

GUAPIS

Inicio

Series

Películas

Mi lista

Una niña en el ecosistema de medios

Tensiones en el mundo globalizado



Agustín Barcos

Agradecimientos

Antes que a nadie tengo que agradecer a mi familia, porque son las personas que siempre han confiado en mí a pesar de todo. Fueron quienes me dieron la posibilidad de estudiar y me apoyaron en cada uno de mis proyectos, estuvieron ahí para cada alegría como así también para cada tristeza. No hubiera podido llegar lejos sin mi familia. Luego tengo que agradecer al país y a la gran Universidad Pública Argentina por darnos la posibilidad a nosotros, el estudiantado, de poder formarnos como futuros profesionales. Especialmente quiero agradecer a la Escuela de Comunicación Social, en la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales (Universidad Nacional de Rosario), por todo lo aprendido durante mi paso por este establecimiento. Agradezco a las y los docentes, a mis queridos compañeros y compañeras, a quienes he admirado y de quienes he aprendido mucho; a las y los no-docentes y a todas las personas que conforman a la FCPOLIT. Finalmente, y no menos importante, quiero agradecer a mis amigos y amigas porque, como mi familia, también han estado en cada alegría y tristeza, sólo espero haber hecho lo mismo con todos ustedes.

Agustín Barcos.
Agustin.barcos45@gmail.com
Legajo: B-2402/3

Escuela de Comunicación Social, Facultad de Ciencia Política y Relaciones internacionales,(UNR).
Rosario, 2022.

Índice.

1) Introducción.	
• Tema.....	4
• Fundamentación.....	5
• Objetivos.....	6
• Marco teórico.....	7
• Marco metodológico.....	10
2) Sobre la polémica: la elección de la película.....	11
• Debate sobre la sexualización de adolescentes.....	13
3) Sujetos sujetados.....	16
4) Estado y mercado: la niñez es un cliente	19
5) Individualizados y consumistas: radiografía del posmodernismo.....	22
• Pensamiento Decolonial y Globalización.....	25
• Revolución tecnológica, virtualidad y la sociedad en red.....	26
6) Constructos tecnoculturales y estructuras socioeconómicas: experiencia tiktokera	28
• Usuarios.....	30
• Contenido.....	31
7) La escuela: una institución de la modernidad en la época de la ubicuidad del internet.....	34
8) Educomunicación, alfabetización mediática y alfabetismo transmedia:	37
9) Conclusiones y algunos apuntes sobre ciudadanía y educación liberadora.	39
10) Bibliografía y referencias.....	42
11) Anexos.....	45

Tema

El motivo que motoriza este trabajo es el de indagar sobre las juventudes y la alfabetización mediática, qué roles pueden ocupar las instituciones educativas frente a este contexto de una casi omnipresente existencia de los productos y los medios masivos del mercado en la vida cotidiana de niños, niñas y adolescentes. Cómo actuarían esas juventudes si la enseñanza en la escuela contara con una alfabetización que influyera en la capacidad de estos chicos y chicas a elevar la mirada más allá de lo inmediato y aprender más sobre sí mismos, sobre sus cuerpos, sobre sus contextos, sus deseos reales y los inventados por el mercado. Hacerlo sin que con ello se renuncie al disfrute de lo estético y emotivo (Baeza, 2001).

Para llevar adelante estas reflexiones, escogimos una película que en su momento fue tema de controversia, pero entendemos que por esto mismo y por una serie de cosas más, nos puede servir como un interesante dispositivo artístico para reflexionar sobre el tema que nos motiva. Dicha película, es la francesa “Guapis” (“Mignonnes” en su idioma original) del streaming Netflix. La protagonista, Amy, es una preadolescente francesa de padres senegaleses que vive en las barriadas populares de París. De familia musulmana, ella intentará interactuar con sus compañeritas de la escuela y del barrio. Para ello, consume los mismos productos de la industria cultura que ellas, a través de diferentes plataformas virtuales, e intenta vestirse de la misma forma, aunque ello signifique chocarse con las costumbres de su familia (de ancestros senegaleses) y de su religión (el islam). Veo en Amy algo similar a lo que veo en las infancias y juventudes latinoamericanas, en este contexto de un ecosistema de medios casi omnipresente que nos acompaña hasta en la más solitaria intimidad.

Fundamentación

La protagonista de esta película vive en un país europeo, occidental, pero su familia proviene de una nación que antaño fue colonizada por una metrópolis que le impuso un modelo económico y cultural de dependencia, y por elementos como estos encuentro algunas similitudes con respecto a nuestras vivencias latinoamericanas. Donde en las periferias o los suburbios, como describe Barbero, “encontramos un lugar estratégico para el reciclaje cultural, hibridaciones sonoras, etc (Barbero, 2002: 98). Y este relato cinematográfico puede servirnos como disparador de varios interrogantes con respecto a la posmodernidad, la alfabetización mediática y el rol de la escuela para facilitarla. También, la cultura de la conectividad, el ecosistema de plataformas, la industria cultural y los productos que propone para la niñez y la juventud.

Nuestra protagonista, la joven Amy de 11 años, vive en un contexto donde las pantallas de los smartphones o tablets están en pleno auge, las cuales cumplen un rol pedagógico como antes lo hacía la televisión. Esto se ve de forma más general, con el lugar que fue ocupando el mercado como agente socializador, lugar que el Estado fue cediendo en algunos ámbitos. Vemos ahí la música del reguetón masivo, su estética y la visión del mundo que propone; la necesidad de adquirir sus productos materiales o simbólicos de parte de ella y la contradicción con varias de las consignas de su cultura y religión.

Esto se da en un momento del mundo en el que el capital, siguiendo a Bauman (2004), “viaja liviano” por todas partes, con los celulares o laptops. Donde el poder se ha vuelto extraterritorial y se pasó de lo que Foucault ejemplificó con el panóptico, a una etapa actual pospanóptica. Ya no hay un gran hermano que nos observe, sino más bien hay muchos gran hermanos a quienes observar para que encontremos en ellos ejemplos a imitar o consejos sobre cómo enfrentar nuestros problemas (Bauman, 2004). Desde estos lugares siempre encontraremos un modelo de conducta del cual nutrirnos. En esta serie de puntos es en el que se fundamenta la elección de este dispositivo artístico.

