan el sustento teórico construido. Por cada dimensión, a partir del contenido escogido se planteará una pregunta guía.
- En la última columna se desarrolla una síntesis interpretativa integrada que triangula los hallazgos de las distintas dimensiones, constituyendo un resultado para este objetivo planteado en el estudio.

Tabla 3
Matriz de Análisis Semiótico

unidad de análisis (nombre de la publicación, perfil, copy, imagen, link, alcance)	dimensión 1: foucault: dispositivo y subjetivación	dimensión 2: illouz: mercantilización afectiva	dimensión 3: butler: performatividad de género y amor	dimensión 4: neoliberalismo y relaciones	dimensión 5: barthes: fragmentos del discurso amoroso	dimensión 6: bauman: amor líquido	síntesis interpretativa integrada
---	--	--	---	---	---	---	-----------------------------------

"Lo que haces cuando nadie te esta viendo construye tu coherencia interna" 49mil likes, 508 Comentarios : https://www.instagram.com/reels/DLkno1nu9-w/	El autor o autora del video, nos presenta a la "clave" para hacer que la confianza en la relación se sostenga de forma "infinita". El, sostiene que está en el actuar como si tu pareja estuviera se vigilando tus pasos. Esto analiza la luz de la teoría de sobre subjetivación y dispositivos de poder, podemos	Directamente en la publicación no se nos muestra la obtención de mercancía o experiencia como un objetivo en las relaciones. Pero si podemos verlo de forma sutil, en el lugar donde están, los accesorios que usan, el formato y la calida	El presente video está grabado en un formato <i>Reel</i>, de forma no directa a nosotros da a entender que es un <i>clip</i> de un video más extenso, puede ser un podcast, donde ella está haciendo algunas preguntas a él, que es su pareja. En este caso la pregunta	Discursivamente en el video se nos sustenta la forma en que las relaciones deben ser vistas como un lugar de inversión, de trabajo, donde los miembros se comprometen a seguir ciertos mandatos para que dicha sociedad funcione. Que es a partir del esfuerzo que se obtienen las ganancias deseadas. En esta concepción neoliberal del amor,	Comprender el amor desde Barthes, es verlo desde la parte más profunda de lo humano. Es verlo como esa tontería irrisoria que embriaga la mente y la razón. Pero, donde constantemente tenemos que estar camuflando o negando la verdad del sentir para demostrar ser lo más racional posible. Discursos como el que	Para Bauman los vínculos modernos son profundos, frágiles, las lógicas contradictorias del amor en el capitalismo tardío digital. Bajo la apariencia de un consejo íntimo sobre la "confianza infinita", ejecuta una sofisticada operación de poder que naturaliza la vigilancia interna (Foucault) como fundamento del vínculo amoroso. La propuesta de "actuar como si tu pareja te estuviera vigilando" traslada el panóptico al corazón de la subjetividad,	Este reel opera como un microdispositivo pedagógico que condensa las lógicas contradictorias del amor en el capitalismo tardío digital. Bajo la apariencia de un consejo íntimo sobre la "confianza infinita", ejecuta una sofisticada operación de poder que naturaliza la vigilancia interna (Foucault) como fundamento del vínculo amoroso. La propuesta de "actuar como si tu pareja te estuviera vigilando" traslada el panóptico al corazón de la subjetividad,
---	---	--	--	---	---	--	--

os ver cómo es a través de estos discurs os de control , guiado s por el deseo o el "amor" , donde emerge el aparato de poder; que termin a insertá ndose directa mente sobre los cuerpo s y sus anhelo s más profun dos. Es en la idea de la "confia nza" dentro de la relació n, donde los diferen tes discurs os	d en la que graba n el video . Todo esto nos da cuent a como los biene s mater iales le aport an un aura "rom ántic o" a través de las narrat ivas visual es que muy sutil ment e nos comu nican como el deseo , lo romá ntico, la tranq uilida d y paz dentr	nta puntu al es: "amo r, cual crees que es el peor error que come ten las parej as estan do en una relaci ón", a lo que el proce de a respo nder de forma muy conci sa y segur a, lo que él consi dera que es la "clav e" que hará que una relaci ón se soste	las relacion es se rigen bajo término s como "inversi ón", "rentabi lidad" o "riesgo" . Esta lógica se conecta profund amente con la teoría de Foucaul t, puesto que termina moldean do a los sujetos como seres "discipli nados", profund amente "raciona les" convirti endo cada una de sus emocion es en mercanc ías cuantifi cables.	estamos analiza ndo, que pretend e sostener la "clave" del éxito en una relación , posible mente solo busca camufla r la incertid umbre misma de no poder tener el control (según lo estipula las normas modern as del como amar) de las emocio nes.	idum bre, al punto que es insos tenibl e. Esta incert idum bre mezc lada con la idea del deseo const ante de adqui rir algo más, algo nuev o y mejo r, le dan poder a los discu rsos que parte n de la noció n de tener "la clave ", las fórm ula secre ta o	transforma ndo la autonomía en autocontrol permanent e y el amor en un régimen de verdad donde la transparen cia absoluta se erige como ideal. Esta internaliza ción de la mirada disciplinari a no busca la libertad, sino la producción de un sujeto previsible y gestionable , cuya "coherenci a interna" es, en realidad, la perfecta adhesión a un guion relacional normativo. Al mismo tiempo, la estética del video realiza (Butler) y comerciali za (Illouz) este ideal de control.
---	---	---	---	--	--	---

	biopolíticos encuentran arraigo, guiando a su vez la pérdida de subjetivación por parte de los individuos a la hora de entablar el vínculo sexual afectivos.	o de una relación esta mediada por todas estas "comodidades" que la obtención de bienes materiales nos llega a aportar. El lujo, molda la idea del romance como un momento ritualístico que si o si las parejas deben experimentar para llegar	nga de forma infinita. Ella, en todo el clip simplemente asiente y le da la razón. A partir de la teoría de Butler sobre el género, podemos entender que este se molda a partir de la performatividad de la identidad. El género no es algo dado,			el paso a paso para el éxito de las relaciones. En términos del autor, queremos poseer el objeto deseado buscando su perduración, pero que de una u otra forma solo lleva a su consumo y extinción.	La ambientación ostentosa y sutil, que incluye el entorno, los accesorios y la calidad de producción, crea una atmósfera de éxito y autoridad. Esta representación no es accidental; transmite que la "clave" para una relación ideal está al alcance de aquellos que pueden poseer y representar un capital estético y económico determinado.
--	--	--	---	--	--	---	--

		a esta "completitud" anhelada, nos dice Illouz .	se construye precisamente en la interacción con el otro. La forma en que el sostiene tener la verdad, como posiciona su cuerpo o frente a la cámara, el tono de voz que emplea es toda una construcción simbólica de cómo se debe ver lo				
--	--	--	--	--	--	--	--

			masculino. En este caso puntual, como debe posicionarse un hombre que posee la verdad frente al cómo debe llevarse a cabo una relación efectiva.				
Naraaziza, Influencer Estadounidense con 731 publicaciones, 4.9Millones de seguidores https://www.instagram.com/naraaziza/	El matrimonio de Nara se presenta todo el tiempo como la relación ideal. Sonrisas, caricias, compañerismo.	Nara nos presenta en su perfil una vida perfecta. Ella es mamá, esposa, modelo y además	El perfil de Nara es la representación visual de lo que debe ser una mujer "perfecta" dentro del entorno	En el estilo de vida que nos comparte Nara, podemos ver cómo es de vital importancia el matrimonio y la procreación. Pero también es de vital	El amor desde lo esencial, que nos propone el autor, nos posibilita verlo como algo tan profundo y complejo que arroja al individuo	Instagram, en tanto se configura como un espejismo, nos da la impresión de que nos permite	La vida de Nara es una vida aspiracional, es la utopía hecha realidad. Una mujer joven y hermosa que se casa con un hombre joven hermoso. Ambos tienen una vida rodeada de

	Desde el espejismo de las redes sociales, se puede decir que encarna a los valores propios de la idea del amor. Para Foucault, esta perfección no es nada más que la manifestación de la subjetivación como sujeción. Es el ejemplo o efectivo de como el dispositivo de poder que moldea los cuerpos y su sexualidad, se	hace pan desde cero en la cocina de su casa. La idea del amor y de bienestar que busca comunicar en su perfil esta trasversalizada por el confort y el glamour que solo la adquisición de bienes s (materiales e inmatriciales) te puede brindar. Aquí podemos	mado heteronormativo. En ella podemos ver como asume su "rol" como mujer, de una formada y natural. Su discurso visual y narrativo parte desde la idea de lo que como mujer, madre y esposa debe hacer. Al navegar por su perfil podemos ver	importancia que ella invierte en si misma, en su imagen, su aspecto, en su hogar. La inversión la podemos ver acá como una forma de comunicar la clase social a la que pertenece su familia, romanzando profundamente la apariencia y el lujo romántico. Quizás de entrada con Nara no vemos este discurso asociado al trabajo	uo a un constante dispendio (perdida). En las relaciones modernas es donde la mercancia viene a ocupar un rol de completud. La adquisición de bienes y servicios se se instaura como ritual. Nara controla todo en tu vida, desde los outfits combinados de ella y su familia, hasta su trabajo como modelo. Pero si entendemos a	ver y conocer otras realidades, en este caso, la vida de Nara. Pero al ser preciosa ante la espejismo, solo nos permite ver una cara, un lado de la moneda. El matrimonio de Nara se sitúa como estable, fuerte y duradero. Esto entra en	las comodidades y el confort que la pertenencia a una clase social determinada y a la adquisición de bienes y servicios, le permiten. Su vida, no es una contradicción, a lo que entendemos como relaciones modernas, de hecho es profundamente funcional a lo que el mercado, la publicidad, las normas y valores propios del capitalismo o tardío ha impuesto. Los sentimientos como el amor en este tipo de relaciones, solo cobran este grado de aura romántica,
--	---	--	--	--	---	---	--

