



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES

Título del trabajo:

“Una perspectiva sociocultural y de género sobre los
vínculos en la actualidad.”

Autor/a: María Castaño Lemus

Director/a: María Reneses Botija

Madrid

2025/2026

Índice

1. INTRODUCCIÓN	3
2. DESARROLLO	6
2.1. APROXIMACIÓN TEÓRICA	6
2.2. EL AMOR COMO FENÓMENO SOCIOCULTURAL.	9
2.2.1. Supremacía del amor romántico.	10
2.2.2. Mitos del amor romántico – perspectiva de género.	13
3. VÍNCULOS EN LA ACTUALIDAD.	17
4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN.	24
5. BIBLIOGRAFÍA	33

1. INTRODUCCIÓN

La intención de este trabajo es profundizar desde una perspectiva sociocultural y psicológica en el concepto del amor, un fenómeno que ha acompañado a nuestra especie desde sus orígenes y que, como parte de nuestra historia ha sufrido también evoluciones y cambios.

Evolutivamente, el amor supone una adaptación y un modo de perpetuación de la especie. Por lo tanto, estamos programados biológicamente para experimentarlo (Buss, 2016). De todas maneras, la experiencia del amor desde nuestros ancestros hasta ahora ha ido cambiando significativamente. A partir de los primeros homínidos bípedos y la copulación frontal el “amor” empezó a ser algo más parecido a lo que entendemos ahora. Los cambios producidos favorecían la mirada al otro durante el acto, la intimidad, la comunicación, el tacto, etc. Esto hace que el vínculo vaya creciendo y se desarrolle el afecto. Finalmente, nuestro verdadero órgano sexual no es otro que nuestro cerebro. Es el mismo el que genera esas sensaciones de excitación, deseos, temores, fantasías, etc. (Fisher, 1992).

Para algunos autores es una experiencia que se manifiesta indiscutible, universal (Fisher, 1992) y al mismo tiempo siempre queda envuelta en un aura de misterio: “en mi experiencia como médico, al igual que en mi propia vida, me han puesto incesantemente ante la pregunta sobre el amor, y nunca fui capaz de dar una respuesta válida” (Jung, 2006, p.83). Filósofos, poetas, cantantes, pintores, cineastas, han intentado definir la experiencia del amor a lo largo de los años, describiendo sus vivencias y plasmando de alguna manera sus propias definiciones.

A pesar de esta presencia constante en la cultura y en el día a día de la población, el amor no ha sido objeto de estudio científico hasta hace relativamente poco tiempo. Helen Fisher (1992) señala que resulta paradójico que un fenómeno como el amor capaz de inspirar las mayores obras del arte y, al mismo tiempo, desencadenar las conductas más radicales en el ser humano, haya sido desplazado a un segundo plano por la investigación científica, que durante siglos ignoró la necesidad de analizar esta experiencia que tanto altera la conducta humana.

Sin embargo, el amor no puede entenderse únicamente como un impulso biológico o un misterio inefable. Es un constructo atravesado por la cultura, el género y la historia

(Giddens, 2000; Illouz, 2007). El concepto del amor influye en las estructuras sociales y económicas ya que, en sociedades como la nuestra, la base de su estructura es la pareja y su descendencia (Becker, 1987).

Autores como Damasio (2005) postulan que la experiencia emocional es social porque constituye un hábito o norma que nos ayuda a entender el mundo y a saber cómo actuar dependiendo de la época y la sociedad de la que formemos parte. Esta cualidad adaptativa de las emociones nos demuestra que los sentimientos no son tan solo producidos por lo que experimentamos como individuos, sino que nacen también en relación con la sociedad, la cultura que la caracteriza y la época que vivimos. Conviene subrayar que hay formas diversas de entender y experimentar el amor, de tal manera que, en este estudio se analizarán también cuestiones culturales y sociales de género con relación al fenómeno del amor y los vínculos.

Atendiendo al impacto sobre la salud mental partimos de reflexiones de autores como la de Eva Illouz (2012) que analiza cómo la modernidad y el capitalismo han transformado las relaciones y afirma que el amor moderno está marcado por la incertidumbre y el consumo, convirtiéndose así en una premeditada toma de decisiones. Por otro lado, Bauman (2007), estudia la sociedad actual y argumenta que se trata de una modernidad “líquida”; en la que todo es fugaz y como consecuencia, precario. Define también el amor de esta nuestra sociedad como “amor líquido” y nos habla sobre la fragilidad de los vínculos, influenciados por el consumo capitalista. El autor argumenta que en el amor líquido se encuentra una gran ambivalencia entre el deseo de compartir intimidad con el otro y el miedo a la dependencia.

De manera que, cuando el vínculo no supone una satisfacción inmediata se busca uno nuevo, fomentando relaciones efímeras y un individualismo extremo en el que el “yo” siempre va primero y el otro es el medio para lograr mi felicidad. Según el autor, en esta sociedad tan volátil las relaciones duraderas se conciben como muy arriesgadas, existiendo así una inclinación por los vínculos pasajeros para evitar la incertidumbre que supone el futuro en nuestra sociedad.

En definitiva, este estudio propone un análisis interdisciplinar que integre las dimensiones social y psicológica, entendiendo que solo a través de éste es posible aproximarse a su complejidad, a su impacto en la salud mental y a la construcción de las

relaciones humanas. Yela (2002), afirma que la dificultad del objeto de estudio no debe ser excusa para renunciar al rigor del método científico.

Para la realización de este trabajo se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica centrada en la recopilación y análisis de literatura académica, con el objetivo de establecer un enfoque teórico en sintonía con el análisis interdisciplinar propuesto, permitiendo integrar las dimensiones sociales, culturales y de género en el análisis del fenómeno del amor.

El presente trabajo se articula en diversos ejes que permiten abordar la complejidad del amor desde una visión integral. En primera instancia, se exponen algunas de las teorías psicológicas y las diversas perspectivas más relevantes que han intentado describir y explicar este fenómeno. Una vez establecida esta base conceptual, el análisis se desplaza hacia la dimensión sociocultural, explorando la diversidad de concepciones existentes sobre el amor entre distintas culturas y Occidente. Dentro de esta dimensión abordaremos el concepto del amor romántico y sus mitos, integrando una perspectiva de género que cuestiona cómo estos ideales han podido perpetuar desigualdades en las relaciones sexoafectivas y si representan, en última instancia, una construcción de carácter patriarcal.

Posteriormente, el estudio profundiza en la relación intrínseca entre el fenómeno sociocultural del amor y la psicología, definiendo el vínculo como una compleja construcción biopsicosocial. Aquí se analizan los vínculos en la actualidad, observando cómo la estructura y funcionamiento social influyen de manera bidireccional en la forma en que amamos. Después de desarrollar los puntos mencionados se realizará un apartado de discusión y conclusiones en el que se recogerá lo previsto anteriormente, haciendo especial énfasis tanto en una perspectiva y análisis personal como en futuras metas de reflexión.

2. DESARROLLO

2.1. APROXIMACIÓN TEÓRICA

En este apartado, se elaborará una definición conjunta del fenómeno a estudiar, partiendo de que el amor debe entenderse como un fenómeno multidimensional y polifacético, ya que se puede dar en muchos tipos de relaciones como parejas, padres, hermanos, amigos, otras personas, animales e incluso por Dios (Machin, 2022).

Las primeras teorías psicológicas sobre el amor surgieron del ámbito clínico, dos de la disciplina psicoanalítica y una de la corriente humanista (Sternberg, 1997). Freud (1921/1996) defendía en su teoría que el amor tenía lugar cuando el individuo ha tenido su energía libidinal dirigida hacia sí mismo. Por lo tanto, considera que el narcisismo es un aspecto importante para construir vínculos sexoafectivos y que el objeto de amor externo es elegido a partir de algo de lo que carece el individuo. Otra teoría que parte del psicoanálisis fue la propuesta por Reik (1944). Para Freud el amor tiene su fundamento en la energía libidinal; es decir, el amor y el deseo son una función el uno del otro. En cambio, Reik sostiene que el amor y el deseo tienen diferentes fuerzas motivadoras. El deseo se considera como un interés apasionado por el cuerpo del otro y el amor como un interés apasionado por la personalidad del otro.

La teoría que pertenece a la corriente humanista fue propuesta por Maslow (1962) en la cual defiende que existen dos tipos de amor. El primero es el Amor por Deficiencia (*D-love*) que hace referencia al tipo de amor del que habla Freud en su teoría, que nace con el objetivo de satisfacer necesidades y carencias propias. El segundo tipo es el Amor al ser (*B-love*), el cual se trata de amar al otro por lo que es y solo puede darse en personas que han alcanzado la autorrealización.

Las primeras teorías del amor en la psicología social surgieron a partir de 1970 con el fin de definir el fenómeno. Lee (1973) desarrolla su teoría de la Rueda de Colores del Amor. Para desarrollar cuántos tipos de amor existen el autor usa esta metáfora: los colores tienen ciertos colores primarios que al mezclarse forman otros colores diferentes. Por lo tanto, establece ciertos tipos de amores primarios que al mezclarse dan lugar a otros estilos de amor.

Los tres estilos de amor primarios son *Eros*, *Ludus* y *Storge*. En el tipo de amor *Eros* se refiere a aquellas personas que saben qué físico les atrae y buscan esa pasión inmediata y táctil. En cambio, *Ludus* tiene que ver con la concepción del amor como un juego en el que se busca la diversión sin implicación emocional ni compromiso. Por último, *Storge* se refiere a un amor compañero, un vínculo que nace de la amistad en el que se valora el cariño y el cuidado. Cuando se combinan surgen estilos de amor más complejos:

- *Manía* (*eros* + *ludus*) es un tipo de relación caracterizado como obsesivo y dependiente, donde hay mucha necesidad de afecto, pero mucho miedo al dolor.
- *Pragma* (*Ludus* + *Storge*) se trata de una elección racional y práctica con el objetivo de buscar a alguien que encaje contigo.
- *Ágape* (*Eros* + *Storge*) definido como un amor altruista basado en el sacrificio por el bienestar del otro.