Objetivos generales:

Establecer un vínculo entre las formas de consumo de los contenidos de la industria cultural posmoderna y su relación con la pieza audiovisual seleccionada.

Objetivos Específicos:

- Conocer las tensiones entre las prácticas culturales/religiosas y el consumo de los productos de la industria cultural.
- Establecer el lugar de las instituciones educativas en relación con los discursos mediáticos: la alfabetización mediática.
- Problematizar la sexualización de las niñas y niños en las producciones audiovisuales

Marco Teórico.

Abordaremos el trabajo conscientes de la complejidad del tema que nos convoca y desde un principio nos distanciaremos de las teorías de la comunicación que la entienden desde una perspectiva matemática o que se acercan a la biología o la botánica, como el funcionalismo. Por comunicación, la entendemos como una “capacidad polivalente, ambigua y natural de la especie, devenida commodity y fuerza productiva, de circulación transversal a nivel global, que actúa como argamasa, y cuya función principal es, por lo tanto, la de enlace de los vínculos sociales” (Valdettaro, p.17, 2015). Nuestra mirada crítica de los medios masivos podría encontrar cierta inspiración en la escuela crítica alemana, donde suele ser un tópico de estudio “la sociedad de masas y la industria cultural, la expansión del carácter fetichista de la mercancía a todos los niveles de la vida social y cultural, los efectos de alienación de la conciencia, las relaciones entre arte, cultura y tecnología, etc” (Valdettaro, p.179, 2015).

Incorporamos también una perspectiva pedagógica latinoamericana y poscolonial que nos ayudará a encontrar puntos de encuentro entre las vivencias de Amy, la protagonista de la película, y las juventudes de América Latina. La idea de colonialidad del poder, entendida “como la pugna por dirigir los destinos de estas naciones (colonizadas) y a su vez la búsqueda del silenciamiento de cuerpos, historias, identidades, conocimientos y subjetividades capaces de poner en “riesgo” la puesta en práctica de aquella matriz en cuestión” (Tranier, p,167, 2016), es el puente que nos ayudará a encontrar similitudes con la protagonista de la historia y las vivencias de las juventudes latinoamericanas ya que, al igual que ella, a la nación de sus antepasados también se les impuso un modelo cultural y económico de dependencia. Creemos que varias premisas posmodernas y neoliberales son tributarias de esa colonialidad del poder, las cuales alientan “formas de producción de subjetividad y relación social fragilizadas y fragilizantes, siempre funcionales a los dominios de la subalternidad” (Tranier, p,168, 2016),

Lo anteriormente mencionado también nos sirve de presentación a las perspectivas que sumaremos a nuestro reservorio teórico, relacionados de modo más general y contextual. Por ello, retomaremos las ideas de teóricos del posmodernismo como Zygmunt Bauman, Byung Chul Han y Jameson, para darnos un entendimiento más global del contexto histórico en el que vivimos, signado por la fragmentación, individualización y el descompromiso. En sintonía con esto, Manuel Castells (1996) será retomado para hacernos una idea del capitalismo actual, con la mundialización de la red, el informacionalismo, y las implicancias de la tecnología con en la sociedad (y viceversa).

Con la masificación de las nuevas tecnologías, que se materializan en el auge de los smartphones o tablets, hoy en día las plataformas y aplicaciones forman parte de nuestra vida cotidiana, donde las infancias y las juventudes suelen adentrarse y sin concesiones. Por eso también incorporamos la visión de la cultura de la conectividad, de la investigadora holandesa José Van Dijck, para explorar este mundo de las redes sociales y qué representan para el usuario. Van Dijck analiza a las plataformas como “constructo tecnocultural” y como “estructura socioeconómica” porque, por supuesto, las mismas son empresas capitalistas con sus propios intereses. La autora, un poco en consonancia con

Castells, entiende que la red se vuelve un modo de estructurar una forma inédita de estar con otros, y produce una “socialidad conectada”. Hay como una relación dialéctica entre tecnología y sociedad.

Por otro lado, aunque intentando que esta investigación se lleve lo más holísticamente posible, la cuestión del sujeto será un tema abordado a partir de una serie de autores que se centran en este ámbito. ¿En qué situación están las y los jóvenes de hoy? ¿qué pasa con instituciones como la escuela, pensada desde la modernidad para un tipo de sujeto que se ha visto transformado por los sucesivos cambios ocurridos de la crisis del Estado de Bienestar? “Los niños de hoy no son como los de antes”, dicen Minzi y Dotro (2005), pues ha habido transformaciones económicas, políticas y culturales que dieron nueva forma al contexto social. Según Duschatzky y Corea, el mercado, para consumidores y no consumidores, actualmente instituye “un nuevo ideal del yo, un imaginario que produce, en un nuevo lugar, el horizonte de aspiraciones, el espejo donde mirarse” (Duschatzky & Corea, p.21,2009). Sabemos que el mercado de no es muy equitativo para la distribución, precisamente. Las autoras describen que en el nuevo orden mundial se necesitan a los integrados y a los expulsados, donde estos últimos no serían una disfunción de la globalización (una falla), sino más bien un modo constitutivo de lo social (Duschatzky & Corea, 2009). Con el lugar que fue perdiendo el Estado por el avance del mercado, ha habido una erosión de las figuras de los padres, docentes, etc., para imponer la autoridad: “Los docentes nos debatimos hoy entre el sostenimiento de los viejos límites, que en muchos casos ya no limitan, y la necesidad de construir colectivamente aquellos que nos permitan vivir juntos” (Kiel, p.2, 2005).

