

Entre las redes del amor

Mercedes Charles C.



Dicen por ahí que el amor es universal y que la relación amorosa es parte de la condición humana, sin embargo las formas en que se lleva a cabo la relación sentimental entre mujeres y hombres han ido cambiando con el tiempo y dependen de la sociedad y de la cultura en la cual están insertos.

Durante muchos siglos, la familia y la Iglesia supuestamente eran los principales encargados de la educación sentimental de las mujeres. Por razones obvias, la labor de estas instituciones no dejaba a nadie satisfecho. Se trataba de una educación plagada de silencios, de tabúes, de amenazas de pecado y de castigos que iban a durar toda la eternidad si se obtenía del cuerpo femenino algún placer. El gozo sexual y el placer corpóreo estaban reservados únicamente como privilegio de los hombres.

Por cuántos siglos predominó el pensamiento patriarcal que sostenía el valor de la virginidad femenina, del matrimonio donde la mujer no había sido tocada por el hombre, de pensar que el cuerpo femenino tenía como deber único satisfacer los deseos de su contraparte masculina, con la finalidad de engendrar el fruto del amor. Podemos recordar aquella frase de nuestras bisabuelas que formaba parte del ritual amoroso: "No es por vicio ni por fornicio, sino por hacer el amor en Tu Santo Sacrificio".

En esos tiempos, y aún en periodos más actuales, muchas mujeres tenían que hacer búsquedas personales para ampliar un poco su conocimiento sobre el arte de amar. Los cuchicheos entre amigas, la escucha a escondidas de conversaciones que correspondían al mundo adulto y la mirada picaresca a

los libros prohibidos, eran las fuentes más recurrentes para saber más sobre el amor y el erotismo.

Las novelas románticas eran consideradas una fuente infalible de aprendizaje para las mujeres más letradas, mientras que las mujeres del pueblo leían en grupo los pasquines, las novelas de entregas, que capítulo a capítulo brindaban parte de la historia que les permitía incursionar -en una lectura en voz baja y con ojos azorados- en el arte de amar, brindándoles modelos ideales e iniciándolas en los temas prohibidos.

El amor no se agota y siempre, a través de los siglos, ha atraído fuertemente la atención de mujeres y hombres, a la vez que en las diversas narraciones ha sido tratado desde las más diversas perspectivas.

Hoy en día, en una sociedad donde los medios masivos tienen gran relevancia en la vida cotidiana de las personas, el discurso amoroso pasa necesariamente por la gran mayoría de sus contenidos. Las canciones, las telenovelas, las revistas femeninas, los consultorios sentimentales, las fotonovelas, las películas, los chismes de la vida de los artistas, los anuncios publicitarios y la Internet tienen, en buena medida, al amor como tema recurrente.



Rotmi Enciso

Un amor que aparece una y otra vez y que se presenta desde sus múltiples facetas. Sin embargo, sobre todo se resaltan los momentos cumbres del amor y del enamoramiento; sin aclarar que estos momentos -en los que todo nuestro ser vibra y se estremece- no pueden permanecer eternamente. Pero la cultura de masas nos hacen desear que así fuera, dejándonos totalmente insatisfechos al comparar el amor real, el que vivimos en nuestra vida cotidiana, con aquel que difunden sus narraciones amorosas.

Con su insistencia, los diversos medios de comunicación han ido creando y recreando un imaginario colectivo en torno a la relación amorosa y, a manera de telaraña, todos y todas vamos quedando atrapados entre sus hilos, influyendo en nuestras formas y lenguajes, en nuestros códigos y señas. Así, poco a poco, vamos haciendo nuestros estos indicadores, buscándolos siempre como representación del verdadero amor.

Ellos están presentes en sus discursos -que nos llegan a través de las más diversas imágenes, tramas, anuncios publicitarios y letras de canciones- y nos llevan a soñar en una construcción holywoodesca de la relación amorosa. Casi como mandato nos ordenan que el amor debe ser el centro y eje de la vida, principalmente de las mujeres, mientras que el trabajo continúa siendo el de los hombres.

Los medios de comunicación -que se nutren del amor en una búsqueda que pareciera no tener fin porque les proporciona los temas más variados para sus contenidos- nos dan diversas propuestas de cómo y de qué manera debemos vivirlo, propuestas que vamos haciendo propias sin ni siquiera darnos cuenta.

Es un hecho que no todos sus contenidos manejan la misma propuesta, sino que coexisten en forma simultánea muchas de ellas. Unas mejores que otras; unas más

profundas, otras más superficiales; unas centradas en el fondo, otras simplemente en las formas. En los contenidos que tienen más rating entre la población predomina un modelo simplista en el que podemos encontrar las siguientes características:

- Ser parte de un ideal de relación amorosa
- Los protagonistas están en búsqueda de ese ideal
- Se conocen y surge la atracción de la pareja
- Buscan el amor perfecto
- Tienen cierto temor a la separación y a la pérdida
- Se presenta un hecho, que puede ser real o ficticio, que propicia la duda
- Inicia la desilusión y, con ella, la separación
- Entra en escena el sufrimiento, prueba verdadera del amor
- Se presenta un periodo de lucha para recuperar el amor que se ha perdido
- Por lo general, la esperanza persiste
- Se soluciona el conflicto y la pareja vuelve a unir sus anhelos
- La felicidad y la pasión vuelve a sus vidas
- La pareja se casa para formalizar su relación y constituir una familia

El cine, las telenovelas, las revistas femeninas y los anuncios publicitarios cultivan el amor y, principalmente las mujeres, lo consumimos con gran avidez, alimentando nuestras fantasías y deseos más profundos. Esperando siempre que algún día llegue a nosotros para inundarnos de luz y de felicidad, dando sentido a nuestras vidas.

El discurso publicitario, a través de una escena, nos dice todo el tiempo que podemos alcanzar ese ideal amoroso con un perfume, un auto, un vestido, un teléfono celular, incluso con un simple consomé de pollo o un



Rotmi Enciso

detergente. Así, si compramos objetos y productos podremos adquirir el amor que tanto hemos buscado.

Veamos pues un breve ejemplo, descrito por un joven, acerca de sentirse atrapado ante un anuncio publicitario, mientras veía televisión: "Yo estoy viendo un anuncio de un auto en televisión. Una mujer muy bella aparece con su figura esbelta, frente al auto. Ella me guiña el ojo y me sonrío; es el guiño y la sonrisa más atractiva que he visto. Naturalmente me siento complacido, emocionado y algo excitado. Aquí estoy, sintiéndome feliz. Yo sé que ella me guiña a mí y lo siento profundamente en mi corazón. ¡Qué bella es! Yo sé lo que siento. Pero... espera un poco. Piensa por un momento. ¿Realmente me está sonriendo a mí? No, ella está sonriendo a la cámara, no a mí. Cuando ella sonrío, nunca pensó en mí, tampoco estaba ahí para ser atrapado por su encanto irresistible... Sin embargo, extrañamente a pesar de que ella sonrío y guiñó a la cámara, yo sentí que ella lo hizo para mí, exclusivamente para mí."¹

Esta experiencia particular se repite una y otra vez y desde los más diversos frentes, dejándonos atrapados en las redes de un amor imaginario que siempre deseamos cobre vida.

1 Jong-gab Kim "Who am I, This Alien Thing Televisual?" The KonKuk Bulletin. 1997