Posteriormente, Sternberg (1986) propone que hay tres elementos que se manifiestan en todo tipo de relaciones. Estos elementos son la intimidad, la pasión y el compromiso. La intimidad se define como el sentimiento de cercanía y conexión percibido en el vínculo, incluyendo el deseo de preservar el bienestar entre ambos. La pasión en cambio se contempla como los deseos, la energía y esa activación que conduce a la atracción sexual. El último y tercer componente de esta teoría es el compromiso que incluye una decisión de continuar manteniendo el vínculo a pesar de los obstáculos vividos y futuros, teniendo también en cuenta factores como la historia de la relación.

La estructura de la Teoría Triangular del Amor nos permite clasificar el amor según la presencia o ausencia de los tres elementos mencionados. La taxonomía sería la siguiente: cariño (intimidad sin compromiso ni pasión), encaprichamiento (pasión sin compromiso ni intimidad), amor vacío (compromiso sin pasión ni intimidad), amor romántico (intimidad y pasión a partes iguales, sin compromiso), amor sociable (ausencia de pasión, pero con intimidad y compromiso), amor fatuo (pasión y compromiso sin intimidad) y, por último, el amor consumado (integración de los tres componentes).

Si relacionamos la teoría de La Rueda de Colores con la Teoría Triangular del amor podemos apreciar muchos paralelismos en ambas propuestas. *Eros* se vincula con los componentes de pasión y la intimidad, *Storge* con la intimidad y el compromiso y *Ludus* con una baja implicación en el compromiso. Las tipologías del amor propuestas por los

dos autores también guardan relación entre ellos, la *Manía* se asocia con relaciones de mucha pasión, pero poco compromiso; *Pragma* con vínculos más relacionales y estables parecidos al amor sociable y *Ágape* con una manera de amar más próxima al amor consumado.

Zadeh y Bozorgi (2016) analizaron la relación entre los rasgos de personalidad, los estilos de amor y la calidad de los vínculos. Los resultados concluían en que los estilos de amor y la personalidad del individuo eran significativos para la calidad de la relación de pareja. Los estilos de amor *Eros* y *Storge*, junto con rasgos de la personalidad como la amabilidad y la apertura a la experiencia, pueden ser factores predictores del bienestar relacional.

Las conductas que nos llevan a establecer un tipo de relación u otra están reguladas por un conjunto de sesgos innatos que adquirimos a través de nuestras interacciones y normas sociales de nuestra cultura. A su vez, estas construcciones psicológicas no se desarrollan de manera aislada, sino que se configuran a través del aprendizaje relacional en la interacción con las figuras de apego durante la infancia. En este sentido, la Teoría del Apego de Bowlby (1969) y Ainsworth (1978) aporta una perspectiva evolutiva clave para comprender las diferencias individuales en la forma de amar.

Los estilos de apego (seguro, ansioso y evitativo) influyen en cómo las personas se relacionan (Hazan y Shaver, 1987). Asimismo, con relación a las teorías descritas, afectan también al desarrollo de los componentes de intimidad, pasión y compromiso, así como en la tendencia a adoptar determinados estilos de amor. Por ejemplo, un apego seguro es posible que favorezca relaciones con alta intimidad y compromiso, cercanas al amor consumado o a estilos como *Storge* y *Ágape*. En cambio, el apego ansioso puede asociarse a estilos como *Manía*, caracterizados por la dependencia emocional, mientras que el apego evitativo se relaciona con formas de amor con baja intimidad y compromiso, como *Ludus*.

Por otro lado, desde una perspectiva biológica Fisher (2004, 2006) describe tres sistemas emocionales primarios. El primer sistema se trata del impulso sexual o libido, el cual cumple su función evolutiva de motivar a los individuos a buscar una unión sexual con cualquier miembro de su especie. El segundo sistema es el de atracción, en el cual el individuo siente anhelo de una conexión emocional, mediante este sistema se facilita la elección de pareja, permitiendo al sujeto centrar toda su energía en el individuo que elija.

El tercer y último sistema es el de apego, el cual se caracteriza por sensación de seguridad en el vínculo y tiene la función de mantener la unión entre los sujetos.

En términos generales, el fenómeno del amor no puede entenderse como algo estático, sino como una experiencia dinámica y multidimensional donde está presente una base biológica, sociocultural y psicológica. Mientras que la Teoría Triangular de Sternberg y la Rueda de colores de Lee nos ofrecen una taxonomía de cómo se manifiesta el amor, la Teoría del Apego actúa como el andamiaje que explica el porqué de esas tendencias y Fisher nos habla de los mecanismos biológicos que ponen en marcha la experiencia amorosa.

2.2. EL AMOR COMO FENÓMENO SOCIOCULTURAL.

Si bien las teorías analizadas en el apartado anterior constituyen una base de procesos psicológicos y biológicos relacionados con la experiencia amorosa, estas tienden a explicar el fenómeno como algo universal, sin tener en cuenta el factor sociocultural que lo envuelve.

Numerosos autores han llevado a cabo estudios sobre cómo la sociedad y la cultura en la que nos desarrollamos influyen en las emociones del individuo. Hay quien entiende la emoción como un sistema de valoración de todo lo que nos rodea y de nosotros mismos que nos ayuda a constituir nuestra experiencia individual y colectiva (Solomon, 1977). Por otro lado, el socioconstruccionismo trata de defender que las emociones y las conductas asociadas a las mismas son construcciones socioculturales, afirmando que existen “reglas de sentir” en cada cultura que nos dictan cómo y aquello que debemos o no sentir en situaciones específicas (Hochschild, 1979).

En la misma línea, Damasio (2005) concibe las emociones como una experiencia de carácter social y adaptativa. Sostiene que éstas se encargan de construir reglas que nos ayudan a adaptarnos y entender la cultura y sociedad de la que formemos parte. Estos autores defienden que las emociones y conductas dependen del aprendizaje social experimentado y nos ayudan a constituir nuestra manera de comportarnos acorde al entorno. De tal manera que, es la sociedad y la cultura la base de la subjetividad emocional. Tanto es así, que autores como Illouz (2007) respecto al fenómeno del amor

defienden que éste no puede entenderse sin tener en cuenta el modelo de mercado y el consumo porque influyen en las expectativas afectivas, determinando qué entendemos por amor y qué conductas consideramos correctas en las relaciones sexoafectivas.

2.2.1. Supremacía del amor romántico.

La universalidad del amor romántico se discute aún en el presente y diversos autores han estudiado este paradigma. Muchos han analizado si este fenómeno es universal o tan solo propio de la cultura occidental. Jankowiak y Fisher (1992) sostienen que se trata de una experiencia que se da en todo el mundo, mientras que Hendrick y Hendrick (1992) consideran que es algo exclusivo de Occidente.

El amor romántico, desde la etimología griega, coincidiría con el amor *Eros* (enamoramiento, amor pasional) y vendría definido por la “pasión amorosa” que, según Jankowiak (1995), se basa en cuatro elementos: idealización, erotización del otro, deseo de intimidad y expectativa. Sin embargo, sabemos que existen otros tipos de amor, que corresponden al amor *filias* (amistad con deseo, amistad de pareja), el amor *ágape* (compasión, amor desinteresado, ternura...).

Algunos autores han comparado sociedades individualistas y colectivistas para ver cómo afectan estas diferencias culturales a la forma de vivir y pensar el amor. Según Dion y Dion (1996), estas dos dimensiones permiten analizar, a nivel psicológico y social, los rasgos esenciales del amor romántico y lo que este representa para la unión matrimonial. La dicotomía individualismo-colectivismo fue propuesta por primera vez por Hofstede (2010), definiendo el individualismo como la orientación cultural en la que los vínculos entre las personas son débiles en esencia y la identidad se define en términos de autonomía personal. Por otro lado, define el colectivismo como la integración de los individuos en grupos de gran cohesión que los protegen a cambio de lealtad.

Las diferencias que estableció el autor en su análisis fueron las siguientes: En las culturas más individualistas como las de EE. UU., Reino Unido o Australia (Hofstede, 1984) la autonomía, la expresión del sentir y de la opinión son características muy valoradas. Se aprecia la honestidad y el conflicto de opiniones. Por otro lado, el anhelo por la estabilidad y la calma social son aspectos valorados por las sociedades más

colectivistas frecuentes en Asia (Hong Kong o Taiwán) (Hofstede, 1984) ya que consideran el conflicto una falta de respeto. Por eso, tienden a buscar una manera indirecta para comunicarse, a diferencia de sociedades en cambio más individualistas que se prefiere una comunicación más directa. Por último, cabe destacar que cuando se da una violación legal, el sentimiento generado en sociedades individualistas suele ser la culpa, una emoción más ligada a una experiencia subjetiva de cada uno y, por el contrario, en sociedades colectivistas predomina la vergüenza ante el otro, ya que puede comprometerse el grupo.

En definitiva, los valores colectivistas emergen en culturas con altas redes familiares, donde predominan las relaciones interpersonales, la dependencia y las metas grupales. Por el contrario, el individualismo crece en culturas que valoran la autonomía, el logro personal y la diferenciación del resto del grupo (Triandis, 2001). El amor romántico en Occidente es de base individualista, ya que se define como la búsqueda de la propia felicidad, haciendo caso omiso a los deseos sin que importe tanto el otro (Lieberman y Hatfield, 2006). En cambio, en países como China, con cierta tendencia a lo colectivista, la experiencia amorosa más que un sentir, se entiende como una responsabilidad hacia el entorno familiar (Hatfield y Rapson, 2005; Smith et al., 2006).

Hay estudios que sostienen que la pasión es menos tangible en países de oriente que en occidente. Si esto fuera así, según la teoría descrita por Sternberg (1986) podríamos definir el amor en occidente de una índole más pasional y que anhela un vínculo íntimo (amor romántico). Por otro lado, la cultura oriental tendería más a un estilo de amor sociable donde el principal objetivo sería la fortaleza del vínculo a lo largo de las etapas de la vida. Igualmente, es importante señalar que estas diferencias podrían estar sesgadas porque al final la mayoría de las investigaciones se han realizado en occidente o por cómo cada cultura tiene su forma de comunicar sus sentimientos (Kline et al., 2008).