En otro orden, incorporaremos las ideas y conceptos de autores relacionados con los nuevos alfabetismos, la educomunicación, la alfabetización mediática y transmedia. Según Aparici, la Educomunicación se encarga de estudiar “los medios de comunicación y las tecnologías digitales de la información con el fin de conocer las construcciones de la realidad que realizan y, al mismo tiempo, ofrecer los instrumentos para expresarse a través de ellos” (p. 5, 2005). Aparici argumenta que el desarrollo de la comunicación educativa está directamente relacionado con su incorporación en los diseños curriculares que diferentes países han ido adoptando, dando cuenta de que es una realidad ostensible (2005). Ante esta situación de nuevos desafíos, donde el sistema cultural-mediático compite más que colabora con los dispositivos escolares (Igarza, 2016), Inés Dussel expresa que las nuevas alfabetizaciones proponen ampliar la metáfora de la lectura y la escritura a un “paisaje textual” que ha sido profundamente transformado en los últimos tiempos (2009). Estas nuevas prácticas de alfabetización se refieren a la capacidad de leer y escribir distintos tipos de textos, artefactos, signos e imágenes con los que nos vinculamos (Dussel, 2009).

Como forma de ampliar los postulados del alfabetismo mediático, Scolari explica que el Alfabetismo Transmedia “se focaliza en lo que los jóvenes están haciendo con los medios y los considera prosumidores (productores + consumidores), personas potencialmente capaces de generar y compartir contenidos de diferentes tipos y niveles de complejidad” (p. 4, 2018). Otro concepto de Scolari que tendremos presente es el de *Competencias transmedia*, entendida como “una serie de habilidades relacionadas con la producción, el intercambio y el consumo de medios interactivos digitales” (p. 8,

2018).

Finalmente, incorporaremos la visión de autores que tocan la cuestión de la ciudadanía y la educación liberadora. En este sentido, con un concepto de ciudadanía que se ha visto redefinido en las últimas décadas, en términos de múltiples campos de su ejercicio, Mata señala que “la comunicación se reconoce como fundante de la ciudadanía en tanto interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y propuestas” (p. 67, 2002). La condición de posibilidad de ciudadanía que Mata le reconoce a la comunicación puede ser una condición de posibilidad política (2002). Siguiendo en la misma sintonía, Silverstone explica que una cultura mediática depende de la existencia de un cuerpo de ciudadanos críticos y conocedores de la mediatización masiva y la representación mediática y sus características (2010). La moral de los medios masivos detallada por Silverstone es una de las cosas que también pondremos en juego en la investigación. Como última pieza de nuestro rompecabezas teórico, incorporaremos las reflexiones de Paulo Freire (2005) sobre una educación liberadora. Como una respuesta a la colonialidad del poder, descrita más arriba, esta educación reconoce al Otro, la cual puede ayudar a que alumnos produzca interrogantes que los haga identificar y problematizar su lugar, su rol, en esta sociedad y poner en cuestión las determinaciones sociales. A levantar la mirada por encima de los intereses del mercado, sin que con ello se prohíba la posibilidad de disfrute de lo estético y lo emotivo.

Marco Metodológico.

Nuestro trabajo se enmarca en un tipo de investigación exploratoria. Según Padua (1979), los estudios exploratorios son comunes en áreas o disciplinas donde las problemáticas no están suficientemente desarrolladas, de manera que el investigador tiene como propósito “ganar familiaridad” con la situación antes de formular su problema de manera específica y ser puesta a prueba a futuro en algún diseño explicativo. Pondremos a nuestro reservorio teórico en diálogo con la pieza audiovisual seleccionada, para buscar identificar el lugar de la alfabetización mediática como una forma de abordar la problemática de la estampida de los productos de la industria cultural posmoderna.

La pieza audiovisual seleccionada, la película francesa “Guapis”, retrata a la perfección dónde se sitúan los jóvenes ante el mercado y sus manifestaciones en productos simbólicos y materiales, al margen de las polémicas que rodearon en torno a la película, tema que posteriormente será abordado. Creo que uno de los valores más positivos de esta pieza audiovisual es que puede funcionar como un dispositivo artístico que genere interrogantes en la temática de la alfabetización mediática. No deben abundar muchas películas que traten este tema en la forma en que lo hizo esta película.

Al ser una investigación exploratoria, además haremos una inmersión en las formas en que se relacionan las y los jóvenes con algunas de las aplicaciones más populares, por eso, para conocer cuál es su perspectiva, elegimos a dos usuarios de la plataforma Tik Tok que tiene un cierto status de *influencer*, es decir, persona con un cierto status social en el mundo de las redes sociales. Particularmente nos interesa analizar sus definiciones a partir de las perspectivas de las plataformas como “constructo tecnocultural” y como “estructura socioeconómica”, siguiendo a Van Dijck. Esto nos ayudará a encontrar similitudes entre la protagonista de la pieza audiovisual seleccionada y las juventudes locales. Lo obtenido de las entrevistas irá al análisis que dialogará con la pieza audiovisual y el marco teórico, para arribar finalmente a unas conclusiones preliminares.

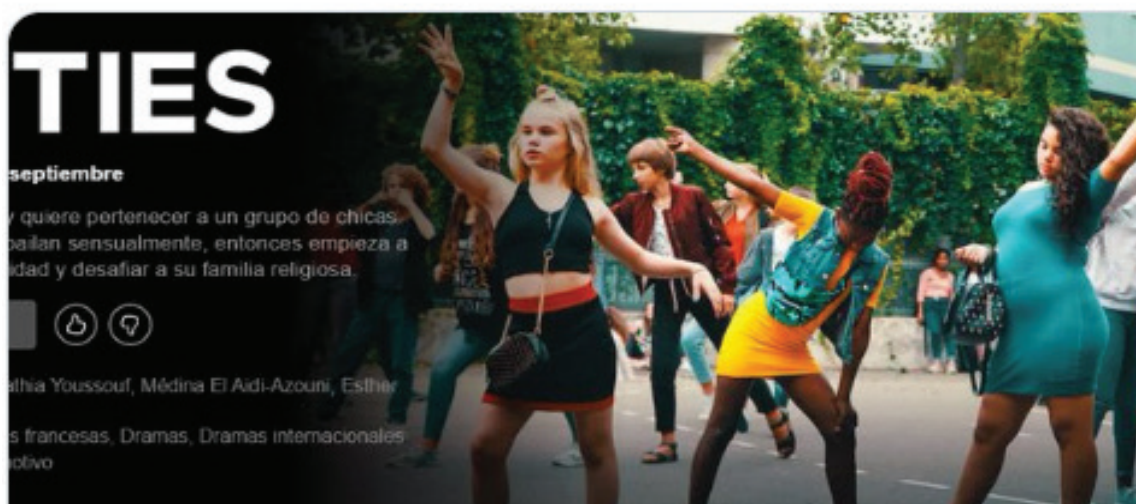
Sobre la polémica: la elección de la película.