	instauran efectivamente en la mente racional del individuo. En este caso, la normalización de las conductas y valores asociados a la vida "perfecta". Este dispositivo, al naturalizar el cuerpo, su sexualidad y al dotarlo, a partir de ello, de un cúmulo de normas y valores presentes principalmente en instituciones como	ver claramente como los bienes de consumo dejan de ser simples articulaciones para convertirse en parte del momento romántico; la idea del amor que esta mujer quiere demostrar es una mezcla perfecta entre hedonismo y razón. Para Illouz esta	como en los videos más recientes el aura que proyecta es más serio, más sobrio y conservador. No es de extrañar que ello se asocie con discursos asociados a las <i>Tradwife</i> . Estas son mujeres que su contenido giran alrededor del deber ser como mujer dentro	en equipo o la realización en conjunto; pero si podemos ver la inversión de bienes de consumo que nutren la imagen romántica de su vida, la creación de toda una puesta estética donde la opulencia y el ocio hacen parte de toda esa fantasía utópica del romance moderno.	Barthes, el amor es precisamente ese impulso no racional que arroja a los individuos a la constante incertidumbre, pero que si se es real, se llega a transformar en fuerza y se asume como valor. Con el caso de Nara, quizás lo que intenta ocultar con toda su puesta en escena es la poca certeza, que como una mujer de 24 años,	contradicción directa con la teoría que nos propone Bauman. Podemos verlo como una negación a la noción de fluididad que nos propone para entender las relaciones, pero precisamente la ansiedad que esta presente en la sociedad moderna, la	por los bienes y servicios que adquieren, una de ellas, que está muy presente en su perfil, es el bienestar. De forma muy sutil y a partir de narrativas visuales, envía el mensaje que el bienestar no se construye, se compra. Estas nociones que son impulsadas por las redes sociales, terminan configurando un imaginario social de cómo se debe ver el amor, moldeando los deseos y anhelos de los individuos que consumen este tipo de contenido de forma continua y
--	---	--	---	---	---	---	---

	la familia, reproduce los mismos sujetos una y otra vez, dotándolos de la identidad que les permitirá autogobernarse.	es la manifestación del amor romántico en el capitalismo tardío. Puesto que, es allí donde se condena la contradicción entre producción y consumo; es decir, el placer y la intensidad entra en contradicción con la cultura de la producción, teniendo	o del hogar. Buscan reproducir constantemente la matriz heterosexual, la cual según Butler, es la que hace que se perpetúe el género, sus deseos y roles. Esta matriz es la que sostiene el entramado del amor y el romance como un atributo propio		puede tener ante la vida.	que arroja a las personas a entablar vínculos y estilos de vida a partir de nociones conservadoras. Este tipo de matrimonios tradicionales se convierten en una coraza que termina por brindarle "seguridad" al individuo.	sin filtro crítico.
--	---	---	---	--	---------------------------	--	---------------------

		ndo como result ado como una negoc iació n dentr o de las relaci ones afecti vas, desca nsar pero no much o, trabaj ar, pero que no se note que nos cuest a.	o de la mujer , es ella la que debe velar por si mism a y su famili a, desde el cuida do, el amor, pero tambi én de la bellez a y el glam our como valor es propi os de la mujer mode rna.				
--	--	---	---	--	--	--	--

<u>"Que yo por amarte a ciegas caminaría y me entregaría por completo porque te amo"1.169 likes y 30comentarios:</u> https://www.instagram.com/reel/DQVXF09keyG/?igsh=NTFtNnl1NmhsMzd <u>n</u>	La boda, como ritual iniciado por el matrimonio, por más moderno y lujoso que se vea, esta circuncrito a los aparatos de poder que buscan la regulación y la disciplina del sujeto. La producción de subjetividad/instituida solo es posible en sí, en tanto se reproduce el dispositivo. Esto podemos	La experiencia afectiva de la boda, de la forma en que esta creada de contenido decidido e compartirla, nos permite ver como el consumo está todo el tiempo presente, hasta el punto que termina siendo más importante mostrar y demostrar poseer, que	La boda, desde que se consagra como un mandato divino, hasta la actualidad que tenemos conceptos más modernas, funciones como una perpetuación del entramado heteronormativo. Este ritual está cimentado en la noción del género a partir	La boda puede leerse como el lanzamiento de una "empresa conyugal". La inversión inicial (económica, emocional, social) es monumental, con la expectativa de futuros rendimientos en forma de estabilidad, felicidad y capital social ("#FelicidadesParaSiempre"). La lógica neoliberal de la inversión de alto riesgo/recompensa se aplica aquí: se invierte todo en	La figura barthesiana activa la delidilización, pero teñida de abandono y entrega. El sujeto amante se declara dispuesto a caminar "a ciegas" y entregarse por completo. Esto refleja la figura del "abatimiento" o la "rendición" extática ante el amor. Sin embargo, esta figura de abandono total se presenta en el contexto de la	El texto promueve una narrativa de amor sólido y absoluto ("por completo", "por amarte a ciegas"), que se erige como una negación explícita de la liquidez y la provisionalidad que Bauman diagnostica. Es una declaración de guerra contra la	Esta publicación encapsula la paradoja central del amor romántico en la era digital: proclama una entrega íntima, ciega y total (figura barthesiana del abandono) a través del dispositivo social más normativo y visible (la boda). Utiliza el lenguaje de la autenticidad emocional extrema para someterse y celebrar un aparato de poder (Foucault) que regula la vida. Es la mercantilización (Illouz) de la promesa de solidez (contra Bauman), performando (Butler)
--	---	---	--	--	--	---	--

	os verlo cuando compre ndemo s que la boda es el momen to donde se lleva a la instaur ación del contrat o matrim onial, es el acto de sujeció n "volunt aria" al sistema . Publica ciones, como esta, busca celebra r la liberta d y el amor, para ellos, estos sentimi entos pueden ser "genui nos", pero lo que podem	la exper iencia mism a del mom ento. Las practi cas romá nticas , como una boda, deja de ser un mom ento de encue ntro y unión y se convi erte en un mom ento social , dond e se es permi tido medir y cuant ificar el amor a partir de la masif icació n de la	de lo binari o. La novia y el novio perfo rman roles, que aunq ue se intent a matiz ar con accio nes de "liber tad propi as de los indivi duos" , repro ducen roles de géner o.	un único evento/c ontrato con la promesa de dividen dos emocion ales a perpetui dad. La relación se conviert e en un proyect o que debe ser lanzado con éxito, optimiz ando su visibilid ad y legitimi dad desde el día uno.	boda, es decir, es instituci onaliza da y santific ada. Barthes diría que el discurs o amoros o aquí es captura do por un ritual social que le da una forma aceptab le y pública a una emoció n que, en su raíz, es desesta bilizado ra y ciega.	fragil idad de los víncu los mode rnos. Sin emba rgo, parad ójica ment e, al neces itar ser procl amad a y perfo rma da públi came nte en redes socia les, revel a la ansie dad suby acent e que intent a calm ar: en un mund o de cone xione s líqui das, la	el inicio de una empresa conyugal neoliberal. La intensidad del sentimient o se convierte en la justificació n última para una inversión espectacul ar y pública, intentando conjurar, mediante un ritual de consumo y visibilidad, la liquidez que amenaza a los vínculos modernos.
--	---	---	--	--	---	---	--

	os leer entre líneas es como el dispositivo de sexualización se instaura, en los individuos, en tanto su identidad ligada a su subjetividad, dota de sentido sus acciones.	experiencia. Y es que en redes sociales, la boda es el momento en que "se consagra" el amor de la pareja, pero esto solo es medible en tanto más dotada de experiencias mercantilizables. Lo vemos en el video, a partir de toda la perfo				solididad del vínculo debe ser demostrada constantemente, incluso en su momento fundacional. La boda como "evento Instagramable" es el primer gran esfuerzo por solidificar, mediante la mirada de los otros, un vínculo que la	
--	--	---	--	--	--	---	--

		romántica que se consagra como bien de uso, desde las joyas que usan, hasta el show o la experiencia que visual que brindan.				cultura contemporánea tiende a hacer fluido.	
<u>“La Esposa Sabia y Sus Deberes” Link:</u> https://www.instagram.com/reel/DQmss8ykRrX/	Este contenido opera como un manual de sujeción pastoral. El discurso religioso ("Palabra de Dios") funciona como	La mercancía aquí no es un objeto, sino un paquete relacional pre-empacado: el modelo de matrimonio	Es un texto paradigmático para la performance de género o heterosexual y binario. La "esposa sabia" es	Se aplica una lógica de optimización espiritual y gerencia del hogar. La esposa es la "directora emocional y operativa" de la	La figura dominante aquí es la Aseveración o el Código. Barthes habla de cómo el discurso amoroso a veces se rigidiza en	Este contenido es la antítesis deliberada y militante del amor líquido. Promueve los hiper-sólidos ,	Este reel representa un contra-discurso fundamentalista dentro del ecosistema de Instagram. Frente a la mercantilización hedonista y la liquidez de las relaciones, ofrece un paquete alternativo de

	un disposi tivo de poder que produc e un tipo específ ico de subjeti vidad femeni na: "la esposa sabia". La "sujeci ón y respeto " al marido como "líder espiritu al" es interna lizada no como opresió n, sino como sabidur ía y liberta d en la obedie ncia. Foucau lt analiza ría cómo este poder no reprim e, sino que <i>pr oduce</i>	cristi ano tradic ional. Se vende como el produ cto óptim o para la "edifi cació n de la casa" (éxito famili ar y espiri tual). El "amo r", "resp eto" y "honr a" son prese ntado s como inver sione s emoc ional es con un retorn o garan tizad o: un hogar establ	un perso naje que se const ruye medi ante la repeti ción de actos de sujeci ón, respet o, apoy o y cuida do mater nal. Butle r argu ment aría que este discu rso presc ribe el guion que las mujer es deben citar para que su géner o sea legibl e y	"empres a familiar ". Su deber es "edifica r", "instruir ", "guarda r", "ayudar " y "apoyar " para maximi zar la eficienci a y producti vidad del "mejor equipo" (el matrimo nio). Es una visión neoliber al del hogar como una startup donde cada miembr o tiene un rol funcion al y producti vo claramen te definido , y el éxito (la salvació n, la	frases hechas, en un "catecis mo". Este reel es precisa mente un catecis mo amoroso- conjug al. No hay lugar para la duda, la angusti a o la espera barthesi anas; todo está ordenad o, claro y prescrit o. Es la negació n de la fragme ntación y la incertid umbre del sentimi ento, reemplazá ndolo por un manual de instrucc iones. El "discurs	ancla dos en la tradic ión, la religi ón y roles fijos. Es una respu esta conse rvado ra a la fluid ez y fragil idad diagn ostic ada por Bau man. Ofrec e "segu ridad " a travé s de la estru ctura rígida, la claridad de los deber es y la prom esa de trasc ende	mercantiliz ación <i>sagr ada</i> (Illouz) y solidez absoluta (Bauman). Utiliza el dispositivo de la religión (Foucault) para producir una subjetivida d femenina sumisa pero empoderada a espiritualm ente (Butler), presentand o la obediencia como sabiduría suprema. Es un proyecto neoliberal de gestión familiar óptima, donde el amor se traduce en eficiencia conyugal y rendimient o devocional . Suplanta el discurso amoroso fragmentad o y ansioso de Barthes por un código
--	---	---	--	--	--	---	---

