



# Amor en el hipermercado

El libro de Fernández Porta se perfila como el más provocador de la era del 'mercado afectivo'

✂ JUAN FRANCISCO FERRÉ

Imagínense a Paris Hilton, la sacerdotisa del supermercado emocional, impartiendo desde un trono de Ikea lecciones sobre amistad, amor, relaciones personales y demás zarandajas de la vida sentimental ante un público televisivo que goza de una segunda vida, aún más excitante, en las redes sociales y otros mediadores de mala nota. Basta visualizarla predicando, a su manera negligente y seductora, sobre las virtudes de la nostalgia natural y el retiro espiritual, la pureza de las intenciones, la sinceridad emotiva y la ética de la actitud desinteresada, para hacerse una idea, a partir de la estrella mediática de uno de sus capítulos ('Queen Lear'), de este tratado imprescindible sobre «la cultura afectiva

más sofisticada y compleja que ha existido nunca».

En este sentido, que este magnífico libro haya resultado ganador del prestigioso premio Anagrama confirma que el pensamiento de Fernández Porta continúa en expansión y se perfila como el más pertinente y provocador para «la era del mercado afectivo».

Las grafías del ingenioso título ya advierten sobre el mundo que el ensayo cartografía movilizándolo una prodigiosa pluralidad de recursos expresivos que incluyen, para dinamitar y dinamizar el discurso, la pirotecnia verbal, la ficción y la poesía, la parodia dialectal, la erudición y la licencia bibliográfica, el humor delirante y la fabulación teórica. El EROS del libro se reescribe, pues, con la 'E' del euro, la 'R' de la marca registrada, la 'O' o el 'Cero' con que se significa, según el autor, el reducido de la intimidad, la casilla vacía que aglutina y da sentido a los demás elementos de la ecuación, y, finalmente, la 'S' barrada del dólar. Y no por capricho estético sino por convicción intelectual. Los dos



**EROS. LA SUPERPRODUCCIÓN DE LOS AFECTOS**

Autor: Eloy Fernández Porta.  
Editorial: Anagrama. Páginas: 381.

símbolos monetarios acotan el territorio de las sociedades occidentales como campo de exploración privilegiado y establecen el cambio fluctuante de las divisas como una de las metáforas elementales del amor. Ese sentimiento en que cada una de las partes paga al otro con una moneda de valor diferente y experimenta, por tanto, el primer malentendido fundamental del amor entendido como transacción económica. El segundo malentendido, más tecnológico, es decisivo a la hora de caracterizar nuestra época, según Fernández Porta, como «el impe-

rio de la mediación afectiva».

Por otra parte, las iluminaciones sobre los modos culturales y las formas de vida del presente se intensifican en algunos capítulos antológicos. En 'Hoy me siento Fox' se plasma una descripción lúcida y divertida de cómo una gran corporación televisiva (la Fox) construye con sus múltiples producciones la ideología sentimental de los espectadores en clave de aceptación del cinismo más despectivo como máscara mundana de una actitud idealista (la serie 'House'). En el capítulo 'La balada de la industria musical' se invierte la percepción habitual de la música rock mostrando cómo el despecho amoroso masculino expresado en las letras es transformado por la melodía en expresión de la posición de mayor o menor independencia del grupo en el escalafón de la industria.

La sección cenital, no obstante, es 'El Informe Markopolos sobre tu eficiencia amorosa', por todas sus implicaciones intelectuales y también por inaugurar una hilarante técnica de escrutinio ficcional

consistente en proyectar en un futuro no demasiado lejano un estado de cosas cultural donde se habrían naturalizado todos los motivos que el ensayo aborda, radicalizados hasta extremos insospechados, permitiendo así una arqueología y una genealogía del presente más acordes con las categorías emergentes a comienzos del siglo 21.

Por esta razón, el programa crítico del libro se abre y se cierra con una propuesta simétrica de redefinición contemporánea del 'Ais Amandi' a partir de factores como la mediación mercantil de los usos y discursos amorosos y la liberalización libertina de los afectos. En la obertura se formula la primera interrogante seria sobre lo que significaría el amor en los tiempos del consumo evocando la poderosa tutela de la Mastercard, la tarjeta de crédito del amo financiero. En la clausura, en cambio, se convoca a los neopaganos Michel Onfray y Camille Paglia para trazar una línea de fuga de la sentimentalidad dominante que, sin renunciar a las condiciones del sistema capitalista, sepa explotarlas en beneficio de una vida más intensa. Un canto de amor dionisiaco surgido de entre las cuatro paredes del hipermercado global.