“Guapis” (o “*Mignonnes*” en su idioma original), es un largometraje francés dirigido por la directora Maïmouna Doucouré, estrenado en 2020 en la plataforma de streaming Netflix. Antes de su estreno, la película generó una enorme polémica por la difusión de imágenes promocionales de la misma donde, sin una correcta contextualización, se veía a un grupo de niñas haciendo poses y gestos con claras connotaciones sexuales. Al respecto, hay variadas opiniones sobre si fue una campaña de marketing fallida o fue adrede, pero sin lugar a dudas la película no pasó desapercibida entre los temas más citados en las redes sociales y los medios de comunicación de entonces.

Para un público moralista, la película fue fuertemente repudiada, incluso mucho antes de su estreno. Eso se pudo ver en diferentes campañas en redes sociales de repudio al film, antes de que se estrenara y posteriormente también. Byung Chul Han denominó *shitstorm* a este tipo de tormenta de indignación en las redes sociales, la cual es posible en una cultura de falta de respeto e indiscreción, siendo un fenómeno genuino de la comunicación digital (2019). La distingue de, por ejemplo, la carta de lectores, donde el escritor no era anónimo y elaboraba un argumento un poco más mentando, pausado, a diferencia de la reacción instantánea que propician las redes sociales.

#NetflixPedofilia:

Por las críticas hacia la película #Cuties que Netflix estrenará el 9 de septiembre



En la imagen que antecede vemos al usuario de Twitter @porquetendencia, que suele explicar porqué un hashtag se encuentra entre los temas más mencionados en dicha red social, explicando que el hashtag #NetflixPedofilia ocupaba lugar entre los temas más mencionados por las duras críticas hacia la película antes de su estreno. En las imágenes que siguen, tenemos sólo algunos ejemplos, de la cuantiosa cantidad de publicaciones emitidas, para graficar el repudio y el tenor del mismo a partir de las primeras imágenes publicitarias. No solo en Twitter pueden encontrarse publicaciones como éstas; en otras plataformas como Youtube y Facebook también hubieron en una gran cantidad



El escritor @CAPITANN4 · 21 ago. 2020

En respuesta a [@eluniversocom](#)

Basura de contenido que busca normalizar la pedofilia.
Esto es lo que trae la basura de ideología de género y demas trastornos mentales...
Por allí donde estés hay que combatir esto.



David Pacheco @dapm10 · 21 ago. 2020

En respuesta a [@eluniversocom](#)

Si leen completa la nota de [@eluniversocom](#) verán el relativismo con que este medio trata la indignación de la gente y con ello pretende blanquear pedofilia que promueven muchos medios y sus dueños o socios.



 **@TomEIElfo** · 20 ago. 2020

En respuesta a [@porquetendencia](#)

Progresismo en su máximo esplendor.



gonza @gonzabarrios74_ · 20 ago. 2020

En respuesta a [@porquetendencia](#)

este era el proyecto del Demente después de que dejara YouTube?



Damian @dami_orisi · 21 ago. 2020

En respuesta a [@porquetendencia](#)

11 años y bailan sensualmente. Que enfermo hizo esta película???

La película, además, toca varios temas que podrían considerarse “polémicos”, como la religión, las diferencias culturales entre oriente y occidente, la situación del sistema educativo ante estos momentos de cambios, la sexualización a temprana edad, etc....Para algunos, vivimos en un mundo con las sensibilidades en punta, agazapadas para poner la voz al viento y dar a conocer su indignación. Una sociedad de la indignación que genera olas incontrolables, incalculables, inestables, efímeras y amorfas; las cuales crecen súbitamente y, con la misma rapidez, se dispersan fácilmente (Byung Chul Han, 2019). Estas olas de indignación “no permiten ninguna comunicación discreta y objetiva, ningún dialogo, ningún discurso” (Byung Chul Han, p.22, 2019). La “cancelación” (termino de moda que se usa para hablar sobre temas o personas fuertemente repudiadas en las redes sociales, a veces muy apresuradamente) a la película, en algunos casos sin siquiera verla, fue tal que incluso en el conser-

vador estado de Texas (E.E.U.U) fue acusada por distribuir “material inapropiado”¹. Las objeciones no han sido exclusivamente del conservadurismo, ya que algunos sectores progresistas o de izquierda también han hecho planteos similares. También, el hecho de que se toque temas como los relacionados con la cultura senegalesa y la religión musulmana ha sido blanco de críticas de personas que se han sentido ofendidas por cómo se las representaban. Por todo esto, podríamos considerarla como La Película de la Discordia.

El propio streaming Netflix, sin embargo, no hizo lugar a las campañas de “cancelación” o la demanda judicial en el estado de Texas y ratificó a la película entre su catálogo y le pidió disculpas a la directora, Maïmouna Doucouré, por la fallida campaña publicitaria (siempre nos quedará la duda si fue fallida o exitosa porque la película se hizo más conocida). Incluso, actualmente, el streaming posee un video que aparece relacionado a la película llamado “*Why I made Cuties*” (o “Por qué hice Guapis” en castellano) donde Maïmouna Doucouré explica porqué decidió producir esta película, sus intenciones y las investigaciones que llevó adelante. En dicho video de menos de siete minutos de duración, la directora explicita su intención de mostrar los dos modelos de mujer entre los que la pequeña Amy se debate ser: el de la mujer musulmana con prácticas un tanto conservadoras, y el del mercado que le da una cierta “libertad”. Con respecto a esos modelos ahondaremos en profundidad posteriormente, simplemente agregamos el testimonio de Maïmouna Doucouré en el video para graficar la necesidad de una explicación directa de la realizadora antes las furibundas manifestaciones de repudio. Otro dato a agregar es que antes que llegara al streaming Netflix, la película había recibido la distinción a mejor dirección en el Festival de Sundance en Estados Unidos y tenía mayormente una buena recepción en la crítica.