Kowal et al. (2025) tratan de romper con el sesgo de las investigaciones realizadas en países occidentales, a los cuales los denominan como “*WEIRD*” (*Western, Educated, Industrialized, Rich and Democratic*). Tras analizar datos de más de 100.000 sujetos de 175 países diferentes, concluyen remitiendo a investigaciones previas que las diferentes experiencias afectivas responden a determinadas estructuras sociales como el colectivismo, la igualdad de género, la modernidad (Sorokowski et al., 2023), la movilidad relacional, las normas sociales, la religión o las condiciones socioeconómicas y ecológicas de cada lugar y/o cultura.

Respecto a la cultura individualista o colectivista, sostienen que afecta a la hora de seleccionar a la pareja y a los aspectos más valorados en el vínculo (amor, pasión o compromiso). En países más colectivistas como India, el amor antes del matrimonio puede ser considerado un elemento disruptivo y una falta de lealtad a la familia, motivado por un interés egoísta (Gupta, 1976). Por el contrario, en sociedades individualistas el vínculo amoroso constituye la base del matrimonio (Sprecher et al., 1994). Por lo tanto, en sociedades más colectivistas el amor está más ligado a la familia y a la estabilidad del grupo, mientras que en sociedades más individualistas el amor se concibe más como una elección personal de satisfacción y autonomía.

Asimismo, las normas culturales sobre las relaciones son las que nos dictan qué tipo de relaciones son aceptables y la percepción sobre conceptos como la infidelidad, los celos o la sexualidad. De hecho, Machin (2025) defiende que la monogamia (una norma cultural del amor romántico) es una construcción enteramente social ya que no es algo natural del ser humano. Normas culturales como la religión o las propias leyes son las que se encargan de imponer la monogamia en Occidente, con el objetivo de controlar a la población. Por ejemplo, en algunas tribus del Congo o comunidades de Nepal la monogamia no es lo común. En estas culturas se practica la poliandria (unión de una sola mujer con dos o más esposos simultáneamente) y la poligamia (unión de un solo hombre con varias mujeres al mismo tiempo) con fines sociales y económicos.

La poliandria en ciertas comunidades de Nepal responde a una lógica simplemente económica. Al casarse una sola mujer con todos los hermanos de una familia se evita la fragmentación de la tierra para poder preservar la propiedad para la siguiente generación de la familia. Además, de esta manera se otorga protección a las mujeres y sus hijos, evitando la exclusión social que supone la viudez en esas culturas. Por otro lado, la poligamia es el motor de la estructura social en las diversas etnias del Congo. Mediante el matrimonio, se crean diversas alianzas políticas entre tribus que garantizan seguridad y apoyo. Asimismo, en estas culturas la familia es la unidad de producción y la mano de obra es su capital, por lo tanto, una familia extensa otorga una mayor producción.

La igualdad de género es otro de los factores sociales que influye en las diferentes experiencias del amor. Los autores de Munck y Korotayev (1999) analizaron los datos que Rosenblatt (1967) recogió de 75 sociedades diferentes y se encontraron con que en las sociedades que se permitían las relaciones prematrimoniales y/o el adulterio (tanto para hombres como para mujeres), consideran el amor romántico como un requisito más

importante para el matrimonio que en las sociedades en las que se prohíben ambas cosas. Por ende, cuando existe una mayor igualdad en el trato femenino, se produce un aumento en el sentimiento de agencia que permite mayor libertad a la hora de elegir con quién casarse.

2.2.2. Mitos del amor romántico – perspectiva de género.

Para comprender la construcción de cómo entendemos hoy los vínculos respecto al amor romántico, hemos de tener en cuenta su evolución a lo largo del tiempo y sus antecedentes. Según Marcela Lagarde (2001) la construcción del fenómeno del amor romántico comienza con el *amor cortés*, temporalmente situado entre los siglos XI y XIV en Europa, donde se experimentaba un estilo de amor de carácter casi platónico. Es representado a través de la figura de los caballeros, los cuales debían demostrar su sentimiento de amor con actitudes heroicas y valientes a una dama (normalmente de condición social más elevada) con la cual aún no habían entablado ningún tipo de conversación.

El *amor burgués* el cual se da también en Europa en los siglos XIV, XV y XVI, está marcado por la religión, que coloca el amor únicamente vinculado al matrimonio, bajo la norma de la monogamia y la heterosexualidad. En este tiempo el matrimonio tenía un fin pragmático; asegurar la cohesión del hogar y la unidad económica básica, la familia. Más tarde, en la *época victoriana*, la expresión de los afectos se reprime y se refuerza una norma moral de controlar los sentimientos para poder mantener el decoro. En este modelo la mujer debía ser discreta, obediente y religiosa, confinada principalmente a sus tareas domésticas, reforzando así una desigualdad entre los géneros.

A finales del siglo XVII y principios del XIX durante el Romanticismo empiezan a fraguarse los primeros mitos en relación al *amor romántico* como el de “la media naranja” tal y como lo conocemos hoy en día. Según Yela (2003) estos mitos suelen ser engañosos, absurdos e irracionales. Actualmente, seguimos sosteniendo los mitos o creencias que compartimos socialmente y que constituyen la base de este fenómeno, ya que somos fruto de nuestra propia historia. La propia definición de amor del Diccionario de la Real Academia Española —“sentimiento intenso del ser humano que, partiendo de su propia insuficiencia, necesita y busca el encuentro y unión con otro ser”— manifiesta

cierta concordancia con los mitos del amor romántico, definiendo el fenómeno como una búsqueda para llenar un vacío innato que necesitamos completar con otra persona para llegar a conseguir la plenitud.

Se han realizado diversos estudios sobre como los mitos románticos afectan a la población. Uno de ellos es de Marroquí y Cervera (2014) de la Universidad de Granada que está dirigida a una población más joven (18 a 35 años). En esta investigación, respecto a los resultados proponen dos niveles de integración de los mitos y constituyen diferencias entre géneros. Clasifican los mitos de la omnipotencia — el amor es suficiente para solventar todas las problemáticas posibles— y el de la media naranja— convicción de que hay una persona ideal para ti en el mundo y es la única o la mejor elección posible — como los mitos “sutiles” ya que son los que están profundamente arraigados.

El mito de la omnipotencia es el más aceptado con un 73,2% de los participantes. Por otro lado, un 65% cree en que existe “la media naranja”, en relación con esto, resulta que la población femenina tiene más interiorizado este mito que los hombres. Respecto al mito de los celos —los celos como señal de amor y garantía de exclusividad y fidelidad—, la muestra recogida parece identificar con claridad que no se trata de una prueba de amor. De todas maneras, la población masculina presenta un porcentaje más alto que las mujeres en la aceptación de un comportamiento celoso.

Estos resultados están en consonancia con estudios previamente realizados como el del Ministerio de Igualdad (Bosch et al., 2011) en el que se presenta también que la mayoría de los hombres y mujeres de todas las edades estaban de acuerdo con algunos de los mitos románticos, como que existe la persona destinada para cada uno (media naranja), que el amor todo lo puede (omnipotencia) y añaden las creencias en otros mitos como que la pasión del principio es algo que debiera durar siempre (pasión eterna) y que el amor es la única razón necesaria para casarse (matrimonio).

De igual manera, la mayor parte de la población no estaba de acuerdo con los mitos relacionados con el emparejamiento —la felicidad máxima solo se alcanza en pareja—, los celos y con que la violencia puede ser compatible o servir de prueba en el amor. Este estudio manifiesta que, en comparación con la población masculina, hubo una mayor proporción de mujeres que estaban de acuerdo con las ideas de la media naranja, la pasión eterna, el emparejamiento y la omnipotencia del amor. Los hombres, en cambio, mostraban una mayor aceptación al mito de los celos y al del matrimonio.

Este apunte nos podría estar indicando que muchas mujeres interiorizan patrones en sintonía con el rol femenino tradicional caracterizado por la entrega total, dependencia y cuidados. Por otro lado, los hombres suelen desempeñar un papel más relacionado con la autonomía y el control. Estos son roles que la sociedad ha ido interiorizando en cada género. La socialización es el proceso mediante el cual las personas en interacción con otras aprenden e interiorizan los valores, actitudes, las expectativas y los comportamientos característicos de la sociedad en la que han nacido y que les permiten desarrollarse en ella (Giddens, 2001). En relación con esta teoría de la socialización diferencial, desde el inicio de la incorporación a la vida social y cultural los individuos van forjando su identidad de género, al ser moldeados por sus agentes socializadores. Se da un aprendizaje cognitivo, emocional, conductual, de valores, normas morales y estereotipos que la sociedad impone para los hombres y las mujeres (Walker y Barton, 1983).

La socialización tradicional ha educado de forma distintiva a los dos géneros. Al género masculino les ha inculcado la responsabilidad de ser independientes, competitivos y orientados a perseguir el éxito, reforzando así sus ambiciones. Esto ha hecho que tiendan a limitar la expresión de sus emociones, centrándolos en la producción. Por otro lado, a las mujeres se les ha preparado para la reproducción, el cuidado y el ámbito privado. En ellas se ha fomentado la expresión de los afectos y se han limitado sus ambiciones teniendo así más protección y menor impulso hacia la autonomía (Cabral y García, 2001).

Desde una perspectiva feminista, Anna Jonásdóttir (1993) sostiene que a través de la “plusvalía emocional” el amor es también un elemento clave en el sistema del patriarcado. Las mujeres son educadas para que sus mayores deseos sean encontrar el amor y desempeñar una conducta de entrega y servicio al otro. De esta manera, cuando aprendes que el amor lo es todo, es más fácil reforzar la creencia en el mito de la omnipotencia, incrementando así la probabilidad de afrontar sacrificios desorbitados. Cuando esta actitud de servicio se vuelve una aspiración, deja de ser una carga para convertirse en una “prueba de amor” y el miedo a no tener pareja y a no superar esa prueba supone un facilitador para que se reproduzca esta subordinación en generaciones venideras. La identidad femenina no se construye para “ser algo para sí misma”, se construye desde el “ser para otros”. Esta “afiliación servil” hace que las mujeres se olviden de su yo y solo exista el “yo en relación” (Miller, 1992); ignoran sus necesidades

para centrarse en satisfacer los deseos del otro, creyendo que esto garantizará su amor. En definitiva, la cultura y la sociedad nos ha moldeado para que el amor sea el centro de nuestra identidad (Lagarde, 2005, p.355).