	deseos, placere s e identid ades (la "ayuda idónea ", la "comp añera que levanta sus brazos en oración ") que ligan al sujeto a un régime n de verdad y autorid ad divina mente sancio nado.	e y una vida confo rme a la volun tad divin a. Illouz vería aquí una forma de merc antili zació n simb ólica dond e las emoc iones y los roles son estan dariz ados y ofreci dos como la única fórm ula verda dera para el éxito afecti vo, comp itiend o en el	valor ado dentr o de esa comu nidad simb ólica. Perfo rmar la "ayud a idóne a" y la "muj er que honra " natur aliza una jerarq uía de géner o (el homb re como líder) al prese ntarla no como const rucci ón cultur al, sino como mand ato ontol ógico y	familia unida) depende del desemp eño eficiente de esos roles.	o amoros o" se solidific a en dogma.	ncia. En un mund o perci bido como líqui do y mora lment e inest able, este guion prop orcio na un puert o sólid o, aunq ue ello impli que renun ciar a la auton omía indiv idual y a la nego ciaci ón conti ngent e de los roles que carac teriza a las relaci ones	rígido y tranquiliza dor, ofreciendo una salida a la incertidum bre moderna mediante el retorno a un orden simbólico pre- establecido y divinament e ordenado.
--	---	--	---	---	---	---	---

		mercado de los estilos de vida.	divino.			modernas.	
<u>Perfil: Carlota Madrigal.</u> <u>Link:</u> https://www.instagram.com/carlotamadriral	Carlota Madrigal es un ejemplo del dispositivo del estilo de vida como tecnología del yo. Su identidad ("director creativo", influenciar de moda y de viajes) es un producto meticuloso y público. Foucault	El estilo de vida y estético es el producto fundamental en este caso. El amor romántico (que está implícito en la pregunta sobre el "próximo destino en pareja") se	Aquí, el deseo de la feminidad está indolumentemente asociado con el deseo del gusto, la movilidad y el capital estético. El género se crea a partir de la exhibición.	Carlota es el modelo del yo emprendedor (Han) utilizado en su vida personal y de pareja. Su perfil es su marca personal y su portafolio. Las relaciones, incluidas las de pareja, son parte de este plan para optimizar la estética	La figura de Barthes que predomina es la del Idilio, aunque completamente geolocalizada y externalizada. El idilio no es una condición del alma, sino un destino (Palm Springs, Tokio, China). El "discurso amoroso" pierde su	Esta personalidad representa la liquidez en su forma más lujosa. La vida y por ende, las relaciones, es un continuo movimiento, transformación de contextos y renovación	@carlotamadriral es la intersección ideal entre el capitalismo o emocional de Illouz y la sociedad del rendimiento de Han. Su perfil es un mecanismo (Foucault) que genera la subjetividad del nomadismo digital globalizado, para el cual el amor (Butler) constituye una adición estética y vivencial a su modo

	examinaría la manera en que las plataformas incitan a los usuarios a formar se como sujetos median te la curaduría continu a de una imagen consumible. El perfil no solo exhibe una vida, sino que la genera como un artefacto estético, regulando las experiencias (como los viajes y los atuendos) para	convierte en un producto mercantil dentro de este estilo de vida. El cariño y la compañía se viven y se evidencian mediante el uso de experiencias lujosas (Tulum, Tokio, Palm Springs) y productos de moda ("look", "outfits", "nails"). Según	ción de una feminidad moderna, viajera, profesional y con buen gusto. El hecho de referirse al "próximo destino en pareja" indica que el papel de la "novia/esposa moderna" se lleva a cabo igualmente en este ámbito de diversión y consumo intern	y autogestionarse. Viajar a lugares de moda no es solo diversión, sino también trabajo de creación de contenido y conservación de la relevancia. Los viajes se transforman en una inversión de experiencias personales y un capital simbólico para la marca, y así la pareja se vuelve un "socio" en este proyecto de vida.	aspecto lingüístico e íntimo para ser reemplazado por referencias visuales y geográficas. La pregunta "¿Cuál es tu próximo destino en pareja?" sustituye a "¿Qué sientes por mí?". El anhelo amoroso se proyecta hacia un futuro de consumo o experiencia, descomponiendo la emoción en una secuencia de instantes y	de la imagen. La relación no se basa en la estabilidad del hogar, sino en la habilidad de ambos para sostenerse en este emocionante flujo de vidas. No obstante, Bauman advertiría que esta hiper-movilidad podría ser una facha da que	de vida. La relación de pareja se convierte en una empresa conjunta para acumular capital simbólico (viajes, fotografías, seguidores) y se vuelve neoliberal. El discurso amoroso (Barthes) se convierte en un mapa de destinos por marcar, mientras que la fortaleza del vínculo (Bauman) es reemplazada por la promesa de una futura aventura, transformando la relación en una empresa dinámica, siempre enfocada en el siguiente "destino"
--	--	--	--	--	---	--	---

	convertirlas en contenido que a su vez disciplina las aspiraciones y deseos de sus seguidores.	Illouz, el "amor verdadero" está relacionado con la habilidad de acceder a este repertorio de lugares de moda y experiencias fotográficas y compartirlo.	accional. Es un guion de género o actualizado: no es la esposa prudente en casa, sino la socia de aventuras y cómplice en la creación de una biografía visual que inspira.		espacios fotogénicos que se deben conquistar.	oculta el miedo a establecer un compromiso profundo y estático. La pareja que solamente se comunica a través del próximo viaje podrá estar eludiendo la construcción de una intimidad menos ostentosa pero más firme en lo cotidiano.	soñado" que complementa la narrativa visual de una vida ideal.
--	--	--	--	--	---	---	--

8.2. Materialización de la Performatividad del Amor Romántico en las Relaciones Sexo-Afectivas en Mujeres Heterosexuales, Homosexuales y Bisexuales entre los 20 y 30 años en Colombia

En este punto de la investigación, el propósito es adentrarse en el análisis de las experiencias amorosas y de pareja, de las mujeres jóvenes entre 20 y 30 años en la era digital en la actualidad, partiendo de la premisa de que plataformas como Instagram han venido reconfigurando las dinámicas afectivas y de relacionamiento interpersonal. Con el fin de deconstruir esta transformación desde un marco teórico interdisciplinar que anteriormente permitió operacionalizar las narrativas en los contenidos visuales y verbales, en categorías de análisis específicas.

Se realizan un conjunto de entrevistas semi-estructuradas para comprender qué experimentan las mujeres, cómo estas experiencias se construyeron y son moldeadas por dispositivos culturales y económicos que tienen sus bases en el capitalismo tardío y la globalización, haciendo uso de sus historias como la materia prima para la construcción de la crónica resultado del estudio.

En el diseño de la guía de entrevista semi-estructurada la teoría de la performatividad de Butler (2007) constituye en lente principal para el análisis de cómo las mujeres escenifican y negocian los roles amorosos y de pareja en el entorno digital. Así, las publicaciones, diferentes interacciones y narrativas sobre las relaciones de pareja, son actor performativos que posicionan normas sociales, y buscan establecerlas como canon, por ello, se busca a partir de las entrevistas identificar los “guiones” alrededor del género, y, los estándares para la deseabilidad que se internalizan y se representan, evidenciando esto, en los elementos que rodean la publicación de una foto, lo que se muestra y lo que no, incluyendo la introducción y/o presentación de la pareja en redes sociales como un evento importante para la percepción construida del yo digital.

Como complemento, viene Barthes (1977) quien ofrece la caracterización de un repertorio de elementos que permiten rastrear cómo se fragmenta el sentimiento amoroso en el entorno digital, llenando de sentido sus conceptos: la “espera” en este caso por un mensaje; el “idilio” por encontrar y sostener la pareja perfecta; el “suplicio” de los celos por la

interacción digital, que codifican experiencias que se trasladan a la interacción en el mundo real. A partir de esto, la entrevista explora cómo el discurso amoroso y sobre la dinámica de pareja se han convertido en un conjunto de figuras estandarizadas y del escenario de lo público que circulan en las redes sociales a “espera” de validación y legitimidad, incluyendo así la manera en que las mujeres están articulando, construyendo y viviendo sus propias historias.

En lo político, Marx (1867) proporciona la perspectiva crítica que a partir del fetichismo de la mercancía y la alienación se operacionaliza para dar paso al análisis de cómo las relaciones interpersonales y en esencia, humanas se están cosificando, encontrando en el amor y la pareja “mercancías” cuyo valor se determina en la exhibición y la validación de la red social digital. Mientras que, la alienación se ve representada en la experiencia, viviendo relaciones para su representación digital, convirtiéndose la imagen de la felicidad más importante que la experiencia auténtica.

Asimismo, Baudrillard (1978) brinda los elementos para analizar desde lo abstracto la experiencia de inter relacionamiento amoroso y de pareja en el plano digital, en la medida en que la posmodernidad, los signos, modelos y significados se pueden sustituir en el ciberespacio, por lo que es interesante a través de Baudrillard pensar en si las relaciones representadas en redes sociales son en sí mismas un posible simulacro que prepara para la interrelación en la vida cotidiana.

Tabla 4.

Operacionalización de las Categorías de Análisis - Entrevistas Semi-estructuradas

Autor	Concepto Clave	Pregunta Operacionalizada
Butler, J. (2007)	Performatividad de los Roles Amorosos	¿Te gusta publicar fotos/videos con tus parejas? ¿Cómo decides qué mostrar? ¿La reacción de otros cambió tu sentir?
Barthes, R. (1977)	Fragmentos del Discurso Amoroso	Si ves una foto/video de pareja, ¿qué sientes o piensas? ¿Alguna publicación afectó tu relación? ¿Recuerdas una situación donde las redes cambiaron cómo viviste tu relación?

Bauman, Z. (2003)	Amor Líquido y Fragilidad	¿Cómo han jugado las redes sociales en tus relaciones? ¿Alguna publicación afectó tu relación (para bien o para mal)? Reflexión final sobre cómo han cambiado la forma de vivir el amor.
Marx, K. (1867) Illouz, E. (2009)	Fetichismo/ Mercantilización	¿Recuerdas algún anuncio o contenido en redes que te haga desear estar en una relación sexo-afectiva? Cuéntame que pensaste o sentiste en ese momento ¿Te ha pasado que ves algo en redes sociales y piensas “esto sería perfecto para una cita” o “esto sería perfecto para dárselo a mi novio/a”? ¿Qué se te viene a la cabeza cuando ves a una pareja disfrutando de un artículo caro, como un carro o un viaje?
Baudrillard, J. (1978)	Simulacro y Consumo Simbólico	Si escribieras un cuento o una historia corta sobre el amor en tiempos modernos, ¿Cómo sería? ¿Qué escribirías?

8.2.1. La Performatividad del Amor Romántico: ¿Paradigma o Construcción Identitaria?

Para analizar la performatividad del Amor Romántico, desde la perspectiva del paradigma y de la construcción identitaria, se realizaron 6 entrevistas semi-estructuradas a mujeres jóvenes entre los 20 y 30 años residentes en la ciudad de Medellín y Bogotá durante los meses de Enero a Noviembre de 2025. Inicialmente, la teoría de la performatividad, formulada por Judith Butler (1990), ofrece una estructura esencial para comprender que el amor romántico no es una esencia interior que se expresa de manera simple, sino una identidad formada mediante la reiteración estilizada de acciones en el ámbito social, en este marco teórico, las relaciones sexoafectivas de Estefanía, Angélica, Ana María, Susana, Jessica y Sara están fuertemente influenciadas por esta puesta en escena continua, que utiliza gestos, publicaciones e interacciones digitales como actos performativos que rememoran y reiteran normas sociales ya existentes.