Debate sobre la sexualización de adolescentes.

Guapis, con la controversia iniciada a partir de la campaña publicitaria para el streaming Netflix, podría comparársela con otras obras cinematográficas en las cuales se pueden rastrear una cierta sexualización de niños y niñas. Al respecto, es dable aclarar la complejidad del tema, ya que hay variadas lecturas sobre las diferentes obras que a lo largo de la historia del cine han sido señaladas con alguna cierta explotación sobre la sexualización de las infancias. Y, además, lo que puede ser considerado como sexualización en una época puede no serlo en otra, sumado a las visiones subjetivas que cada uno posee en el presente. Para lo que para alguien no es tan escandaloso, para otros es lisa y llanamente pornografía infantil: este razonamiento de extremos dista de lo que en realidad se ve y es el que más abunda en las redes sociales, en las *shitstorm* que explicamos más arriba.

Hay algunas obras consideradas cumbre del cine que han despertado objeciones y otras que no, por citar algunos casos nombraremos a *Taxi Driver* (de Martin Scorsese) y a *El Perfecto Asesino* (de Luc Besson). La película de Martin Scorsese, protagonizada por Robert De Niro, actualmente posee una nota muy elevada en algunas de las plataformas de críticas y reseñas de usuarios, teniendo una nota

1 Artículo Infobae. <https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2020/10/08/netflix-fue-acusado-por-un-jurado-en-texas-de-distribuir-material-inapropiado/>

por encima de los ocho puntos². Por su parte, la de Luc Besson, en promedio los usuarios de IMBD le han puesto un 8,5, mientras que los de Filmaffinity le pusieron un 7,6; es decir dos notas muy buenas que representan una cierta aceptación de las mayorías³.

En 1976, *Taxi Driver* ganó la Palma de Oro del Festival de Cannes, el premio más importante de este prestigioso festival, además de varias nominaciones en los premios Oscar norteamericanos. Jodie Foster, la actriz que en ese momento tenía 12 años y encarnaba a Iris, la niña prostituta, dijo en una entrevista, años más tarde, que ella sentía que su participación fue más perturbadora para la gente que vio la película que para ella como una actriz actuando⁴. En la película, su personaje es una niña que no tiene una familia presente y lleva adelante esa vida creyendo que su explotador, el personaje que interpreta Harvey Keitel, es su amigo. Sin embargo, en su interior, quiere dejar esa vida, por eso el personaje de Robert De Niro acude a su rescate. El personaje de Foster es destacable porque, a pesar de llevar esa precoz vida, no deja de ser una niña, con su inocencia y otras actitudes y gestos. Entendemos que la película aquí sitúa al personaje de esta niña en un lugar de vulnerabilidad, donde el antihéroe de Robert De Niro busca rescatarla porque a su parecer y al de muchos es lo correcto, aunque sus acciones para hacerlo puedan ser discutibles. Enmarcándola en un escenario de vulnerabilidad, entendemos que el film busca señalar esa situación que sucede en la realidad y repudiarla por medio de sus personajes. Ahora bien, ¿mostrando a una niña de 12 años con poca ropa, sexualizándola, llevándola a connotar intenciones sexuales, no es también una explotación y un refuerzo en la sexualización de las infancias? La respuesta sería dispar, porque para lo que algunos en aquel momento podría ser así, para otros no; y en el imaginario colectivo esa idea de “refuerzo” no está relacionado con *Taxi Driver*, obra considerada cumbre en la historia del cine. Para el espectador actual, posiblemente, ni siquiera sea escandaloso cómo se presenta el personaje de Jodie Foster. Pareciera que, al margen del uso explícito de desnudos de las infancias, repudiable y condenable, amparados por las legislaciones nacionales y los tratados internacionales⁵, este nivel de uso de la sexualización de las infancias en el cine es subjetivo y depende de contexto epocal.

En el caso de *El perfecto asesino* de Luc Besson (del año 1994), pareciera que está en otro registro. Años después, Natalie Portman reveló en la marcha de mujeres del año 2018 en Estados Unidos que, al poco tiempo del estreno de la película, recibió una carta de un fan narrando sus retorcidas fantasías de violación, después de verla interpretar a Mathilda, su personaje⁶. Allí comenzaría una serie de atropellos, como los cronistas de espectáculos hablando sobre su cuerpo o la cuenta regresiva que se hizo en una radio cuando Portman estaba por cumplir los 18 años, como festejando que llegaba a la edad legal para tener relaciones sexuales. Según Portman, eso generó que se sintiera más insegura en cómo manifestar sus deseos sexuales, reprimiéndose y evitando asociarse con esa imagen que veía que habían construido sobre ella. Como vemos, una experiencia diferente a la que dijo Jodie Foster, dejando

2 IMBD <https://www.imdb.com/title/tt0075314/> y Filmaffinity <https://www.filmaffinity.com/ar/film396074.html>

3 IMBD https://www.imdb.com/title/tt0110413/?ref=nm_sr_srg_0 y Filmaffinity <https://www.filmaffinity.com/ar/film629496.html>

4 Reunión del elenco de Taxi Driver a 40 años de su estreno https://www.youtube.com/watch?v=SoSsh67drok&ab_channel=TODAY

5 Pornografía Infantil, ¿qué dice la ley? https://www.argentinacibersegura.org/pornografia-infantil-que-dice-la-ley-argentina_227
La Argentina, entre los países con más tráfico de imágenes de abuso sexual en la infancia: cómo prevenirlo <https://www.lanacion.com.ar/arquitectura/denunciar-y-no-compartir-que-hacer-si-vemos-videos-o-fotos-de-chicos-victimas-de-abuso-sexual-nid26082021/>

6 El discurso de Natalie Portman en la Marcha de las Mujeres | Gente - El País https://www.youtube.com/watch?v=CzkkKp-zopU&ab_channel=ElPa%C3%ADs

de lado que también significó para Portman estar en el radar de las productoras hollywoodenses.