La cultura representada en la música, el cine y la literatura no solo manifiestan la concepción del amor de una sociedad, sino que también actúan como agentes de socialización que refuerzan los mitos del amor romántico. Frases como “No puedo vivir sin ti, no hay manera” (Los Ronaldos, 1987), “Tú me completas” *Jerry Maguire* (Crowe, 1996), “El amor es pasión, obsesión, alguien sin quien no puedes vivir” *Meet Joe Black* (Brest, 1998) o "Vine aquí esta noche porque cuando te das cuenta de que quieres pasar el resto de tu vida con alguien, deseas que el resto de tu vida empiece lo antes posible" *When Harry Met Sally* (Reiner, 1989) representan y expresan muchos de los mitos antes mencionados como el de la media naranja, el de la pasión eterna, la omnipotencia o el emparejamiento.

Estas representaciones como muchas otras se interiorizan en forma de esquemas y creencias que influyen en la interpretación de la realidad y en este caso, de las relaciones sexoafectivas (Beck, 1976). Por ejemplo, Illouz (2009) lanza la pregunta de “¿en qué medida un paseo bajo la luz de la luna es un momento de romance o es una representación de lo ideal que hemos visto una y otra vez en las pantallas? A través de los sistemas culturales se difunden estas representaciones de lo que significa amar y se mercantilizan (Illouz, 2007). Además, las imágenes y los contenidos audiovisuales son herramientas que conectan con nuestras emociones y son capaces de transmitir valores de manera más profunda que la lógica (Aguilar, 2012). En definitiva, los mitos se transmiten culturalmente y se interiorizan psicológicamente, condicionando así la experiencia afectiva.

3. VÍNCULOS EN LA ACTUALIDAD.

Vivimos épocas volátiles en las cuales no nos da tiempo a adaptarnos a los cambios que suceden a tan vertiginoso ritmo. La manera de vincularnos se ha visto modificada por estas transformaciones sociales, culturales y tecnológicas. La digitalización, el creciente individualismo y la aceleración de la vida cotidiana han generado nuevas formas de relacionarse.

Paulatinamente, crecen los discursos que cuestionan los principios de las instituciones que constituían nuestra sociedad y de las que el individuo formaba parte, como la Iglesia, el Estado o la familia. Finalmente, éstas empiezan a perder peso (Lyotard, 2008). Desde su nacimiento, la especie humana se caracteriza por su dependencia y vulnerabilidad ante el entorno y estas estructuras sociales que comienzan a diluirse constituían una sólida guía para la humanidad (Martí, 1996).

Desde una perspectiva sociológica, Bauman (2007) describe el concepto de *modernidad líquida*, el cual se define como un proceso histórico y social en el que se da dicha disolución de las estructuras sólidas de la sociedad. Esta fragmentación de las instituciones de la modernidad tradicional afecta directamente al amor, la sexualidad y las relaciones en general, dejando al individuo moderno en una situación de “inédita soledad”; estado de angustia e incertidumbre en el que se constituyen vínculos frágiles. Como consecuencia de estos acontecimientos, el sujeto se desentiende de las guías externas y cada individuo se considera su propio punto de referencia (Bilbao, 2014).

Podría afirmarse que el distanciamiento de estas instituciones implica una mayor libertad para el individuo postmoderno. No obstante, conlleva una pérdida de seguridad porque disminuye la sensación de pertenecer a algo que trasciende al individuo en sí. Aquí encontramos un claro conflicto entre la seguridad y la libertad; a medida que se da el desarrollo individual, el sujeto tiene que enfrentarse a las inseguridades y riesgos del entorno. ¿Será verdad aquello que decía Sartre de que “el hombre está condenado a ser libre”? Este dilema señala las similitudes entre los procesos de desarrollo y búsqueda de libertad de la persona, ya que ambos implican cierta pérdida de protección y estabilidad (Fromm, 1985).

En este contexto, Bauman (2007) desarrolla el concepto de “amor líquido”, que hace referencia a la creciente fragilidad e inestabilidad de las relaciones actuales,

marcadas por la constante búsqueda de la satisfacción individual. Sostiene que el objetivo de este tipo de sociedades es reducir las relaciones humanas a costo – beneficio en las que los individuos actúan como agentes de bolsa, evitando invertir en una relación cuando ya no cumple las expectativas. A estos sujetos, Bauman los llama “homo consumens”. En esta sociedad líquida, lo normal es estar siempre en búsqueda de oportunidades para mejorar, por lo tanto, no hay un camino estable. Debido a esto, los compromisos a largo plazo o con cierta importancia como formar una familia se perciben como obstáculos que pueden coartar la libertad individual.

Si bien Bauman interpreta que la disolución de las estructuras sólidas debilita los vínculos afectivos, Giddens (1992) considera que precisamente tomar distancia de estas instituciones es lo que fomenta las “relaciones puras”, aquellas que su mantenimiento se debe únicamente a la satisfacción emocional de ambas partes. Por lo tanto, la estabilidad de estas relaciones ya no se debe a la norma social, si no a la calidad y compromiso de los miembros de la pareja.

Desde este punto de vista, la transformación de los vínculos no implica siempre un debilitamiento si no un cambio que aporta autonomía individual, comunicación e igualdad. Así, mientras Bauman hace hincapié en la precarización de los vínculos, Giddens señala la emergencia de relaciones más autónomas. En definitiva, las relaciones sexoafectivas ya no se encasillan en modelos convencionales, sino que se desarrollan en un marco de mayor autonomía individual, pluralidad relacional e inmediatez comunicativa. Pero esta flexibilidad y libertad de elección en el ámbito amoroso también abre la puerta a nuevas incertidumbres emocionales, generando miedo al compromiso e ignorancia a la hora de determinar qué decisiones afectivas tomar (Illouz, 2012).

El capitalismo ha mercantilizado también el amor; las “citas” se desarrollan en espacios en los que se consume el ocio (salir a cenar, comer o a tomar un café, ir al cine, etc.). Debido a esto, se produce la “romantización de las mercancías” mediante la cual terminamos asociando esas actividades de consumo con el romanticismo, creando así un imaginario del romance enteramente influido por el mercado, el cual se encarga de moldear las expectativas y las representaciones del amor (Illouz, 2007).

La digitalización y el auge de lo tecnológico son algunos de los cambios más significativos de la actualidad. Fomentando una mayor individualidad en la sociedad, este fenómeno ha transformado profundamente la comunicación e interacción entre las

personas. Esta mercantilización del romance ocurre de manera más intensa en el espacio de internet, ya que directamente acudimos a una oferta del mercado (las aplicaciones de citas) para vivir la experiencia amorosa. El funcionamiento de estas aplicaciones se asemeja a la dinámica del mercado, en la cual encontramos una oferta infinita de opciones en las que los sujetos compiten y se someten a evaluaciones y comparaciones constantes (Illouz, 2009).

Un ejemplo empírico es el estudio presentado en el artículo *¿Puede Tinder cargarse el amor romántico?* (En clave Cultural, 2019) en el que se analizan los objetivos que quiere perseguir el usuario, la diferencia entre géneros del uso de la aplicación, la construcción de los perfiles, la dinámica entre los sujetos después del “match” y las experiencias en los encuentros offline. Respecto a los objetivos de cada usuario, se encontraron diferencias entre los objetivos de mujeres y hombres. En general, la respuesta más común a la pregunta de ¿qué quiero? es “conocer a gente y lo que surja” y la mayoría de las personas que manifestaban este objetivo, eran mujeres. Además, muchas mujeres señalaban que normalmente los hombres no eran sinceros ya que, esta respuesta de carácter tan flexible no suele estar acorde con la realidad de sus propósitos. Entre los objetivos presentados en el estudio se encuentra el de mantener relaciones sexuales, esta elección es escogida en su gran mayoría por los hombres.

La construcción del perfil de cada usuario va acorde con los objetivos que presentan. Teniendo en cuenta los cánones de belleza impuestos por la sociedad para resultar atractivo/a se sube una recopilación de fotos entre las que la persona se muestra de una manera u otra en relación con su objetivo. Debido a que las fotos son la única manera de saber cómo es la otra persona, el componente físico se hace indispensable en este tipo de relaciones. Es más, podríamos decir que se considera un elemento negativo que la persona lleve accesorios que puedan tapar rasgos faciales. En general, las chicas, parecen buscar un perfil en el que se pueda encontrar más información aparte de la física como aficiones o intereses.

Esta lógica del perfil tiene que ver con lo que Linne (2025) llama la “gamificación” de las relaciones. Estas aplicaciones llevan a cabo su desempeño mediante reglas estratégicas y una dinámica de acumulación de puntos en la que los usuarios tienen la posibilidad de relacionarse con otros sin exponerse en demasía. Según este autor, esta dinámica de desempeño encierra ciertas diferencias entre géneros. Las decisiones de los hombres tienden a estar más influenciadas por los patrones de funcionamiento de los

videojuegos y la pornografía, mientras que las mujeres incorporan cada vez más a su actitud los cambios producidos por el feminismo. Esto produce con frecuencia conflictos en las interacciones heterosexuales.

Respecto a las interacciones en la aplicación, se observa que muchas conversaciones comienzan como conversaciones triviales y con frecuencia no progresan más. Las conclusiones de la población masculina se resumen en que les resulta difícil encontrar a mujeres atractivas. En cambio, las mujeres tenían más variedad de respuestas, pero sostienen que no suelen encontrar el tipo de hombre que quisieran conocer. Si tenemos en cuenta la frecuencia de *likes*, se observa que los hombres reciben muchos menos que las mujeres. Por lo tanto, ellos tienden más a dar más *likes* con frecuencia para mejorar sus posibilidades. Este desequilibrio forma parte de la “crisis del match”, que se refiere a que de cada 100 *swipes*, solo se dan 1,6 coincidencias, y la mayoría no terminan en un encuentro real (Alcaraz, 2026). Por consiguiente, podríamos concluir que en las aplicaciones ya no se busca tanto una conexión con el otro, sino que existe un anhelo mayor de recibir validación a través de los *matches* y esto podría suponer que la experiencia del encuentro quedase reemplazada por la necesidad de sentirse aceptado por el otro.