Según Butler (2007), la performatividad no es una acción única, sino un procedimiento de citación por el cual los individuos crean la ilusión de un núcleo estable de identidad, así, al contar la presión de una expareja para que suba una foto, Estefanía muestra cómo este acto, que parece simple, es en verdad la cita a una norma de legitimidad relacional: solo cuando la relación se lleva a cabo públicamente en las redes sociales es que se convierte en una realidad social, demostrando esto que, la coacción social detrás de esta actuación obligatoria se manifiesta en su incomodidad y arrepentimiento posterior.

El amor, según Foucault (2009), es un dispositivo de poder productivo que produce distintos tipos de sujetos deseables, sobre esto, Sara explica que, a lo largo de su terapia, fue creando un ideal de relación monógama y profunda que, después halló reflejada y fortalecida por el algoritmo de Instagram, lo que quiere decir que, su proceso de subjetivación no fue autónomo; fue co-creado por un entramado de discursos que se reprodujeron a través de plataformas digitales y que, de esta manera, dio lugar a una identidad amorosa particular. Así que, negociar la visibilidad se convierte en un ámbito fundamental de la performatividad, y, en relación, Ana María explica su táctica de publicar una foto en la que ella aparecía sola, pero que servía como un "guiño" para su pareja. Esta acción es una performance queer de lo íntimo que, al mismo tiempo, cita y subvierte la norma de exhibir a la pareja, estableciendo un código privado en el espacio público y mostrando agencia dentro del marco restrictivo.

Butler (2007) enfatiza que, la performatividad de género se sostiene mediante la amenaza de sanción social, Estefanía internaliza esta sanción cuando asume que no ser publicada por sus exparejas significaba que les daba "pena" de ella o que ella hacía "caer los fletes", de esta persona, la ausencia de la performance pública se interpreta así como un estigma de indeseabilidad, donde el valor del sujeto amoroso queda cuestionado por su invisibilidad digital. En este sentido, la performatividad no solo se refiere a la exhibición, sino que además dirige los guiones del romance, por ejemplo, Sara concretó una cita en la que dibujó juegos y encendió velas, inspirándose en algo que vio en Instagram; por su parte, Estefanía espera recibir flores luego de haber mandado un reel, sobre lo cual se podría decir que no son solamente inspiradas estas acciones, sino que se repiten como rituales de un guion romántico dominante que indica cómo se debe sentir y demostrar el amor auténtico.

Por otra parte, las características específicas de la construcción de la identidad bisexual son notorias en este contexto performativo, explicado desde la experiencia, Ana María y Sara tienen que negociar su visibilidad en un entorno digital en el que la mayoría de las representaciones dominantes son heterosexuales, por lo tanto, la representación de una relación lésbica se convierte en un doble acto de citación, por un lado, invocan la norma del amor romántico en general y, a la vez, hacen referencia, así como a veces crean, los repertorios emergentes de visibilidad queer.

Es decir, que la performatividad se extiende incluso a la administración de la separación, Angélica cuenta cómo su expareja empleó sus publicaciones sobre su nueva relación como una estrategia para hacerle daño, exhibiendo públicamente un nuevo romance como un modo de venganza, en este acto, la ruptura se convierte en un drama público, en el que la actuación del "amor superado" se utiliza para infligir dolor e invalidar la relación previa. La ansiedad performativa es un elemento común en las narrativas, Ana María la caracteriza como una sensación de sentirse expuesta públicamente y agobiada por el "descontrol informático", esta angustia es la manifestación emocional de estar siempre en un espacio panóptico, donde se evalúa la idoneidad de la actuación amorosa a través del juicio social y donde cualquier error puede llevar a ser excluido o desprestigiado.

La repetición de actos performativos, según sostiene Butler (2007), genera la ilusión de una identidad sustancial, Estefanía aporta a esta ilusión cuando, al observar parejas aparentemente "perfectas" en las redes sociales, es posible que piense que están enamorados

o que "se están amando mucho", confundiendo el desempeño externo con una autenticidad emocional interna, siendo esta la eficacia máxima de la performatividad, precisamente normalizar la superficialidad. No obstante, la identidad que se construye a partir de estas dinámica, siempre es precaria y contingente, Estefanía misma vive esta precariedad cuando, aunque sus publicaciones evidencian que tiene una relación feliz, siente la mirada de juicio de su círculo social cercano, que podrían pensar "qué mujer o qué novia tan fea", tanto para referirse al aspecto físico, como para definir comportamientos fuera de la "superficialidad" en su dinámica de pareja, de manera que, la coherencia del desempeño siempre está amenazada por inseguridades internalizadas y factores externos.

La temporalidad de las relaciones también está bajo la regulación de la performatividad, para Estefanía, una sola publicación significa un compromiso casi matrimonial ("es porque ya se va a casar con él"), ya que resume una larga trayectoria de relaciones en un solo acto performativo, este desplome del tiempo relacional en el acto digital revela que la performance no solo representa, sino también acelera y redefine las fases de la relación. Así, que las entrevistadas evidencian que la identidad amorosa se realiza mediante el manejo de la ausencia. Sara, en una relación a distancia, caracteriza la continua circulación de memes, reels y publicaciones como un medio para "mantener" la conexión, estos actos performativos a distancia conforman la relación en ausencia de co-presencia física, dando lugar a una identidad de pareja que se establece principalmente en el ámbito digital.

En este orden de ideas, la performatividad produce lo que Butler (2007) podría denominar vidas amorosas viables y no viables, para Angélica indica la manera en que las redes sociales promueven modelos muy concretos de cómo deben actuar los individuos, dado que las personas que no pueden o no desean adaptar su desempeño a estos modelos ya sea por motivos económicos, emocionales o de estilo de vida corren siempre el peligro de que sus vínculos amorosos sean interpretados como insuficiencias o fracasos, cumpliendo estándares sociales cuyo principal canal de reproducción hoy día son redes sociales populares como Instagram.

Teniendo en cuenta todo lo anteriormente expuesto, preliminarmente de este análisis es preciso indicar que, oponerse a la performatividad hegemónica es, en sí mismo, una forma de performance, esto se puede evidenciar, en el rechazo de Ana María a las exigencias de publicación y su decisión de llevar una vida amorosa en el ámbito de lo privado, que es un

acto performativo de negación que hace referencia a la norma, al negarse a mencionarla, partiendo de la premisa de que su identidad no se forma mediante la adhesión, sino por medio de una oposición consciente a las órdenes de visibilidad que da la globalización en su afán de mercantilización de la conducta humana, sobre lo cual Butler (2007) propone que la resignificación y la disrupción siempre están presentes en la repetición de los actos performativos, por ejemplo, el "guiño" de Ana María es de carácter performático, la cita individualizada de Sara o hasta el hecho de que Angélica escriba un fanzine lésbico muy romántico son instancias que demuestran cómo las mujeres en el marco del performance propuesto por el capitalismo tardío además de ser objetos inanimados susceptibles de manipular en sus dinámicas cotidianas y la influencia y persuasión sobre sus decisiones; son más bien agentes que improvisan dentro de los guiones existentes y generan espacios para sus identidades individuales y autónomas negándose a la reproducción de la agenda global desde la manipulación de la identidad.

Así, la performatividad del amor romántico en las redes sociales no es un simple paradigma de opresión, es un campo de negociación y lucha en el que las identidades se crean, se pelean y se reinventan sin cesar, como evidencian estas conversaciones, las mujeres jóvenes son participantes activas en este proceso al emplear la conciencia crítica, la resistencia táctica y la resignificación creativa para vivir, y en ocasiones para modificar, los guiones que se les otorgan.

Para abordar la performatividad de la identidad y su expresión en redes sociales, es preciso trasladarse a la entrevista de Jessica quien menciona que utiliza Instagram principalmente como un espacio profesional: "solamente subo mi trabajo de fotografía", aunque admite que a veces publica contenido personal, sobre todo si está viajando con su pareja, lo que indica que la intimidad se ha convertido en un espectáculo, es decir, lo que se exhibe no es únicamente una documentación espontánea, sino también una representación escénica de algunos elementos de la relación que se creen compartibles, ligado esto directamente al status, y las redes sociales como una ventana para ser y parecer.

Por otro lado, Jessica cuenta que fue importante para ella publicar una foto con su novio, ya que era la primera vez que lo hacía con una pareja, lo que establece un ritual digital afectivo en la medida en que, al hacer que una relación sea pública es, por sí mismo, una acción que la reafirma simbólicamente. No obstante, también señala la manera en que la

reacción de sus amigos (memes, burlas) introdujo un elemento de tensión social que tuvo un impacto en la experiencia privada de la relación.

Sin embargo, esta performatividad no es solamente individual, sino también algorítmica, por ejemplo, ella (Jessica) observa que, tras una discusión con su pareja, el algoritmo le empezó a presentar contenido acerca de la psicología de las parejas o el popular "amiga date cuenta", o "Trucos Psicológicos para Vencer al Narcicista" lo cual influyó en su perspectiva sobre la relación. Referentes importantísimos para identificar que, la tecnología, así como refleja, también genera subjetividad al orientar emociones y decisiones mediante recomendaciones de contenido que confirman o ponen en duda las experiencias de los usuarios, "El algoritmo de Instagram me empezó a mostrar parejas perfectas, terapeutas que hablaban de amor sano, y sin darme cuenta, mi lista de 'requisitos' para una relación se fue llenando de cosas que ni sabía que quería" (Jessica Patiño, 21 de Enero de 2025).

De esta manera, Jessica comenta acerca de cómo las redes sociales han transformado "un montón" su manera de experimentar el amor, debido a la comparación con otras parejas, y, también a la inmediatez y a la exposición continua a relatos de otros, refiriéndose sobre el riesgo que supone compararse con los demás ("si no tienes dinero para ir a la Patagonia, te deprimas") y cómo esto puede perjudicar la autoestima y la relación.

Teniendo en cuenta lo anterior, la experiencia de Jessica nos deja claro que el amor es una práctica social performativa, y no solamente un sentimiento personal; que hoy en día se manifiesta en espacios digitales donde la validación, la comparación y la visibilidad son elementos constitutivos de esta vivencia. Sin duda, las redes sociales funcionan simultáneamente como escenario y director proporcionando guiones afectivos a través de regalos, viajes y gestos; y, los analizan a la vez por medio de "likes", comentarios y algoritmos, sobre lo cual Jessica afirma experimentar conscientemente esta tensión, intentando no dejarse influir, aunque admite que es casi imposible evitarla.