Para algunos, *El perfecto asesino* estaría situada entre las películas caracterizadas por la relación “platónica” entre un hombre adulto y una lolita, una mujer adolescente o muy joven. El término lolita está asociada a la adaptación cinematográfica que Stanley Kubrick hizo sobre la novela de Vladimir Nabókov (*Lolita*, 1962), en la que un hombre de unos cuarenta años tiene una relación con una niña de 12. Posteriormente, habría una nueva versión en 1997 (de Adrian Lyne), con Jeremy Irons y Dominique Swain. En ambas versiones, tanto la de 1962 como la de 1997, la polémica y el escándalo estuvo presente ya que la historia tocaba una situación pederasta. Sin embargo, con el paso del tiempo, ambas películas han logrado una cierta aceptación y hasta una alta consideración, como podemos ver en los puntajes en las páginas de reseñas de usuarios (1962⁷ y 1997⁸). Podríamos interpretar que estas historias buscan explorar el deseo, la fantasía prohibida, la inocencia, aunque un espíritu moral siempre está presente de una u otra forma. En muchas de estas películas, aunque en su búsqueda intentan no dar tantos juicios de valor a lo que muestran, hay una reserva moral que se hace presente de alguna manera, a veces más o menos explícita. Después de su premiere en Los Ángeles (Estados Unidos), *El Perfecto Asesino* sufrió modificaciones y censuras en algunas escenas por las críticas recibidas.

La obra cinematográfica que escogimos, la francesa *Guapis*, podría situarse más cercana a *Taxi Driver* por el uso de una cierta sexualización de las infancias/adolescencias para dar cuenta de una problemática. Pareciera que el razonamiento ante esta situación es que se gana más de lo que se pierde, a pesar de los reparos que se puedan hacer. Nuestra protagonista, la preadolescente Amy, no tiene ninguna relación platónica o real, carnal, con otra persona.

A lo largo de este apartado y el pequeño repaso por algunas de las películas más importantes, atravesadas por esta polémica, podemos ver que el contexto social (más o menos conservador), epocal (lo que en un momento pudo ser controvertido, años después puede no serlo) y subjetivo (la impresión particular de cada persona) se ponen en juego a la hora de valorar este tipo de películas que claramente no pasan desapercibidas.

7 Puntaje de Lolita (1962) en Filmaffinity <https://www.filmaffinity.com/ar/film560132.html>

8 Puntaje de Lolita (1997) en Filmaffinity <https://www.filmaffinity.com/ar/film923147.html>

Sujetos sujetados.



Como anticipamos, la historia de Amy es la de una niña de las barriadas populares de París; es francesa de padres senegaleses y su familia practica y predica el islamismo de una forma bastante ostensible. La imagen con la que empezamos este apartado es una escena en la que la protagonista está junto a las mujeres de su comunidad, realizando una ceremonia relacionada con su culto. Braunstein habla de sujetos sujetados (1982), explicando que hay un proceso de formación del sujeto pero, a su vez, también de sujetar, en el sentido de atar al sujeto a la sociedad. Un proceso que se da en los primeros años de vida, donde la familia cumple un rol central ya que, al igual que sus hijos e hijas, ellos también fueron sujetos sujetados a la serie de normas que rigen en la sociedad. Creemos que realizamos nuestros actos con espontaneidad, que libremente nos movemos en la sociedad, pero Braunstein nos recuerda que en realidad cumplimos un rol y hay una serie de prescripciones que cumplimos bajo ciertas coerciones. En los niños y niñas que llegan al mundo se ponen una serie de proyectos anticipatorios que encontrarán algunas lagunas en la adolescencia, cuando esos niños y niñas comiencen a formar su propia personalidad, conocer su cuerpo y deseos (Rodulfo, 1992).

En Amy vemos a su madre, pero fundamentalmente a su abuela, quien oficia un rol de guardián de las costumbres de su Senegal natal y de la liturgia islámica, donde el lugar de la mujer es la de subordinada en relación a su marido (al menos lo que muestra el personaje) y se practica la poligamia. Ese mandato es tan fuerte, que incluso deben preparar el banquete que servirán en la boda del padre de Amy con otra mujer que no es su mamá; es decir, la abuela de Amy les hace preparar a su nieta y a su hija la comida que se servirá en la boda de un hombre que ya no será su yerno, algo que para nuestra cultura occidental puede resultar cuando menos ruidoso.

Maïmouna Doucouré, en el video de justificación que hizo sobre la película a raíz de la controversia⁹, explicó que la historia de Amy era la de una niña que se debatía, mientras se conocía a sí misma, entre dos modelos de feminidad: el de su familia, fuertemente marcado por la religión y las tradiciones de sus antepasados, y el que sus amiguitas practicaban, signado por los medios masivos de comunica-

⁹ Why I Made Cuties https://www.youtube.com/watch?v=Q8dsjAoazdY&t=4s&ab_channel=NetflixFilmClub y en castellano disponible en Netflix.

ción. La directora explicaba que en parte se vio ella misma representada en la historia de su protagonista, por el hecho de verse entre dos culturas, la senegalesa de sus padres y la francesa occidental.



Braunstein, además, explica que la familia no es el único “aparato ideológico” de la sociedad; la educación, la religión (la cual postula un Sujeto Absoluto que vigila y juzga al sujeto, en todo momento y lugar, que es amo de su destino) e incluso los medios masivos de comunicación cumplen ese rol. Al respecto, el autor dice que los medios tienen “asignada tácitamente la función de ofrecer representaciones deformadas de la realidad histórica y social así como estereotipos de conciencia y de conducta” (Braunstein, 1982, p. 88). Esos estereotipos de conciencia y conducta pueden verse en algo señalado por la propia Maïmouna Doucouré, cuando explicó en *Why I Made Cuties* que en su investigación para la película vio que niñas de 11 años bailaban como lo que veían en sus videoclips favoritos y que, en un momento donde las redes sociales son tan importantes, según Doucouré, las niñas entrevistadas entendían que cuanto más se sexualiza a una mujer en las redes sociales, más “éxito” tiene. Como podemos ver, no son pocas las exigencias, sanciones y gratificaciones que entran en juego en la formación de un niño.