Según esta investigación, la mayoría de los sujetos terminan concertando una cita presencial al menos una vez. Normalmente las expectativas que se crean mediante la interacción online no son correspondidas en el encuentro. Debido a esto, se generan sentimientos de desilusión y frustración porque las idealizaciones construidas durante el tiempo que han mantenido un contacto online no se han cumplido. El estudio recoge que hay individuos que sufren sentimientos frecuentes de inseguridad y ansiedad por no ser aceptados. Por este motivo, muchos usuarios se han visto afectados emocionalmente, desarrollando problemas de autoestima. Estos efectos son recogidos en lo que Linne (2025) llama la “ilusión del match perfecto”: en comparación con el siglo pasado, se manifiesta una mayor exigencia en la selección de pareja, marcada por la búsqueda de tener unos valores compatibles, las mismas aspiraciones profesionales y estabilidad emocional. La sobrecarga de expectativas sumada a la sobreoferta digital de las aplicaciones provoca cierta fatiga de citas o *dating burnout*.

En este contexto se han dado movimientos como el fenómeno *INCEL* (*Involuntary Celibacy* o celibato involuntario). Este fenómeno tiene su origen en un blog llamado “*Love, not anger*” creado por Alana (1997), donde el Celibato Involuntario se presentaba

como un proyecto de apoyo dirigido a personas que sufrían soledad no deseada y se sentían incapaces de encontrar pareja. Eventualmente esta perspectiva ha cambiado considerablemente. El origen de esta corriente se produce en internet, un espacio en que se reflejan las opiniones de una sociedad cada vez más individualista. Surge a partir de subculturas online marcadas por la frustración, odio o rechazo. Este capitalismo digital tan característico de nuestra época produce aislamiento y los *incels* son un claro ejemplo de esa “soledad conectada” (Hernández, 2024).

Los autodenominados *incels* son hombres heterosexuales que manifiestan diversos comportamientos misóginos y violentos, en parte como respuesta a la experiencia de rechazo masiva, especialmente en apps de citas como Tinder. Su perfil psicológico se compone de una baja autoestima que les conduce a una severa inseguridad sobre su aspecto físico y su valor como pareja, así como ansiedad social. También presentan una visión distorsionada del mundo y las relaciones con un pensamiento dicotómico y rígido. A todo esto, se suma el resentimiento por las mujeres, los hombres exitosos sexualmente y por la sociedad en general. Estos sujetos suelen tener un locus de control externo, es decir, atribuyen sus dificultades a factores externos en vez de asumir su responsabilidad. Todo esto puede llegar a derivar en pensamientos, y en ocasiones a conductas, de carácter violento.

Al sufrir aislamiento estas personas encuentran un refugio en internet dónde, además de sentir pertenencia a un grupo, también refuerzan esos pensamientos negativos y misóginos. Las redes sociales contribuyen a este proceso mediante el “efecto burbuja”, ya que debido al contenido tan sumamente personalizado que consumimos disminuye la exposición a diversas formas de pensar y favorece la radicalización del pensamiento y la conducta, haciendo más difícil comprender al otro.

Los *incels* piensan que las mujeres solo se fijan en hombres con poder o atractivos físicamente. Esto refleja un concepto de masculinidad distorsionada que depende del éxito sexual, la fuerza o el dominio sobre el otro, lo que supone un constante sentimiento de inferioridad en el individuo. Por otro lado, las mujeres son completamente cosificadas, como si de un trofeo a la hombría se tratase. El basar su valor solo en lo superficial, dejan a un lado otros valores y virtudes importantes y se vuelve más difícil establecer relaciones interpersonales.

Las sociedades occidentales tienen como objetivo conseguir un mayor bienestar de la población aumentando la libertad del individuo y esto conlleva una maximización de la elección. Por lo tanto, las opciones a elegir se multiplican, creando así la tiranía de la elección (Schwartz, 2005). Estas posibilidades de acción también han sido ampliadas en el terreno de las relaciones sexoafectivas con el fenómeno de la digitalización y aplicaciones como Tinder. Además de las repercusiones positivas de la toma de decisiones, como puede ser el aumento del sentimiento de agencia, también puede tener efectos negativos como la *parálisis* ante tal multitud de opciones e *insatisfacción*, ya que cuantas más opciones tengamos más probable es sentir que podríamos haber seleccionado una alternativa mejor a la ya escogida (Schwartz, 2005).

La insatisfacción puede provocar lo que conocemos como *disonancia cognitiva* (Aronson, 2002) y experimentar menos satisfacción por la opción elegida. Eso ocurre cuando el hecho de descartar una alternativa que no es enteramente negativa y aceptar otra que no es completamente positiva no nos permite centrarnos en lo negativo de la opción rechazada y en lo positivo de la alternativa escogida. Por último, hay otro efecto relacionado con las expectativas. Según Schwartz (2005), cuantas más opciones tenemos para elegir, más altas son nuestras expectativas sobre lo que podemos encontrar. Debido a esto, sostiene que la clave para ser feliz es tener unas expectativas bajas.

En este contexto, el fenómeno del *ghosting* puede entenderse como una manifestación característica de las relaciones en la sociedad contemporánea. Esta conducta permite al que la ejerce no enfrentarse directamente con la alternativa rechazada, ya que se trata de una forma de conducta en la que uno de los miembros del vínculo decide terminar una relación de manera repentina sin hacérselo saber a la otra persona (Somos Estupendas, 2022).

Hay muchas maneras de llevar a cabo el *ghosting*, hay individuos que desaparecen de repente ya que el fenómeno se ve reforzado por herramientas como el bloqueo o la eliminación de las redes sociales (Kay y Courtice, 2022). Asimismo, hay sujetos que desaparecen de manera gradual; respondiendo con evasivas o monosílabas hasta que finalmente abandonan el vínculo. A esto último lo llamamos *soft-ghosting* que consiste en emplear una comunicación pasivo-agresiva, ambigua o cortante con el otro miembro hasta que caiga en la cuenta de que el vínculo está llegando a su fin (Alonso, 2026).

El ghosting clásico supone arrebatarse a la otra persona el derecho de tener un cierre emocional adecuado, condenándolo a una situación de incertidumbre. En cambio, el *soft-ghosting* o ghosting pasivo es un refuerzo intermitente que mantiene una especie de esperanza falsa en el otro, entrando así en una negación de la realidad (Alonso, 2026).

Desde el podcast de Somos Estupendas (2022) presentan un perfil del sujeto que realiza ghosting. Se asume que tiene que ver con un tipo de persona que carece de capacidad de mantener un compromiso, que no gestiona bien sus emociones, con poca responsabilidad afectiva, y que presenta un estilo de apego evitativo como defensa. Sin embargo, atribuir el ghosting a un determinado tipo de personalidad resulta algo reduccionista. Cabe la cuestión de si es realmente un rasgo distintivo de ciertos individuos o si, más bien, es una conducta que nuestra sociedad ha facilitado y normalizado. Desde esta perspectiva, resumir el ghosting a un problema de gestión emocional individual deja sin examinar las condiciones sociales y tecnológicas que lo fomentan.

Existen también otras dinámicas parecidas al ghosting que también dificultan un cierre emocional. Una de ellas es el *orbiting*, haciendo alusión a ese movimiento alrededor de algo. Este comportamiento ocurre cuando un miembro del vínculo deja de comunicarse directamente con el otro, pero de forma indirecta continúa comunicándose mediante *likes*, visualizaciones de historias o publicaciones (Pancani et al., 2021).

Estos fenómenos reflejan cómo la libertad y flexibilidad de la sociedad contemporánea generan nuevas oportunidades, pero también riesgos emocionales, dejando al individuo frente a la responsabilidad de gestionar vínculos afectivos en un entorno cada vez más individualista, líquido y saturado de opciones. Vemos reflejados en el fenómeno conceptos ya mencionados en el texto como la mercantilización del amor — al poder descartar con la misma facilidad las relaciones que los productos del mercado— y la fragilidad de los vínculos, faltos de compromiso y de responsabilidad afectiva en esta sociedad marcada por su liquidez y el exceso de opciones.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN.

El análisis teórico desarrollado nos permite comprender el amor como un fenómeno complejo y multidimensional en el que convergen factores biológicos, psicológicos y socioculturales. Las teorías revisadas en el primer apartado —desde la teoría triangular de Sternberg hasta la rueda de colores de Lee, pasando por la teoría del apego— ilustran sobre cómo el amor se configura en una experiencia que parte de predisposiciones del sujeto como la personalidad o los estilos de apego y también las diferencias culturales, normas sociales y transformaciones históricas. Las emociones no pueden entenderse al margen del contexto social del que emergen, ya que están profundamente influenciadas por las normas culturales, las estructuras económicas y los procesos de socialización (Giddens, 2000; Illouz, 2007).

El amor romántico se trata de una construcción sociocultural y tras analizar diferencias entre culturas individualistas y colectivistas, ponemos de manifiesto cómo las maneras de relacionarse y el significado de los vínculos sexoafectivos varían en función de la sociedad y cultura. Por lo tanto, estas distinciones ponen en duda su supuesta universalidad. En relación con esto, la revisión de los mitos del amor romántico permite identificar cómo determinadas creencias, profundamente arraigadas en la cultura occidental, continúan influyendo en la forma en la que las personas interpretan y viven sus relaciones.