Su testimonio muestra cómo, en la era digital, la performatividad del amor no es simplemente una representación vacía, sino una práctica afectiva vivida, repleta de significados emocionales y de tensiones, presiones y renegociaciones permanentes entre lo íntimo y lo público, lo genuino y lo editado, lo que se anhela y lo que se expresa.

Por otra parte, se establece una cartografía política y afectiva del amor en la era digital, a partir de la entrevista de Susana, que discute de forma crítica y compleja con los

conceptos de performatividad y las prácticas afectivas desde la experiencia vivida, encontrando que su narración más que ser de una usuaria pasiva, es la de un sujeto que vive en las redes sociales como si fueran un espacio de conflicto, un archivo de disidencia y un reflejo distorsionado de las presiones sociales.

La performatividad en Susana es política y profundamente consciente, en la medida en que para ella, las redes son más que una plataforma para validar una relación romántica tradicional, un lugar en el que se crea, se pone a prueba y se protege su identidad pansexual, no monógama y no binaria, cada publicación potencial, ya sea una fotografía con una pareja o un estado de relación, es una acción performativa llena de significado político, por lo que la publicación no se limita a compartir un momento privado; cuenta con un objetivo principal que es dar visibilidad a una forma de amor disidente en un entorno digital dominado por la monogamia y la heteronorma. Aun así, esta visibilidad no es gratuita, toda vez que, transforma el feed de Instagram en un campo de negociación política y afectiva, creando conflictos con las parejas que todavía están explorando los códigos de la no monogamia.

Por ende, la performatividad en su vida es un ejercicio de resistencia diario en el que la acción aparentemente personal de subir una imagen se convierte en un pronunciamiento público acerca de otras maneras posibles de amar. Esta conciencia política filtra todas sus acciones afectivas, Susana, a diferencia de los demás, que hallan en las redes sociales un repertorio de gestos románticos para replicar como regalos complejos, cenas caras y viajes, analiza y revisa ese mismo contenido con una mirada crítica, desaprobando la lógica mercantilizada del amor, la que requiere gastar para expresar cariño o relaciona el cortejo con el consumo de experiencias "instagrameables".

Su crítica es materialista ya que señala cómo las redes sociales consolidan los estereotipos de clase, al hacer que parezca que para conquistar o mantener relaciones se requiere un capital económico que ella no tiene en su etapa de vida actual, dedicada a proyectos sin fines de lucro. No obstante, esta limitación no le impide avanzar, por el contrario, lo convierte en un proceso de autoconciencia, un recordatorio permanente de que el valor de una relación no radica en lo costosa que es su representación, sino en la calidad de la presencia, la negociación ética y la elaboración conjunta de acuerdos, por lo tanto, sus prácticas afectivas se distinguen de los guiones digitales predominantes y constituyen prácticas de desaprendizaje del amor romántico capitalista.

Para Susana, el algoritmo es un flujo de información que ella aprende a curar y a emplear, sobre lo cual manifiesta que, su feed está intencionalmente cargado de discursos antirracistas, feministas, decoloniales y sobre no monogamia ética. Estos contenidos no se limitan a inspirar; sino que se plantean como instrumentos para la supervivencia y para conformar una identidad, de esta manera, las redes sociales se transforman en una biblioteca esencial y en una comunidad de discurso para una persona diversa que puede no tener referentes en su entorno físico inmediato, ya que le posibilitan nombrar sus vivencias, comprender sus opresiones y normalizar sus deseos. Así, el algoritmo se convierte en un aliado para construir una subjetividad disidente, proporcionando un mapa cognitivo y emocional que contrasta con el mainstream.

Sin embargo, este punto de vista crítico y constante no es un lugar cómodo, Susana se refiere a la "lucha continua" y a las "contradicciones", identificando el encanto de las imágenes perfectas, la envidia pasajera de los viajes soñados, el sutil apremio del reloj biológico que se activa con anuncios de casas familiares y bebés, y ante esto, su conciencia crítica no llega al elimina el deseo, por el contrario lo tensiona, y es aquí donde la experiencia se muestra en toda su complejidad enviando el mensaje, de que es el cuerpo feminizado el que asimila presiones, la mente política la que las descompone y el corazón el que, a pesar de todo, desea crear un hogar con otra persona.

Su reflexión final es contundente, y gira en torno a que las redes son tanto un instrumento como una arma, pueden ser un instrumento de liberación, siempre y cuando se utilicen con una mirada crítica y consciente; o bien pueden ser un espacio de autolesión, donde las expectativas sociales opresivas se amplifican y se editan con filtros seductores.

La narrativa de Susana, en contraste con la más adaptable de Jesica, nos muestra el amor digital como un proyecto político incompleto, ya que su capacidad de actuación e interacción es de lucha y creación, asimismo, sus prácticas afectivas son un experimento ético en tiempo real, y su experiencia vivida es un testimonio de que vivir el amor hoy en día, con redes sociales incluidas, demanda más que nunca tener una actitud crítica, negociar los límites continuamente y ser valiente para inventar maneras de querer que no tienen todavía un guion preestablecido en el feed, así que historia es la de alguien que emplea las redes sociales más que para adaptarse al mundo, para transformarlo, a partir del modo mismo de amar.

8.2.2. Reconfiguración de las Prácticas y Experiencias Afectivas: Autenticidad, compromiso y validación social a la luz de la seriación de casos y haciendo uso de la entrevista semi-estructurada

Una tensión clave entre la búsqueda de autenticidad en las relaciones y la necesidad de performatividad para la validación social en plataformas mediadas (Giddens, 1992) es un rasgo distintivo de la reconfiguración moderna de las prácticas afectivas en contextos digitales, toda vez que es una dinámica posiciona a las redes sociales como escenario y como un agente que participa activamente en la creación de subjetividades y normas relacionales, siendo alimentado esto, por los discursos decoloniales y feministas que se encuentran en línea, y que ofrecen un repertorio verbal esencial para que las personas pongan en entredicho y dismantelen los patrones de la monogamia obligatoria y el amor romántico (Esteban, 2011).

Así, el espacio digital se transforma en un terreno de conflicto desde donde las identidades sexoafectivas disidentes son negociadas y puestas a pruebas, en un escenario en el que estas plataformas brindan un ecosistema de visibilidad para identidades pansexuales y no binarias, que permite la performatividad de un yo genuino, como lo propone Butler (1990), más allá de las limitaciones del mundo físico basadas en binarismos y heteronormatividad.

Conservando fotos en Instagram, como el archivo digital de recuerdos afectivos, se está reafirmando lo que Hoskins (2009) llama la "memoria de los nuevos medios", ya que se exterioriza la memoria emocional y se crea una biografía digital privada y resistente al olvido, aun así, esta exposición crea una paradoja en las relaciones no monógamas como lo es la visibilidad, que se busca como validación, pero que sin duda tiene la capacidad de desgastar los pactos de intimidad y producir conflictos dialécticos internos si no hay acuerdo sobre lo que es público y lo que es privado (Klesse, 2006). En respuesta a esta situación, la limitación autoimpuesta de lo que se comparte, surge como un acto de agencia que defiende la intimidad ante la lógica de "la economía de la atención", oponiéndose a la mercantilización y capitalización del afecto personal (Han, 2014). Esta ambivalencia refleja la dialéctica de las plataformas como artefactos culturales, ya que son al mismo tiempo instrumentos para empoderar a grupos marginados y estructuras que multiplican y replican clichés de índole comercial y romántica (Van Dijck, 2013).

Por otra parte, plantea Haraway (1988), que, el consumo continuo de contenido político y ético en las redes sociales posibilita la creación de una ética relacional situada, es decir, un marco normativo alternativo y reflexivo que los individuos emplean para afrontar y manejar los conflictos propios de sus relaciones no convencionales. Sin embargo, buscar la validación social a través de la imagen pública de una relación puede hacer que se le dé más importancia a una representación digital idealizada, la pareja para Instagram, que a los retos y la complejidad de vivir juntos en realidad y en la co-responsabilidad existente en la construcción de una relación de pareja, donde la representación en el plano digital debe alimentar esa construcción de pareja, más que ser una herramienta para la misma.

La exposición continua a relatos románticos idealizados y altamente editados que se producen, según indica Bauman (2003), genera una ansiedad por el desempeño afectivo y promueve la insatisfacción al fijar estándares de comparación que no se pueden cumplir, en respuesta, los individuos desarrollan tácticas y estrategias de autoprotección a nivel discursivo, afirmando lo particular de su propia relación y desmitificando la supuesta perfección mostrada en línea como un constructo editorial y no una realidad relacional.

Esta crítica incluye la estetización del cortejo y de los vínculos amorosos, en los que las redes sociales avalan un libreto romántico capitalista que vincula el triunfo emocional con el gasto en experiencias lujosas, viajes y objetos materiales. A propósito de esto, Illouz (2007) observa que el guion mencionado transforma las emociones en mercancía y “emocionaliza” el consumo, lo cual provoca tensiones materiales y, excluye a quienes no pueden satisfacer estas expectativas de actuación. En este contexto, las personas llevan a cabo un trabajo continuo de autoconciencia con el fin de desmontar estos mandatos internalizados y valorar nuevamente maneras de demostrar afecto que no están mercantilizadas, como el cuidado mutuo y la presencia.

De esta manera, las redes actúan como un espejo que amplifica los mandatos sociales más generales acerca del amor, el éxito y el ciclo de vida, incluyendo los imperativos heteronormativos como la creación de una familia nuclear. Además, las plataformas digitales además de poder ser consideradas como depósitos pasivos, se utilizan como bancos de datos para manejar efectivamente las relaciones, ofrecen desde sugerencias para citas hasta marcos para solucionar dilemas éticos en la no monogamia, y esta búsqueda de información útil contrasta con el consumo pasivo de contenido que produce ansiedad por comparación, lo cual

resalta la doble función que cumplen las redes, la de ser un recurso y a la vez una fuente de presión.

El resultado es una relación con la tecnología que es profundamente dialéctica, en la que co-existen en tensión constante el empoderamiento y la autovigilancia, así como la conexión y el aislamiento, y esta tensión caracteriza la vivencia del amor en la era digital, como un pacto permanente entre lo genuino del deseo personal y los guiones relacionales dominantes que las plataformas replican y fortalecen. Como señala la entrevistada, al final las redes sociales pueden servir como un instrumento de autolesión que interioriza opresiones o como una herramienta para liberarse y crear comunidad entre disidencias en la medida en que su potencial emancipatorio se basa, exactamente, en posibilitar la creación de relatos identitarios y relacionales personales, fuera del margen de lo normativo, así como el acceso a referentes alternativos, por lo tanto, el reto fundamental es mantener siempre una perspectiva analítica sobre el contenido que se produce y se consume, entendiendo a las plataformas como espacios de confrontación ideológica.