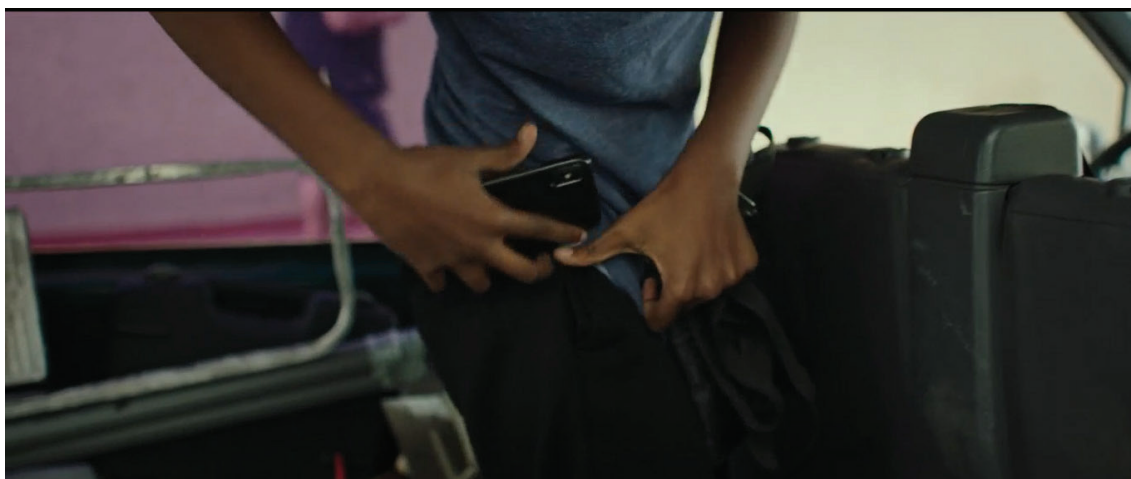


El fotograma que antecede es bastante ilustrativo ya que podemos ver dos atuendos que podrían resumir esos dos caminos, esa disyuntiva en la que se encuentra nuestra protagonista, entre el conjunto que usa junto a sus amiguitas en el certamen de baile que competirán y el vestido característico para una mujer senegalesa e islámica, que su familia le pide que use para la boda de su padre. Dos modelos

sobre lo que significa ser una mujer, donde, siguiendo a Doucouré en uno se obtiene cierto “éxito” o relevancia a partir del consumo de los medios masivos y la sexualización en las redes sociales; y en otro, donde las tradiciones familiares, culturales y religiosas dan cuenta de una sumisión de la mujer con respecto al hombre. En particular, el camino o modelo relacionado con el rol pedagógico que constituyen los medios de comunicación es el que nos interesa fundamentalmente, pero no sería pertinente adoptar una mirada que no sea holística y no intente incorporar diferentes perspectivas (siendo conscientes de las limitaciones) para poder abordar el trabajo que nos convoca.

Estado y mercado: la niñez es un cliente.

El mundo de Amy es el mundo actual, con la masividad de plataformas, aplicaciones y hardware. Según Minzi y Dotro (2005), con la crisis del Estado de Bienestar y con la consolidación de la televisión en los años ochenta como el medio hegemónico por excelencia primero, y la masificación de las pantallas digitales en la actualidad (posteriormente), el mercado comienza a emerger como un agente socializador que cumple un rol pedagógico, tal y como lo hacen la familia y la escuela. Los niños son blanco de las publicidades, donde son caracterizados como independientes y autónomos (son clientes), y los adultos aparecen aquí en el rol de proveedores de los productos que ofrece el mercado. Es dable resaltar la perspectiva que tiene sobre las infancias tanto el Estado como el mercado; mientras el primero la ve como una inversión hacia el futuro, un momento de preparación para la vida adulta, el mercado la ve en tiempo presente y con todo el potencial de explotación para obtener más ganancias (Minzi & Dotro, 2005).



Esa masividad de ofertas contrasta con las rígidas normas familiares de Amy, ya que por dichas normas religiosas y de familia, estaba vedada la posibilidad de adquirir un teléfono celular *smarth* (es decir, inteligente, capaz de poseer conexión a internet y a las diferentes aplicaciones del mercado de aplicaciones). Es por ello que, por la necesidad de pertenecer a una comunidad a pesar de las limitaciones con la que se encuentra, Amy roba el celular de un pariente suyo. Lo que no puede consumirse de una forma material, también se lo puede consumir de una forma simbólica; en este caso, Amy optó directamente por tomar algo que no era suyo, para cumplir con las exigencias del mercado para una niña de su edad.

El consumo, como bien señalan Duschatzky y Corea (2009), no es un bien repartido equitativamente: en el caso de Amy, ella pudo acceder a ese producto (un celular) de una forma reprochable, pero ¿qué sucede con los millones de niños y niñas que no tendrán la posibilidad de acceso a esos productos que el mercado ávidamente les exige que adquieran? El momento actual, época donde transcurre la película, se enmarca en un momento iniciado desde la crisis del Estado de Bienestar, lo que significó el corrimiento del Estado en varios aspectos de la sociedad, lugar que fue ocupando el mercado. El mercado “instituye, para consumidores y no consumidores, un nuevo ideal del yo, un imaginario que

produce en un nuevo lugar, el horizonte de aspiraciones, el espejo donde mirarse” (Duschatzky & Corea, p.21,2009). Hoy, en lugar de haber un sujeto constituido a partir de algún tipo de sistema de referencia compartido, el sujeto se define a partir de sí mismo, es un sujeto fragmentado (Duschatzky & Corea, 2009) y despojado del lazo que solía sujetar el Estado, la familia y la escuela como agentes socializadores primordiales. Las autoras exponen una situación interesante de la cual no ahondaremos, pero que dicen que el nuevo orden mundial necesita de los integrados y los expulsados. Estos últimos, en lugar de ser una disfunción (una falla) de la globalización, son más bien un modo constitutivo de lo social.