No obstante, resulta relevante adoptar una mirada crítica que no implique necesariamente su eliminación total, sino su transformación una vez somos conocedores de estos, ya que el calificativo de “mito” reside en creer que son indiscutibles (Gama, 2020). Por eso, normas sociales como la monogamia o la exclusividad sexual, aunque no son problemáticas desde la ética, adquieren ese carácter cuando se las considera incuestionables. Esta reflexión está relacionada con las aportaciones de la teoría de la socialización diferencial (Giddens, 2000) que sostiene que los hombres y las mujeres han sido educados en el amor, las emociones y los vínculos de manera distinta, contribuyendo a la perpetuación de un modelo de amor romántico de carácter patriarcal y que favorece la conducta de violencia de género (Ferrer y Bosch, 2013). Lagarde (2001) defiende que el patriarcado resiste, en parte gracias a las fantasías amorosas interiorizadas, lo que pone

de manifiesto la necesidad de transformar no solo las estructuras sociales, sino también los ideales afectivos.

Los hombres y las mujeres han sido educados emocionalmente de manera distinta: las mujeres han sido entrenadas para la expresión, y el cuidado del vínculo y los hombres para el desarrollo de su autonomía, la contención emocional y la resolución instrumental de los conflictos (Brody y Hall, 2008). Estas diferencias entre géneros no concluyen en rasgos de personalidad del individuo si no que son el resultado del proceso de socialización que comienza en la infancia (Núñez et al. 2008).

Estas características distintas entre los géneros pueden construir tendencias a desarrollar distintos estilos de apego en la vida adulta, ya que, si partimos de la teoría del apego, los estilos de vinculación no son rasgos fijos e innatos sino construcciones que emergen de las experiencias relacionales tempranas (Bowlby, 1969; Ainsworth, 1978). La dificultad masculina de expresar emociones podría suponer una mayor distancia afectiva en el vínculo mientras que las habilidades femeninas del cuidado y la entrega por lo interpersonal podría traducirse en una mayor sensibilidad a las señales de abandono del otro.

En investigaciones de la vida adulta en pareja se han encontrado diferentes patrones en función del género. En términos generales, las personas con un apego de tipo seguro y ansioso tienden a entregarse más en el cuidado del otro mientras que, los sujetos de apego ansioso practican un cuidado compulsivo, especialmente mujeres. En caso contrario, quienes manifiestan un apego de tipo evitativo llevan a cabo cuidados menos sensibles, particularmente hombres (Gómez-Zapiain et al., 2011). De esta manera, se hace más probable constituir una dinámica de demandante-evitativo (Christensen y Heavey, 1990), la pauta de conflicto más frecuente en parejas heterosexuales.

El sufrimiento tiene lugar cuando los dos miembros de la relación han sido formados en estos códigos distintos y cada uno interpreta las conductas del otro desde su propia perspectiva. Los malentendidos en la pareja se interpretan en clave personal: “somos incompatibles”, “por más que hablemos no me va a entender”, “no está cuando más lo necesito”, “no me sabe querer”, cuando en realidad reflejan una incomprensión estructural. Illouz (2012) defiende que la mujer sufre en mayor medida el amor romántico

ya que ha sido entrenada para que el vínculo constituya el centro de su vida e identidad, mientras que la misma sociedad ha dejado para los hombres el vínculo en un segundo plano respecto al desarrollo de autonomía y la persecución del logro.

En definitiva, las culpabilizaciones que surgen en el conflicto debieran ser reencuadradas. Antes que un juicio sobre la conducta del otro podría tenerse en cuenta que esos patrones de vinculación y el modo de proceder en las relaciones pueden ser productos de la socialización diferencial y no solo defectos del propio individuo. De esta manera, reconocer la naturaleza de nuestra manera de vincularnos se vuelve crucial para poder modificar aquello que nos genere malestar y para construir relaciones más conscientes y equitativas.

Actualmente, la precarización de los vínculos no es solo una percepción social o una idea compartida en las conversaciones con tu gente más cercana. En 2024, el número de divorcios y separaciones aumentó un 8,2% respecto al año anterior, alcanzando un total de 86.595 casos. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), se estima además que más del 50% de los matrimonios terminan en ruptura, ya sea mediante divorcio o separación. Estos datos evidencian la creciente inestabilidad de las relaciones en la actualidad. Las dinámicas de las relaciones y la concepción del amor se han visto profundamente transformadas por los cambios sociales, económicos y tecnológicos característicos de la era postmoderna.

Tal y como plantea Beck y Beck-Gernsheim, (2001), la modernidad implica un proceso de creciente individualización y privatización de la existencia, en el que los vínculos dejan de estar regulados por estructuras externas y pasan a depender de decisiones de cada persona. Esto se traduce en una mayor libertad personal a la hora de elegir cómo amar, pero también genera incertidumbre y fragilidad en los vínculos al ser trasladada al individuo la responsabilidad de construir y mantener sus relaciones sin estructuras sólidas que los sostengan.

En definitiva, la ideología actual de nuestra sociedad coloca al individuo como dueño y señor de su propia vida. En esta sociedad regida por el consumo no solo se nos exige elegir entre productos, sino que nos incita a reducir nuestra vida a las decisiones que tomamos. Bauman (2007) describe la transición hacia una “modernidad líquida”,

caracterizada por la fragilidad de los vínculos y la inmediatez en las relaciones. Complementariamente, Byung-Chul Han (2014) sostiene que la sociedad actual se ve amenazada por un exceso de narcisismo; por la tendencia del individuo a permanecer encerrado en sí mismo. En un contexto caracterizado por la disponibilidad casi constante de información, relaciones y experiencias, el encuentro con el otro pierde profundidad y ese otro se transforma en un objeto de consumo, dificultando el encuentro genuino y favoreciendo relaciones superficiales marcadas por la inmediatez y la autoexplotación emocional.

Esta idea concuerda con la concepción freudiana del amor, en la que el narcisismo ocupa un papel fundamental en la elección del objeto amoroso. Tal y como planteaba Freud, el individuo tiende a amar aquello que refleja aspectos de sí mismo o que compensa sus propias carencias. En cualquier caso, lo que parece evidente es que el amor en la actualidad se encuentra atravesado por una tensión constante entre libertad e inseguridad. Si bien el aumento de la autonomía individual amplía las posibilidades de elección, también genera una mayor incertidumbre emocional. En este sentido, la tiranía de la elección contribuye a explicar cómo la abundancia de opciones puede derivar en insatisfacción, indecisión y dificultad para consolidar vínculos estables. Asimismo, la libertad para elegir cómo y con quién establecemos una relación afectiva no es negativa por sí misma, pero el problema llega cuando estas actitudes ocultan el miedo a establecer vínculos auténticos con la excusa de no conformarnos y no tolerar las imperfecciones propias o ajenas.

La digitalización de las relaciones constituye uno de los fenómenos más relevantes en este contexto. Las aplicaciones de citas suponen el espacio perfecto para la capitalización de la vida íntima o capitalismo escópico (Illouz, 2020). La autora define esta noción con el concepto marxista de la “extracción de plusvalías” mediante la cual la exhibición visual del aspecto físico transforma el deseo en un producto que se fabrica y se descarta en cuestión de segundos. Linne (2025) en su etnografía observa que los usuarios de las aplicaciones tienen más *matches* de los que pueden manejar, ya que hay un gran número de candidatos y candidatas disponibles en el *feed* de cada aplicación.

De igual manera, existe un pensamiento esperanzador en el sentido en que, a pesar de la abundancia de sujetos y gracias a las herramientas de los algoritmos, se puede

alcanzar “el match perfecto” lo cual es en parte una fantasía o ilusión que, sin embargo, gobierna sobre el deseo de todos los usuarios que van intercambiando *likes* y seguidores para engrandecer su validación y su ego, generando así un bucle en el que la satisfacción nunca aparece del todo, ya que el propio sistema de las aplicaciones lo pospone. Asimismo, hay quienes de este bucle se saturan y es a lo que Illouz (2020) denomina relación negativa: que consisten en vínculos afectivos que suceden y se desarrollan sin referencias claras, marcados por la incertidumbre en los que las personas entran y salen con rapidez porque el contexto cultural que vivimos favorece el pensamiento de que siempre puede haber algo mejor.

En definitiva, la libertad sexual entendida como la capacidad individual de elección está condicionada por el mercado y sus intereses y el precio que pagamos por esa libertad es la incapacidad para establecer compromisos (Illouz, 2020). “Cuanta más amplia sea la oferta, mayor será la tentación” (Beck y Beck-Gernsheim, 2012, p. 69).

Todo esto se encuentra representado en la película *Materialistas* (Song, 2025) que trata de la mercantilización y objetivación de la población en el mercado de las citas, donde el deseo ha sido completamente racionalizado. La directora, Celine Song (2025) sostiene que la película trata de hacer entender como el capitalismo ha entrado también en nuestros corazones, no como imposición si no como normas internas con las que aprendemos a desear y sobre todo a no comprometernos. En una de las escenas, una cliente de Lucy le entrega sus requisitos (edad, peso, altura, salario, etc.) con el fin de encontrar al “hombre ideal”. El otro ha sido separado en variables medibles antes incluso de saber cómo es la persona. En definitiva, la cliente de Lucy no describe a alguien a quien podría amar, si no las características físicas y socioeconómicas obligatorias que ha de tener para ser un potencial de pareja, como si de un producto se tratase.

La paradoja está perfectamente articulada en el personaje de Sophie, cliente de Lucy. La misma al no alcanzar ningún éxito se llena de inseguridad y desesperación porque no cumple con los requisitos suficientes en el mercado escópico. Durante el proceso parecía haber aceptado “las reglas del juego”; había disminuido sus expectativas y tras haberlo intentado en multitud de ocasiones empezó a preguntarse por qué no daba la talla y a sentir que no valía lo suficiente. Por lo tanto, la historia de este personaje parece manifestar que el funcionamiento de esta forma de vincularse no es tan solo tratar

al otro como mercancía, si no que el sistema termina por convencer al propio sujeto de que también lo es. De tal manera que, el mismo acaba convirtiéndose en un espejo en el que el individuo se mira y casi siempre se siente insuficiente.