Finalmente, esta conciencia crítica posibilita que los usuarios reduzcan su exposición, pongan en duda los prototipos presentados como universales y se apropien selectivamente de las herramientas digitales para propósitos autóctonos, por lo tanto, la reconfiguración de lo afectivo en la época digital es un proceso activo, político e imperfecto, en el que las personas negocian su autenticidad y autonomía dentro de arquitecturas diseñadas para captar datos y atención.

8.3. Amor Romántico y Consumo: Expectativas y Prácticas Sexo-afectivas como Experiencia Mercantilizada

8.3.1. Dinámicas Vinculadas al Capitalismo Tardío, la Globalización y las Relaciones Sexo-afectivas.

El capitalismo tardío, que se distingue por su flexibilidad, financiarización y la importancia de la economía de servicios e información (Jameson, 1991; Harvey, 2019), ha expandido su lógica mercantil hacia áreas vitales que antes eran vistas como externas al mercado, incluyendo las emociones y los vínculos íntimos. Según Eva Illouz (2019), el

capitalismo emocional es aquel en el que las experiencias afectivas se integran al circuito económico, no solamente como simples externalidades, sino también como fuerzas productivas y elementos de consumo por sí mismos.

En este contexto, las relaciones sexo-afectivas pasan por un proceso doble: por una parte, se transforman en un ámbito de inversión tanto temporal como emocional, cuyo objetivo es maximizar beneficios (felicidad, compañía, estatus); por otra parte, son vividas y representadas a través de experiencias y bienes de consumo que funcionan como indicadores del éxito relacional (decoración del hogar, viajes, restaurantes, obsequios) (Illouz, 2019). Esta dinámica convierte el amor en un proyecto de administración personal, en el que escoger pareja y sostener la relación implica cálculos de riesgo-beneficio y una evaluación comparativa constante.

La globalización, que se ha potenciado gracias a las tecnologías digitales, homogeneiza y difunde por todo el mundo los imaginarios románticos dominantes. Según Banet-Weiser (2022), los modelos de amor, cortejo y vida en pareja estandarizados se difunden a través de aplicaciones de citas, TikTok e Instagram, entre otras plataformas transnacionales, modelos que están frecuentemente basados en ideales de belleza, logros materiales y experiencias consumistas de ocio que son característicos de una clase media globalizada.

Este flujo transcultural es activo, en la medida en que los usuarios, sobre todo los jóvenes, negocian, se adaptan y en ocasiones resisten estos guiones importados, dando lugar a glocalizaciones afectivas. Sin embargo, la infraestructura algorítmica de estas plataformas tiende a favorecer y fomentar contenidos que están en línea con narrativas comerciales, destacando ciertos modos de vida (influencer couples, #relationshipgoals) e invisibilizando otros, lo que refuerza una gramática visual universal del amor exitoso (Bishop, 2023). Así, el término "plataformización" de las relaciones, que fue creado por Poell et al. (2021), explica la manera en que los procedimientos operativos de las plataformas sociales, donde la mercantilización, la datificación, la orientación a la conexión y la selección algorítmica transforman las prácticas sociales.

Esto, en el contexto del amor, se traduce en la conversión de los deseos en datos (perfiles en aplicaciones de citas fundamentados en preferencias filtradas), la comercialización de la atención emocional (pagos por "superlikes" o para saber quién ha

visitado tu perfil) y la guionización de las interacciones mediante funciones como Stories o Reels que estimulan la representación pública de lo íntimo (van Dijck et al., 2021). El vínculo se somete a una lógica de rendimiento y optimización incesante, en la que la relación misma debe "rendir" tanto social como emocionalmente, y su salud es monitoreada por medio de indicadores cuantificables de interacción digital, tal como la reciprocidad en las publicaciones conjuntas o la frecuencia con que se envían mensajes.

Lo que Byung-Chul Han (2021) llama "cansancio performativo" es producido por esta economía de plataformas, en el ámbito del amor, se presenta como la imposición propia de evidenciar constantemente la felicidad de la pareja, de sostener una imagen atractiva y coherente, y de involucrarse en el ciclo del consumo experiencial para crear contenido legítimo. La autenticidad deja de ser una característica interna y pasa a ser un efecto que se debe crear y mostrar, así, las mujeres jóvenes, quienes han sido socializadas bajo una presión fuerte para manejar su capital estético y emocional, pueden vivir esta dinámica con particular fuerza, sintiendo que su valor en términos románticos está relacionado con su habilidad para actuar y consumir de manera adecuada (García Gómez, 2023).

La precariedad tanto laboral como afectiva, una característica estructural del capitalismo tardío (Standing, 2014), también se infiltra en las relaciones, la inestabilidad en el trabajo y la incertidumbre económica promueven relaciones más temerosas y flexibles respecto al compromiso a largo plazo, que se considera un peligro en un futuro incierto. Aquí, las plataformas digitales pueden empeorar esta precariedad, debido a que presentan la apariencia de tener muchas opciones (la "paradoja de la elección" en las aplicaciones de citas) y fomentan una mentalidad de "swiping", en la que se pospone el compromiso para explorar continuamente alternativas "mejores". Esto genera un ciclo de descontento en el que la relación actual siempre parece ser deficitaria en comparación con las oportunidades que parecen brindar los mercados digitales del romance.

En última instancia, estos procesos globales son filtrados a través de contextos locales particulares, en Colombia por ejemplo, es posible considerar que estos flujos mundiales se cruzan con elementos como las disparidades sociales que perduran, los ideales de feminidad y las dinámicas de clase. El consumo romántico puede funcionar como un indicador de pertenencia a una clase deseada o de ascenso social; no obstante, la presión por mostrar una relación exitosa en las redes sociales puede colisionar con realidades culturales o económicas

locales, lo que genera nuevas formas de frustración y ansiedad, por lo tanto, un estudio futuro debería plantearse examinar la manera en que las jóvenes colombianas manejan estas tensiones entre los mandatos globales del amor mercantilizado y sus propias circunstancias culturales y materiales.

8.3.2. Amor Romántico y Consumo a través de la Narrativa

Las narrativas visuales que predominan en plataformas como Instagram son el principal medio por el que el amor romántico se relaciona simbólicamente con el consumo. Estas narrativas no son solo meras representaciones, sino herramientas activas que organizan la percepción, las expectativas y el deseo. Funcionan bajo lo que Couldry y Hepp (2022) llaman "marco narrativo profundo", es decir, grupos de relatos, personajes y símbolos que se repiten y confieren significado a la experiencia social. Dentro del ecosistema de Instagram, el marco narrativo profundo del amor gira en torno a una tríada: la pareja como marca personal, el romance como acumulación vivencial y la felicidad como estética visual.

"La pareja como marca personal" es una narrativa en la que se maneja la relación como un activo de comunicación, los perfiles de parejas influyentes son el modelo a seguir, su relación es el contenido principal y su éxito se cuantifica en términos de patrocinadores y seguidores. Esta lógica se extiende a los usuarios no profesionales, quienes ven en la publicación de su relación una manera de crear y validar una identidad de pareja que sea legítima y deseable desde el punto de vista social (Abidin, 2021). Por ello, la narrativa requiere de coherencia tanto temática como visual, convirtiendo los momentos más personales en contenido estratégico, elegir lo que se va a mostrar, ya sea un viaje, una cena o un regalo, no es algo inocente; es una declaración de estatus, preferencia y compromiso que está sujeta al juicio de la audiencia, El consumo (de cenas, viajes, regalos) se vuelve así la materia prima necesaria para generar este contenido, cerrando un circuito donde gastar dinero es indispensable para producir la narrativa de amor exitoso (Marwick, 2021).

El modelo del "romance como acopio de experiencias" desplaza la idea de un amor permanente, que se basa en la convivencia diaria, por una visión enfocada en acumular instantes asombrosos y fotogénicos. El amor se pone a prueba y se confirma mediante la acumulación de experiencias que se pueden disfrutar: festivales, restaurantes populares,

actividades de aventura y lugares turísticos, esta narrativa, que se ha potenciado con la función de los Reels y Stories, pone más énfasis en lo novedoso y lo intenso que en lo rutinario y profundo. La "socialidad mediática", tiene cada vez más relación con el valor de una experiencia, que está vinculado a su capacidad de ser comunicada y apreciada en las redes.

Discusión

La teoría de Foucault de la subjetivación, en la cual el sujeto se constituye en la intersección que existe entre el poder y el saber, encuentra su materialización precisa en el algoritmo de Instagram, el cual varía dependiendo de la orientación sexual y del género a partir de los contenidos que brindan los usuarios. Al respecto, entrevistadas como Sara han descrito cómo su ideal de relación monógama, profunda y estable forjado a partir de terapias conductuales, se retroalimenta y amplifica por el contenido que el algoritmo le presentaba, lo que más que una coincidencia es la forma de operar de las redes como dispositivos digitales, que hoy son un poder productivo que incita, sugiere y normaliza algunas formas de ser deseante, es decir sujeto de una relación exclusiva y sana, creando un patrón a cumplir.

En este contexto, la verdad del deseo amoroso pasa de ser un descubrimiento íntimo a convertirse en una curaduría del algoritmo que produce elementos subjetivos al ofrecer de manera constante los espejos en los cuales reconocerse, pero también una utopía o meta a alcanzar, producto del ser-se insuficiente. Aquí, el concepto de performatividad de Butler da luces sobre el por qué acciones “simples” como el subir una foto en pareja o negarse a hacerlo en ciertas etapas de la relación, ya poseen una carga normativa tan potente, inclusive incidiendo en el tejido amoroso al interior de una relación de pareja.

Sobre esto, Estefanía, una de las entrevistadas afirma haber sentido que no ser publicada en las redes de su pareja era una señal de indeseabilidad, mientras que Jessica vivió la primera publicación con su novio como un mensaje de legitimación, y puede ser o no, una validación social de su relación. Estas acciones que parecen ser “simples” son condiciones de un guion hegemónico, dando cuenta de una performatividad mercantilizada tal como lo esboza Illouz, en la medida en que existen actos que performan el amor exitoso y válido socialmente como lo son las cenas, los viajes, los regalos instagrameables, y demás contenidos que se constituyen en actos de consumo. De esta forma, es posible decir que, la performatividad de Butler se encuentra con el contenido de Illouz para referirse de manera directa al amor verdadero, que en Instagram requiere de un capital social, económico y estético transformando la autenticidad performada en una mercancía.

Por su parte, a lo largo del trabajo, a través de Bauman es posible evidenciar la fragilidad que constituye hoy día los vínculos en la modernidad líquida en la cual el

compromiso se teme debido a su asociación y su potencial de restringir la libertad, para ello, las entrevistas permiten entrever la forma en la que Instagram magnifica la ansiedad social, promoviendo por un lado la ilusión de solidez a partir de narrativas del “Amor por Siempre” y bodas de película que se llevan a cabo más por validación social que por expectativas de la pareja, generando relaciones hiper-sólidas en lo digital. Mientras que, por otro lado, su arquitectura en el mundo digital, que presenta un flujo interminable de opciones mejores que las propias, y la cultural del swipe, fomenta una mentalidad de lo descartable a partir de la comparación constante.