Por otro lado, desde los estilos de amor propuestos por Lee (1977), en España los más valorados entre jóvenes fueron el *Eros* y *Ágape*, mientras que *Ludus* y *Pragma* resultaron menos valorados (Ferrer et al., 2008). Si analizamos las dinámicas relacionales de las aplicaciones de citas y tenemos en cuenta la transformación digital, con la disminución de compromiso e intimidad que esta conlleva, podríamos decir que el estilo de amor característico de este tipo de vínculos es el *Ludus*; en el cual se valora la diversión, el juego y la pasión más que la intimidad y el compromiso.

El problema es que existe un conflicto entre el deseo de ser querido y no perder nuestra independencia. Con el individualismo en auge, hoy se prioriza más la autonomía y se vuelve más difícil construir vínculos estables. A pesar de ello, los vínculos afectivos siguen ocupando un lugar central en la vida de las personas, ya que a través de los mismos nos sentimos valiosos para el otro. Por eso, “el amor es un fluir ininterrumpido de signos y señales que deben apuntalar el valor individual” (Illouz, 2012, p.165). Además, el Centro de Investigaciones Sociológicas (2026) recoge que el mayor temor de la población española es la pérdida de un familiar cercano, con una puntuación media de 8,18 sobre 10. Este dato evidencia que, a pesar de la creciente individualización, las relaciones afectivas continúan siendo cruciales para el ser humano.

En numerosas ocasiones hemos escuchado e incluso me atrevería a decir, pensado y reproducido la creencia de que los vínculos actuales ya no se mantienen como antes y que cada vez es menos frecuente pasar toda la vida junto a una única persona. Lejos de entrar en el debate de si esto es verdad o no, añadimos a estos comentarios un tono calificativo negativo dirigido a las relaciones afectivas actuales y asumimos que las generaciones de ahora valoramos menos el amor. Las relaciones afectivas ceñidas al modelo más tradicional estaban sujetas a los mitos, regidas por normas sociales y más ligadas a la estabilidad económica y familiar; no tenían la libertad individual que tenemos en una sociedad cada vez más individualista. La frase de “antes se aguantaba más” parece no tener en cuenta que también se toleraba más la desigualdad de género, la dependencia económica y las relaciones insatisfactorias o incluso violentas, ya que en el amor

romántico tradicional se manifiestan relaciones de poder y desigualdad (García Casares y Quesada Cubo, 2025).

Las relaciones y la concepción del amor se han transformado a medida que la sociedad ha ido sufriendo cambios, pero esto no significa que hayan perdido calidad. Un estudio muestra que, para los jóvenes, el amor sigue ocupando un lugar importante en sus vidas, pero se observa una tendencia hacia el cuestionamiento de los mitos del amor romántico tradicional (Román Fernández, 2024). En definitiva, el problema no es la falta de amor, sino como lo vivimos actualmente. Aunque parezca que los vínculos son más ambiguos y superficiales esconden un deseo de establecer una relación profunda, pero temen las consecuencias del compromiso debido al exceso de opciones (Schwartz, 2005), el aumento de las expectativas en las relaciones (Finkel et al., 2014), la falta de modelos relacionales claros (Beck y Beck-Gernsheim, 2001) y el miedo al rechazo (Brown, 2012). Por lo tanto, más que una incapacidad para amar parece ser una dificultad para sostener los vínculos en este contexto social.

Ante la pregunta de si la construcción de unos vínculos más sólidos radica en recuperar las formas tradicionales del amor, la evidencia sugiere que no se trata de volver atrás, si no de desarrollar nuevas maneras de establecer relaciones acordes al contexto sociocultural actual. Mientras que en el modelo tradicional de amor romántico los vínculos manifestaban un mayor compromiso en detrimento de la libertad individual, en el actual éstos presentan mayor autonomía, aunque menor compromiso. En este sentido, el desafío consistiría en alcanzar un equilibrio que nos permitiera integrar la libertad del individuo con el compromiso en la construcción de las relaciones.

“El amor es una construcción (cultural, social, política) y por eso, lo mismo que se construye se puede deconstruir, reformar y transformar” (Herrera, 2015, p. 155). La educación afectivo-sexual y emocional tiene un papel importante a la hora de relacionarnos con el otro. Organismos como la UNESCO (2018) destacan que una educación integral en este ámbito favorece el desarrollo de relaciones más igualitarias, conscientes y respetuosas.

Así, las investigaciones de Gottman y Silver (1999) aportan una perspectiva especialmente relevante al señalar que la estabilidad de las relaciones no depende de la

ausencia de conflicto, sino de la capacidad de gestionarlo de manera adecuada. El autor destaca la importancia de la comunicación y validación emocional en las relaciones. De tal manera que, en la misma línea que Fromm (1956), este autor defiende que el amor no debe verse como un simple sentimiento sino como algo que se debe desarrollar, lo que dota de sentido que la construcción de relaciones más estables pase por el aprendizaje de competencias emocionales y relacionales. En definitiva, aprender a vincularse no es algo espontáneo, es una habilidad que mediante el aprendizaje podemos desarrollar. De esta manera, podremos construir relaciones más sanas, estables y adaptadas a las necesidades del contexto social.

En conclusión, el amor es un fenómeno que está profundamente influenciado por factores individuales y por el contexto sociocultural que lo envuelve. Las teorías psicológicas aportan ideas fundamentales para intentar entender la naturaleza y la estructura de éste, pero resulta imprescindible incidir en el peso de las normas sociales, la historia y las transformaciones de esta nuestra época para alcanzar un entendimiento mayor sobre la experiencia amorosa.

Actualmente, las relaciones afectivas se encuentran en una tensión constante entre la autonomía del individuo y la dificultad para mantener vínculos duraderos. Esto ocurre debido a fenómenos de carácter social como la inminente individualización, la digitalización y el consumismo. Estos acontecimientos han aumentado la libertad individual al mismo tiempo que han favorecido sentimientos de ambivalencia, incertidumbre y fragilidad en los vínculos. No obstante, esto no supone que debamos recurrir a aquellos modelos de relaciones tradicionales, sino que es pertinente una transformación en los vínculos para lograr una mejor adaptación al contexto social actual.

Por lo tanto, el reto reside en construir nuevas maneras de vincularse que integren autonomía y compromiso, libertad y responsabilidad afectiva. Para ello, una educación emocional y afectivo-sexual que permita cuestionar los mitos del amor romántico y desarrollar competencias relacionales, sería una clave fundamental para iniciar esa reestructuración de una concepción del amor más sana y equitativa.

Por otro lado, Valls (2023) sugiere desacelerar las pasiones, abandonar la continua búsqueda del placer y dejar de racionalizar el deseo, tratando de desear de un modo más

paciente, sin demandas, porque al final “el amor romántico no es racional sino irracional, no es lucrativo sino gratuito, no es utilitario sino orgánico, y no es público sino privado.” (Illouz, 2009, p. 19).

5. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, P. (2012). *La escurridiza o cómo evitar el amor* [Entrada de blog]. Pilaraguilarcine. <http://pilaraguilarcine.blogspot.com.es/2012/12/laescurridiza-de-abdellatif-kechiche.html>
- Ainsworth, M. D. S. (1978). *Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation*. Lawrence Erlbaum.
- Alana. (1997). *Love not anger* [Sitio web]. <https://www.lovenotanger.org/>
- Alcaraz, F. (2026, 14 de febrero). La crisis del match. *El Proyecto del Amor*. <https://elproyectodelamor.substack.com/p/la-tesis-del-match>
- Alonso, M. (2026, 4 de marzo). La tortura del 'ghosting' pasivo: cuando la ambigüedad indica el fin de una relación. *El País*. <https://elpais.com/smoda/bienestar/2026-03-04/la-tortura-del-ghosting-pasivo-cuando-la-ambigüedad-indica-el-fin-de-una-relacion.html>
- Aronson, E. (2002). *El animal social*. Alianza Editorial.
- Bartlett, S. (Presentador). (2025, 7 julio). Anna Machin: We are a non-monogamous species [Episodio de podcast de audio]. En *The Diary of a CEO*. YouTube. <https://youtu.be/hxsnk90VwCo?si=rneNiWsEEOHGDN9G>
- Bauman, Z. (2007). *Amor líquido*. Fondo de Cultura Económica.
- Beck, A. T. (1976). *Cognitive therapy and the emotional disorders*. International Universities Press.
- Beck, U., y Beck-Gernsheim, E. (2001). *El normal caos del amor*. Paidós.
- Beck, U., y Beck-Gernsheim, E. (2012). *Amor a distancia: Nuevas formas de vida en la era global*. Grupo Planeta.
- Becker, G. (1987). *Tratado sobre la familia*. Alianza Editorial.
- Bilbao, R. (2014). Transformaciones sociales y subjetividad: Del malestar de la restricción hacia el malestar del exceso. *Summa Psicológica*, 11(1), 7–18.
- Bosch, E., Ferrer, V. A., Navarro, C., Ramis, M. C., y García, E. (2011). *Los mitos del amor romántico en España*. Ministerio de Igualdad.
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and loss: Volume I. Attachment*. Hogarth Press.
- Brest, M. (Director). (1998). *Meet Joe Black* [Película]. Universal Pictures.