Al respecto, Jessica como usuaria manifiesta vivir en una tensión constante en la que anhela la solidez que ve en las “parejas perfectas” de Instagram, a la vez que internaliza la lógica de lo líquido que también se vende a partir de contenidos motivacionales de la no construcción de hogar, sino que consecución de parejas que ya cumplen con un sin número de pre-requisitos y expectativas aceptadas socialmente, susurrando que siempre podría haber algo mejor a un clic de distancia, generando una sensación de insatisfacción severa.

Esta insatisfacción se transforma a partir de lo que Illouz ha denominado “Capitalismo Emocional”, en el que las emociones se tratan como una capital que se gestiona, se intercambia y se encarna en las estrategias cotidianas de las entrevistadas. En este tipo de capitalismo la relación es considerada un proyecto que requiere inversión de todo tipo, de tiempo, de dinero, de emociones, y del que se esperan utilidades tangibles como felicidad inquebrantable, estatus, seguridad y en lo posible, capital económico. Sobre esto, Han permite complementar este análisis con un concepto del “Cansancio Performativo” que caracteriza las generaciones actuales en la medida en que las mujeres jóvenes además de gestionar sus emociones deben demostrar de forma constante el éxito de esa gestión a partir de la performance digital; asimismo, la “Fatiga del Yo Emprendedor” que describe Han se traduce en el agotamiento de tener que curar la propia imagen y la forma en que ese avatar ama, optimizar su exhibición para poder conservar a la pareja, y, competir en un mercado afectivo donde la visibilidad es la moneda, lo que ejemplifica muy bien Susana con su discurso crítico y su lucha contra ese tipo de mandato social – digital.

La teoría además de describir la sujeción, lo hace con las áreas de agencia, según Butler, la repetición performativa siempre tiene espacio para resignificaciones y variaciones lo que se evidencia a través de las entrevistas que están repletas de estas acciones de

resistencia micro, por ejemplo, Ana María elabora un "guiño" privado en el ámbito público; Susana se sirve del algoritmo para limpiar un feed de contenidos feministas y decoloniales que le ofrecen una manera de oponerse a las órdenes románticas convencionales; Angélica compone un fanzine lésbico, lo que pasan de ser solamente ajustes, a estrategias que utilizan la regla con el fin de subvertirla o evitarla desde adentro mostrando que, a pesar de la potencia del dispositivo, las usuarias no son entidades pasivas sino agentes que negocian, se apropian y en ocasiones hackean los guiones disponibles con el fin de generar espacios de autenticidad, realidad social y disidencia a lo digital y hegemónico.

Al fragmentar el discurso amoroso en "figuras" como la Espera, el Idilio o el Suplicio, Barthes ofrece una perspectiva para comprender cómo se digitalizan las emociones más íntimas, sobre esto, las entrevistadas han informado que ahora experimentan y muestran a través de estos fragmentos estandarizados lo que es "esperar" un mensaje, el "suplicio" de los celos digitales o la creación del "idilio" en las historias destacadas. Mientras que, el concepto del simulacro, de Baudrillard, profundiza este pensamiento toda vez que, las relaciones en Instagram son tanto representaciones, como frecuentemente priorizan la apariencia a través de la venta de la imagen perfecta, el hashtag #relationshipgoals o por el contrario, consejos de psicología de pareja sobre patrones narcisistas o redflags o los no negociables, generalizando por encima de lo verdadero.

De esta forma, la presente discusión evidencia que la experiencia en Instagram de forma particular nunca es homogénea, lo que se evidencia a partir de las narrativas de mujeres pansexuales y no monógamas como Susana o bisexuales como Ana María y Sara muestran la presión extra que enfrentan al tener que negociar su visibilidad en un entorno digital donde predomina el hetero normativismo y la monogamia, para ellas, la performatividad tiene un doble carácter político en la medida en que deben determinar cómo (y sí) referirse a los guiones románticos dominantes mientras crean o buscan representaciones para sus identidades disidentes. Como Susana describe, su agencia se realiza en el filo entre la necesidad de ser validada socialmente y el peligro de no ser comprendida o tener conflictos con sus parejas lo que vuelve más compleja la teoría, al demostrar que los mandatos y dispositivos de poder del capitalismo emocional funcionan de forma distinta, entrecruzándose con opresiones de clase, género y sexualidad.

Para finalizar, el enfrentamiento entre el corpus teórico, el análisis semiótico y las opiniones de las entrevistadas presenta un panorama dialéctico sobre las plataformas digitales entendiendo que estos pasan de ser simplemente instrumentos de comunicación, a espacios de conflicto emocional en los que se libran batallas por la subjetividad, que por un lado, funcionan como complejos dispositivos de sujeción (Foucault) que mercantilizan la intimidad (Illouz) y demandan una representación completa (Han, Butler) de ideales románticos que con frecuencia son fragmentados (Barthes) o líquidos (Bauman). Por otro lado, se muestran como lugares en los que esa misma sujeción es cuestionada mediante estrategias de resistencia, reapropiación crítica y la creación de comunidades y narrativas distintas.

Conclusiones

Para concluir es posible plantear elementos concretos en el marco del desarrollo de los objetivos, a la luz de la teoría planteada para el estudio, y, las técnicas de recolección de datos y análisis plantados, así, se inicia por identificar que, sin dudas, Instagram como plataforma funciona como un mecanismo de poder productivo tal como lo planteaba Foucault generando y regulando deseos, subjetividades y normas para el manejo y disposición del afecto, esto, a partir de los algoritmos y la arquitectura de interacción a través de likes, comentarios y reels que se envían a través de mensajes; también, a partir de narrativas visuales hegemónicas que condicionan e instauran un régimen de versad sobre lo que se considera una relación amorosa de éxito y deseable para el grueso de la sociedad, disciplinando así tanto los cuerpos como las emociones de las usuarias.

En esta lógica, entonces el amor romántico se ha transformado en un producto, en una experiencia mercantilizable, de acuerdo con los postulados de Illouz, llegando a sitios donde la felicidad en pareja se asocia directamente con su capacidad adquisitiva y posibilidad consumo de bienes, servicios y experiencias instagrameables, de esta manera la relación con el aval de las partes se gestiona como un proyecto comercial, una marca comercial cuyo valor social es medido por la capacidad de generar contenido socialmente aceptado, dando lugar, además a un circuito cerrado donde es fundamental narrar públicamente ese amor.

Esto conlleva a que, la identidad amoroso en lugar de construirse a partir de actos de amor íntimos, se está construyendo a través de actos performativos digitales encontrando aquí a Butler, lo que se lleva a cabo al etiquetar, publicar, y mostrar gestos como regalos costosos, viajes y celebraciones de fechas especiales como un ritual absolutamente necesario para la legitimación social de la relación, lo que deriva a situaciones y fenómenos propios del patriarcado en materia de represión de la identidad en la medida en que la ausencia de esta performance digital a menudo es interpretada como falta de compromiso, devaluación y rechazo sobre la autonomía, a partir de la escenificación de una intimidad editada.

Así, las dinámicas de interacción a través de Instagram permiten en la actualidad amplificar lo que Bauman denominó “Liquidez” de amor, a partir de la exposición de la sobre oferta de opciones sean reales o editadas/falsificadas; la cultura y promoción del descarte y lo pasajero a razón de opciones de sobra a un clic; y, la priorización de la novedad y lo

publicable que debilitan cada vez más la noción, intimidad y condiciones de contrato social de compromiso a largo plazo, fomentando la construcción de vínculos cada vez más frágiles, más efímeros y sujetos a un proceso de evaluación social y de las utilidades que pueda generar.

Recomendaciones

En el auge y la aparición acelerada de plataformas y apps para la interacción social y las citas, es necesario pensar en poner en marcha programas de educación tanto formales como informales, que promuevan un análisis crítico de los contenidos digitales que permitan a los usuarios e individuos discernir sobre el uso de las redes sociales como ventana al mundo, más no como la realidad absoluta para lo cual estos tienen el deber de analizar los métodos de producción, los intereses económicos que subyacen a las narrativas románticas en redes sociales y el impacto de los algoritmos en la creación del deseo, para permitir que las usuarias tengan un consumo consciente. Esto, acompañado desde la psicología y la educación emocional que brinde las herramientas para mejorar las capacidades para diferenciar entre el deseo genuino y, el que es impuesto por la sociedad, administrar la ansiedad por comparación con los demás y desarrollar una autoestima y valoración de las relaciones sin depender de la validación externa digital.

En el ámbito académico, para obtener una perspectiva más completa y representativa, es necesario realizar estudios que profundicen en el análisis de cómo las variables como la clase social, la etnia, las identidades de género no binarias y la localización geográfica dentro de Colombia se cruzan con las dinámicas descritas a lo largo del presente trabajo, en un ejercicio de análisis de la interseccionalidad, y, que además sigan la evolución del fenómeno a través del tiempo.

Referencias

- Abidin, C. (2021). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. *Cultural Science Journal*, 12, 77-103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Ayala-Colqui, J., Lugo, M., & Soto, L. (2020). *Poder y Subjetivación en Michel Foucault*. Fondo Editorial UNMSM. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=969600>
- Banet-Weiser, S., & Higgins, K. (2022). Televisión and the “Honest” Woman: Mediating the labor of believability. *Televisión y New Media*, 23(2), 127-147. https://eprints.lse.ac.uk/115420/1/TVNM_Accepted_Version_SBW_KCH_.pdf
- Barthes, R. (1977). *Fragmentos de un discurso amoroso*. Siglo XXI Editores.
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Kairós. <https://www.buscalibre.com.co/libro-cultura-y-simulacro/9788472452985/p/1067292>
- Bauman, Z. (2003). *Liquid love: On the frailty of human bonds*. Polity Press.
- Bauman, Z. (2005). *Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Fondo de Cultura Económica.
- Bishop, C., & Bishop, H. (2023). *Deep Learning: Foundations and Concepts*. Springer.
- Butler, J. (1993). *Bodies that matter: On the discursive limits of "sex"*. Routledge. https://monoskop.org/images/d/df/Butler_Judith_Bodies_That_Matter_On_the_Discursive_Limits_of_Sex_1993.pdf
- Butler, J. (2007a). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.
- Butler, J. (2007b). *La Fuerza de la No Violencia: La ética en lo político*. Paidós.
- Byung-Chul, H. (2020). Psicopolítica. Neoliberalismo y Nuevas Técnicas de Poder. Herder. *Mediaciones Sociales*, 19, e79174. <https://dx.doi.org/10.5209/meso.79174>
- Concepción-Castrillon, B. (2012). *El Consumo de la Utopía Romántica*. Ediciones Complutense. https://core.ac.uk/outputs/38812553/?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1
- Connell, R. (2018). *Masculinidad Hegemónica*. <https://tsunun.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/08/connell-r-masculinidad-hegemc3b3nica.pdf>
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y Castigar*. Siglo XXI Editores. <https://www.ivanillich.org.mx/Foucault-Castigar.pdf>

- Foucault, M. (2009). *Heterotopia y el cuerpo utópico: Dos conferencias radiofónicas*. https://hipermedula.org/wp-content/uploads/2013/09/michel_foucault_heterotopias_y_cuerpo_utopico.pdf
- Giddens, A. (1992). *La Transformación de la Intimidad: Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Ediciones Cátedra. <https://cmappublic2.ihmc.us/rid=1T8T3S9SQ-DLN7NM-3VJC/Anthony-Giddens-La-Transformacion-de-la-Intimidad-pags.pdf>
- Giraldo, R. (2006). Poder y resistencia en Michel Foucault. *Tabula Rasa*, (4), 103-122. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39600406>
- González, M. (2013). Perspectivas del Poder en Michel Foucault. ¿Es posible hablar de dispositivo de género? *Acheronta*, (23). <https://revistas.unne.edu.ar/index.php/ach/article/view/3094>
- Guzmán, N. (2018). El Consumo de la Utopía Romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo de Eva Illouz. *Revista Realidad*, (151), 185-190.
- Halberstam, J. (2018). *El arte queer del fracaso*. Egales.
- Han, B.-C. (2012). *La sociedad del cansancio*. Herder Editorial.
- Han, B.-C. (2014a). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Herder Editorial.
- Han, B.-C. (2014b). *La agonía del Eros*. Herder Editorial.
- Haraway, D. (1988). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14 (3), 575-599. <https://philpapers.org/archive/HARSKT.p>
- Hargittai, E., & Marwick, A. (2021). What Can We Learn from Social Media Data? Understanding Limitations and Ethical Implications. *American Behavioral Scientist*, 65, 758-772. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3968526>
- Harvey, D. (2019). *La Lógica Geográfica del Capitalismo*. Espacio Críticos. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=738085>
- Hepp, A. (2022). De la mediatización a la mediatización profunda. *deSignis*, (37), 35-44. <https://doi.org/10.35659/designis.i37p35-44>
- Hoskins, A. (2009). Save as... digital memories. En A. Maj & D. Riha (Eds.), *Digital Memories* (pp. 17-29). Brill. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=hlSiGEEAAAAAJ&citation_for_view=hlSiGEEAAAAAJ:UeHWp8X0CEIC
- Illouz, E. (2003). *The end of love: A sociology of negative relations*. Oxford University Press. https://scholar.google.es/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=3kOkiOgAAAAJ&citation_for_view=3kOkiOgAAAAJ:AXPGKjj_ei8

- Illouz, E. (2008). *Saving the modern soul: Therapy, emotions, and the culture of self-help*. University of California Press. <https://content.ucpress.edu/pages/9038/9038.ch01.pdf>
- Illouz, E. (2009). *El consumo de la utopía romántica: El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Katz Editores. <https://archive.org/details/illouz-eva.-el-consumo-de-la-utopia-romantica-2009>
- Illouz, E. (2012). *Por qué duele el amor: Una explicación sociológica*. Katz Editores. https://books.google.com.co/books/about/Por_qué_duele_el_amor_Una_explicación.html?id=RfsFOoJQYeYC&redir_esc=y
- Irrera, O., & Lorenzini, D. (2023). *Le discours philosophique*. <https://artilleriainmanente.noblogs.org/?p=3033>
- Jameson, F. (1991). *El Posmodernismo o la Lógica Cultural del Capitalismo Avanzado*. <https://archive.org/details/jameson-fredric.-el-posmodernismo-o-la-logica-cultural-del-capitalismo-avanzado-ocr-1991>
- Klesse, C. (2006). Polyamory and its 'Others': Contesting the Terms of Non-Monogamy. *Sexualities*, 9 (5), 565–583. <https://doi.org/10.1177/1363460706069986>
- Koopman, C. (2019). *How We Became Our Data: A Genealogy of the Informational Person*. University of Chicago Press. https://books.google.com.co/books/about/How_We_Became_Our_Data.html?id=cQmaDwAAQBAJ&redir_esc=y
- Lemke, T. (2019). *Foucault's Analysis of Modern Governmentality: A Critique of Political Reason*. Goethe University Frankfurt. https://www.researchgate.net/publication/330703621_Foucault's_Analysis_of_Modern_Governmentality_A_Critique_of_Political_Reason
- Marx, K. (1867). *El capital: Crítica de la economía política* (Vol. 1). https://biblioteca.ciesas.edu.mx/wp-content/uploads/2024/01/Marx_El-capital_Tomo-1_Vol-1.pdf
- Poell, T., Nieborg, D., & Duffy, B. (2021). *Platforms and Cultural Production*. Polity Press. https://www.researchgate.net/publication/355903861_Platforms_and_Cultural_Production
- Revel, J. (2014). *Foucault: un Pensamiento de lo Discontinuo*. Amorrortu. <https://www.buscilibre.com.co/libro-foucault-un-pensamiento-de-lo-discontinuo/9789505183623/p/46302094>
- Sánchez Ávila, F. (2018). El deseo como Forma del Sujeto en Michel Foucault. Dorsal. *Revista de Estudios Foucaultianos*, (5), 37-69. <https://revistas.cenalt.es/index.php/dorsal/article/view/258/382>

- Sánchez Guevara, G. (2011). La Caricatura Política: Sus funcionamientos retóricos. *Razón y Palabra*, (78). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199524192036.pdf>
- Sauquillo, J. (2017). *Michel Foucault: Poder, saber y subjetivación*. Alianza Editorial. https://www.alianzaeditorial.es/primer_capitulo/michel-foucault-poder-saber-y-subjetivacion.pdf
- Standing, G. (2014). ¿Por qué el precariado no es un «concepto espurio»? *Sociología del Trabajo*, (82), 7-15. <https://revistas.ucm.es/index.php/STRA/article/view/60419>
- Torres, I. (2022). *Pensar en el Pliegue entre Ética y Poder: El problema de lo político y los sentidos de la crítica antropológica en el pensamiento Michel Foucault* [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/195267/Pensar-el-pliegue-entre-etica-y-poder.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Toscano, D. (2008). El bio poder en Michel Foucault. *Universitas Philosophica*, 25 (51), 39-57. <https://www.redalyc.org/pdf/4095/409534415003.pdf>
- Van Dijck, J. (2016). *La Cultura de la Conectividad: Una historia crítica de las redes sociales* (1ª ed.). Siglo Veintiuno Editores. https://catedradatos.com.ar/media/La-cultura-de-la-conectividad_-Jose-Van-Dijck.pdf
- Van Dijck, J. (2021). Deplatformization, Platform Governance and Global Geopolitics: Interview with José Van Dijck. *Platforms & Society*, 7 (2). <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/20570473221102199>
- Viveros, M. (2014). *De las Desigualdades Sociales a las Diferencias Culturales: Género, raza y etnicidad en la Salud Sexual y Reproductiva en Colombia*. Universidad Nacional de Colombia. <https://bffrepositorio.unal.edu.co/server/api/core/bitstreams/9c997a58-f19d-4f35-8eb7-501ce85ddf17/content>
- Zorrilla, C. (2023). *La Actualidad de la Biopolítica: Reflexiones desde Michel Foucault*. Tocapu Editores. https://www.academia.edu/114121573/La_actualidad_de_la_Biopol%C3%ADtica_Reflexiones_desde_Michel_Foucault

Anexos

Anexo 1 Entrevista Semi-estructurada

Esta entrevista está diseñada para explorar cómo las plataformas digitales (Instagram y TikTok) influyen o moldean las expectativas sociales y las prácticas amorosas en mujeres jóvenes (20-30 años), buscando evidenciar su relación con las lógicas del capitalismo tardío y la globalización y como a su vez, estas dinámicas moldean la identidad y la autenticidad de los vínculos en la era digital. En el enfoque de las preguntas se busca establecerse a partir de la reflexión de historias y anécdotas, pues estas servirán como insumo inicial en la creación de dos crónicas o narrativas.

Guión inicial.

- Hola, gracias por participar en este espacio. Quiero que esta conversación sea muy libre y cómoda para ti. Vamos a hablar de cómo sientes que las redes sociales, quizás, hayan influido en las expectativas que tienes frente al amor. Me interesa mucho saber como vives y sientes esto en tu día a día, así que no te preocupes por dar respuestas perfectas, todo lo que me cuentes es valioso para mi investigación.

Contexto personal.

- Cuéntame un poco sobre ti, ¿Cómo es tu nombre? ¿A qué te dedicas? ¿Cuántos años tienes? ¿Dónde vives? ¿Cómo es tu rutina en un día normal?
- En tu día a día ¿Cómo es tu relación con las redes sociales?
- Si piensas en tus relaciones, ¿Qué papel han jugado las redes sociales en ellas? ¿Te gusta publicar fotos o videos con tus parejas?
- ¿Recuerdas alguna situación en la que las redes sociales hayan cambiado la forma en que viviste tu relación?

Experiencias frente el amor

- ¿Alguna vez te has inspirado en algo que viste en redes sociales para hacer algo especial por alguien? Cuéntame esa historia
- ¿Te ha pasado que en una publicación en redes sociales afectó tu relación, para bien o para mal? Que ocurrió
- Si ves una foto o video de pareja que te llame mucho la atención, como alguna demostración de cariño o afecto en particular, ¿que sientes o que piensas?

Demostración de afecto en redes

- ¿te gusta compartir cosas sobre tus relaciones en redes sociales? ¿hay alguna publicación especial que recuerdes?
- Cuéntame como decides que mostrar sobre tu vida amorosa ¿alguna vez has dudado o te has arrepentido de publicar algo?
- ¿te ha pasado que la reacción de otras personas a una publicación te hizo cambiar la forma de pensar o sentir sobre tu relación?

Influencia del consumo en los ideales románticos

- ¿recuerdas algún anuncio o contenido en redes que te haya desear estar en una relación sexo-afectiva? Cuéntame que pensaste o sentiste en ese momento
- Si es así, ¿recuerdas explícitamente que fue lo que viste en la publicación?
- ¿te ha pasado que ves algo en redes sociales y piensas “esto sería perfecto para una cita” o “esto sería perfecto para dárselo a mi novio/a”?
- ¿que se te viene a la cabeza cuando ves a una pareja disfrutando de un artículo caro, como un carro o un viaje?

Reflexión

- Si alguien te pregunta como las redes sociales han cambiado tu forma de vivir el amor, ¿qué le responderías?
- Si escribieras un cuento o una historia corta sobre e amor en tiempos modernos, ¿Cómo sería? ¿Qué escribirías?
- ¿hay algo más que te gustaría contarme sobre tus experiencias del amor y las redes sociales?