- Brody, L. R., & Hall, J. A. (2008). Gender and emotion in context. En M. Lewis, J. M. Haviland-Jones, & L. F. Barrett (Eds.), *Handbook of emotions* (3.ª ed., pp. 395–408). Guilford Press.
- Brown, B. (2012). *El poder de ser vulnerable*. Urano.
- Buss, D. M. (2016). *The evolution of desire*. Basic Books.
- Cabral, B., y García, C. (2001). *Hombres y mujeres: roles de género en la sociedad contemporánea*. UNAM.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. (2026, 16 de marzo). *Perder a un familiar cercano es el temor que más preocupa a los españoles*. <https://www.cis.es/es/w/perder-a-un-familiar-cercano-es-el-m%C3%A1s-preocupa-a-los-esp%C3%B1oles>
- Christensen, A., & Heavey, C. L. (1990). Gender and social structure in the demand/withdraw pattern of marital conflict. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(1), 73–81. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.1.73>
- Crowe, C. (Director). (1996). *Jerry Maguire* [Película]. TriStar Pictures.
- Damasio, A. (2005). *En busca de Spinoza*. Editorial Crítica.
- de Munck, V. C., & Korotayev, A. (1999). Sexual equality and romantic love. *Cross-Cultural Research*, 33(3), 265–277. <https://doi.org/10.1177/106939719903300303>
- Dion, K. L., & Dion, K. K. (1996). Cultural perspectives on romantic love. *Personal Relationships*, 3, 5–17.
- (En) Clave Cultural. (2019, 22 de mayo). *¿Puede Tinder cargarse el amor romántico?* <https://nclavecultural.wordpress.com/2019/05/22/puede-tinder-cargarse-el-amor-romantico/>
- Ferrer Pérez, V. A., y Bosch Fiol, E. (2013). Del amor romántico a la violencia de género. *Profesorado*, 17(1), 105–122.
- Ferrer, V., Bosch, E., Navarro, C., y Ramis, M. (2008). El concepto de amor en España. *Psicothema*, 20(4), 589–595.
- Finkel, E. J., Hui, C. M., Carswell, K. L., & Larson, G. M. (2014). The suffocation of marriage. *Psychological Inquiry*, 25(1), 1–41. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2014.863723>
- Fisher, H. (1992). *Anatomy of love*. W. W. Norton & Company.
- Fisher, H. (2004). *Why we love*. Henry Holt.

- Fisher, H. (2006). The drive to love. En R. J. Sternberg & K. Weis (Eds.), *The new psychology of love*. Yale University Press.
- Freud, S. (1996). *Psicología de las masas y análisis del yo*. Amorrortu. (Obra original publicada en 1921)
- Fromm, E. (1956). *The art of loving*. Harper & Row.
- Fromm, E. (1985). *El miedo a la libertad*. Paidós.
- Gama, J. (2020, 18 de noviembre). *Romance sin toxicidad: Los mitos del amor romántico* [Entrada de blog]. <https://gotitasdepoliamor.com/romance-sin-toxicidad-los-mitos-del-amor-romantico/>
- García Casares, L. A., y Quesada Cubo, M. Á. (2025). El amor en el tiempo. *Femeris*. <https://doi.org/10.20318/femeris.2025.9169>
- Giddens, A. (1992). *The transformation of intimacy*. Stanford University Press.
- Giddens, A. (2000). *La transformación de la intimidad*. Cátedra.
- Giddens, A. (2001). *Sociology*. Polity Press.
- Gómez-Zapiain, J., Ortiz, M. J., & Gómez-Lope, J. (2011). Experiencia sexual, estilos de apego y tipos de cuidados en las relaciones de pareja. *Anales de psicología*, 27(2), 447-456.
- Gottman, J. M., & Silver, N. (1999). *The seven principles for making marriage work*. Crown.
- Gupta, G. R. (1976). Love, arranged marriage, and the Indian social structure. *Journal of Comparative Family Studies*, 7, 75–85.
- Han, B.-C. (2014). *La agonía del Eros*. Herder.
- Hatfield, E., & Rapson, R. L. (2005). *Love and sex*. University Press of America.
- Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic love as attachment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 511–524.
- Hendrick, C., & Hendrick, S. (1992). *Romantic love*. Sage.
- Hernández, G. (2024, 17 de julio). *Entrevista sobre masculinidades* [Entrevista en programa de televisión]. En *El Intermedio*. laSexta.
- Herrera, C. (2015). *La construcción sociocultural del amor romántico*. Fundamentos.
- Hochschild, A. R. (1979). Emotion work, feeling rules, and social structure *American Journal of Sociology*, 85(3), 551–575.

- Hofstede, G. (1984). *Culture's consequences*. Sage.
- Hofstede, G. (2010). *Cultures and organizations*. McGraw-Hill.
- Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas*. Katz.
- Illouz, E. (2009). *El consumo de la utopía romántica*. Katz.
- Illouz, E. (2012). *Por qué duele el amor*. Katz.
- Illouz, E. (2020). *El fin del amor*. Katz.
- INE. (2025, 18 de julio). *Estadística de nulidades, separaciones y divorcios*. <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/ENSD2024.htm>
- Jankowiak, W. R. (Ed.). (1995). *Romantic passion*. Columbia University Press.
- Jankowiak, W., & Fisher, H. (1992). A cross-cultural perspective on romantic love. *Ethnology*, 31(2), 149–155.
- Jonásdóttir, A. G. (1993). *El poder del amor*. Cátedra.
- Jung, C. G. (2006). *Sobre el amor*. Editorial Trotta.
- Kay, C., & Courtice, E. L. (2022). An empirical, accessible definition of “ghosting” as a relationship dissolution method. *Personal Relationships*, 29(2), 386–411.
- Kline, S. L., Horton, B., & Zhang, S. (2008). Communicating love. *International Journal of Intercultural Relations*, 32(5), 413–428.
- Kowal, M., Sorokowski, P., Dinić, B. M., Pisanski, K., Jakubowska, A., Moore, F. R., Aavik, T., Akello, G., Alhabahba, M. M., Albert, G., Albiero, P., Allik, J., Allritz, M., Andersen, J. A., Andrianto, S., Ankó, E., Arenas-Ramos, P., Ariyanto, A., Arslan, R. C., ... & Sorokowska, A. (2025). Cross-cultural data on romantic love. *Scientific Data*, 12, 1103.
- Lagarde, M. (2001). *Claves feministas*. Horas y Horas.
- Lagarde, M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres*. UNAM.
- Lee, J. A. (1973). *Colours of love*. New Press.
- Lee, J. A. (1977). A typology of styles of loving. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 3(2), 173–182.
- Lieberman, D., & Hatfield, E. (2006). Passionate love across cultures. *Personal Relationships*, 13(1), 79–92.
- Linne, J. W. (2025). *La reinención del amor*. Siglo XXI.

- Los Ronaldos. (1987). *No puedo vivir sin ti* [Canción]. EMI.
- Lyotard, J.-F. (2008). *La condición posmoderna*. Cátedra.
- Machin, A. J. (2022). *Why we love*. Bloomsbury.
- Marroquí, M., y Cervera, P. (2014). Interiorización de los falsos mitos del amor romántico. *Revista de Estudios de Juventud*, 106, 31–45.
- Martí, O. (1996). Pensar la dependencia y no la droga: reflexiones a caballo de los mitos de Sisifo y el del niño que quería vaciar el mar con una concha. En X. Arana y R. del Olmo. (Comps), *Normas y culturas en la construcción de la “cuestión droga”*. HACER.
- Maslow, A. H. (1962). *Toward a psychology of being*. Van Nostrand.
- Miller, J. B. (1992). *Hacia una nueva psicología de la mujer*. Paidós.
- Núñez, M. T. S., Fernández-Berrocal, P., Rodríguez, J. M., & Postigo, J. M. L. (2008). ¿Es la inteligencia emocional una cuestión de género? Socialización de las competencias emocionales en hombres y mujeres y sus implicaciones. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 6(2), 455–474.
- Pancani, L., Mazzoni, D., Aureli, N., & Riva, P. (2021). Ghosting and orbiting: An analysis of victims' experiences. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(7), 1987–2007.
- Real Academia Española. (s.f.). *Amor*. En *Diccionario de la lengua española* (Edición del tricentenario). Recuperado el 4 de junio de 2026, de <https://dle.rae.es/amor>
- Reik, T. (1944). *A psychologist looks at love*. Farrar & Rinehart.
- Reiner, R. (Director). (1989). *When Harry Met Sally...* [Película]. Castle Rock.
- Román Fernández, S. (2024). ¿Qué entendemos por amor? *Revista Trazas de Ciencias Sociales*, 2(1), 64–81. <https://doi.org/10.48225/trzpsv3vg>
- Rosenblatt, P. C. (1967). Marital residence and the functions of romantic love. *Ethnology*, 6, 471.
- Schwartz, B. (2005). *The paradox of choice*. Ecco.
- Smith, G. T., Spillane, N. S., & Annus, A. M. (2006). Implications of an emerging integration of universal and culturally specific psychologies. *Perspectives on Psychological Science*, 1(3), 211–233.
- Solomon, R. C. (1977). *The passions*. Anchor Press.

- Somos Estupendas. (2022, 9 de octubre). *Ghosting: Qué es y qué perfil de persona lo hace* (Ep. 96) [Episodio de podcast de audio]. <https://somosestupendas.com/podcast/ghosting/>
- Song, C. (Directora). (2025). *Materialists* [Película]. A24.
- Sorokowski, P., Kowal, M., Sternberg, R. J., Aavik, T., Akello, G., Alhabahba, M. M., ... & Sorokowska, A. (2023). Modernization, collectivism, and gender equality predict love experiences in 45 countries. *Scientific Reports*, *13*(1), 773.
- Sprecher, S., Aron, A., Hatfield, E., Cortese, A., Potapova, E., & Levitskaya, A. (1994). Love: American style, Russian style, and Japanese style. *Personal Relationships*, *1*(4), 349–369.
- Sternberg, R. J. (1986). Triangular theory of love. *Psychological Review*, *93*(2), 119–135.
- Sternberg, R. J. (1997). Validación de la escala triangular. *European Journal of Social Psychology*, *27*, 313–335.
- Triandis, H. C. (2001). Individualism-collectivism. *Journal of Personality*, *69*(6), 907–924.
- UNESCO. (2018). *Orientaciones técnicas internacionales sobre educación en sexualidad*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265335>
- Valls, J. A. (2023, 13 de junio). Yo quisiera enamorarme, pero no puedo. El Salto Diario. <https://www.elsaltodiario.com/analisis/yo-quisiera-enamorarme-pero-no-puedo-amor-liquido-capitalismo>
- Walker, A. J., & Barton, L. (1983). Gender roles. *Sociological Perspectives*, *26*(3), 273–292.
- Yela, C. (2002). *El amor desde la psicología social*. Pirámide.
- Yela, C. (2003). La otra cara del amor. *Encuentros en Psicología Social*, *1*(2), 263–267.
- Zadeh, M. A., & Bozorgi, Z. D. (2016). Personality traits and love styles. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, *3*(1), 123–131.