Kiel usa una figura interesante para graficar la situación, al decir que el docente en la actualidad no logra percibir en el alumno que tiene en frente al niño que fue en su infancia, ni mucho menos percibirlos como los niños que son actualmente; los niños se encuentran en una prematura e imposible adultez (2005). Según la autora, en cada momento histórico, cada sociedad construye un pacto social o cultural, dónde imponer el “no” para los jóvenes. Estas construcciones sociales hacen que “ciertas pautas morales y representaciones culturales sean percibidas como “naturales” y no como meras convenciones, que quedan por fuera de toda discusión mientras gozan, precisamente, de ese consenso social” (Kiel, 2005, p.3). Cuando estos pactos funcionan y hay períodos de estabilidad, la autoridad de los padres y la escuela es tomada como legítima porque “las cosas son así”. Ahora bien, hay momentos como el actual donde ese pacto se debilita y los adultos se encuentran con una falta de consenso para justificar a los “no” de una forma prohibitiva. Las y los niños, así, no se encuentran con un mensaje coherente sobre los límites (Kiel, 2005).



En particular, hay una arista que nos llama especialmente la atención y es cuando las autoras hablan de la toma de decisiones en torno al consumo cultural infantil. Para las autoras, parece haber como una adecuación de los adultos al discurso de la “oferta y la demanda” (Minzi & Dotro, 2005). Lo que los medios y el mercado proponen son tomadas como “implacables” y así se debilita el poder de decisión, la responsabilidad y la autoridad de los padres en su concepción tradicional (Minzi & Dotro, 2005). Por esa “implacabilidad” del mercado, los adultos tampoco suelen detenerse a ver los contenidos de la industria cultural con los que interactúan los hijos. Es que interactúan con dicha industria hasta en la intimidad de sus habitaciones, a través de sus tablets o celulares. En el fotograma que antecede se puede ver a Amy viendo un videoclip de la música de moda que ella consume (con

una estética parecida al del reguetón masivo, uno de los géneros más masivos de la actualidad), donde podemos ver la sexualización de los cuerpos de las mujeres, algo que ella imitará buscando la aprobación de su entorno.

Estas con algunas de las problemáticas con la que se encuentra la escuela y las familias sobre las juventudes de hoy: formas y practicas del siglo XIX con la tecnología del XXI, ciudadanos fragmentados e individualistas que se reconocen a partir de lo que consumen, un mundo hiperglobalizado que ha traído una conexión con cada rincón del mundo pero, a su vez, el establecimiento crónico de males como la pobreza, el desempleo, etc..

Individualizados y consumistas. Radiografía del posmodernismo.

En las páginas que anteceden veníamos describiendo el corrimiento del Estado en muchas de sus incumbencias, lugar que fue ocupando el mercado paulatinamente, aproximadamente desde la crisis del Estado de Bienestar entre los 60' y 70'. Este nuevo periodo del capitalismo, hiperglobalizado, fue descrito por Fredric Jameson como “la forma más pura de capital que haya surgido, una prodigiosa expansión del capital hacia zonas que no habían sido previamente convertidas en mercancías” (1991, p. 60).

Es en este momento del capitalismo donde se origina este “dominante cultural” que sería el posmodernismo. Jameson caracteriza al posmodernismo de este modo, como una especie de norma general, a los fines de evitar caer en la mera heterogeneidad, diferencias casuales o en la inescrutabilidad de las fuerzas del mundo (Jameson, 1991). En este sentido, no cree que todas las producciones culturales de esta época sean posmodernas. A su vez, el concepto de posmodernismo que propone es más bien histórico que estilístico, ya que un concepto que se fije meramente en el estilo terminará cayendo en juicios morales (ya sea para bien como para mal); en cambio, un concepto histórico, dice Jameson, es “un intento realmente dialéctico por reflexionar sobre nuestro presente temporal como inserto en la Historia” (Jameson, 1991, p. 75). Es por eso que, retomando a Mandel (Jameson, 1991), explica que hay tres momentos históricos del capitalismo: el primero, entre el siglo XVIII y mediados del XIX, un capitalismo de mercado. El segundo, un capitalismo monopolista que perduró hasta los años 60' aproximadamente y, el actual y tercero, el capitalismo tardío, con la expansión de las corporaciones multinacionales, la globalización de los mercados, el desarrollo tecnológico y el consumo masivo.

Algunas de las características constitutivas del posmodernismo son “una nueva superficialidad que encuentra su prolongación tanto en la “teoría” contemporánea como en toda una nueva cultura de la imagen o el simulacro, un consecuente debilitamiento de la historicidad, tanto en nuestra relación con la historia pública, como en las nuevas formas de nuestra temporalidad privada” (Jameson, 1991, p. 22) y un tipo nuevo de emocionalidad. Para Jameson, el posmodernismo es la corporización de un sistema económico nuevo, a saber, este capitalismo tardío en el que actualmente nos situamos.

Castells señala que las corrientes posmodernas se recrean en celebrar el fin de la historia y de la razón, donde es inútil buscar el sentido a las cosas (1996). Néstor García Canclini se centra en esa idea, bastante difundida, del posmodernismo como carente de sentido y donde los signos se han dispersado. Al respecto, señala que “resulta curioso que en ese tiempo de concentración planetaria en el control del mercado alcancen tanto auge las celebraciones acríicas de la diseminación individual y la visión de las sociedades como coexistencia errática de impulsos y deseos” (Canclini, 1995, p.46). Al buscar una racionalidad posmoderna en el consumo encuentra que esos gastos “suntuosos” se relacionan con los rituales y las celebraciones. Y esto es así porque “en ellos ocurre algo a través de lo cual la sociedad consagra una cierta racionalidad que la ordena y le da seguridad” (Canclini, 1995, p.47). Retomando a Douglas e Isherwood, ve al consumo como un proceso ritual cuya función es darle sentido al flujo

rudimentario de los acontecimientos (Canclini, 1995). Desde este punto de vista, el consumo no sería algo privado ni atomizado, sino más bien algo social, una cierta convención.



Resultan ilustrativos para estos planteos, la forma que Amy buscará incorporarse al grupo de niñas con las que interactuará, y es a partir del consumo, ya sean los productos de la industria cultural como así también otros artículos tecnológicos o de la moda. El fotograma que antecede también da cuenta de la exaltación, de la “felicidad” por adquirir productos por una “insatisfacción profunda” (Canclini, 1995). Zygmunt Bauman, de una forma bastante gráfica, da cuenta de esa búsqueda de saciedad de parte de los consumidores:

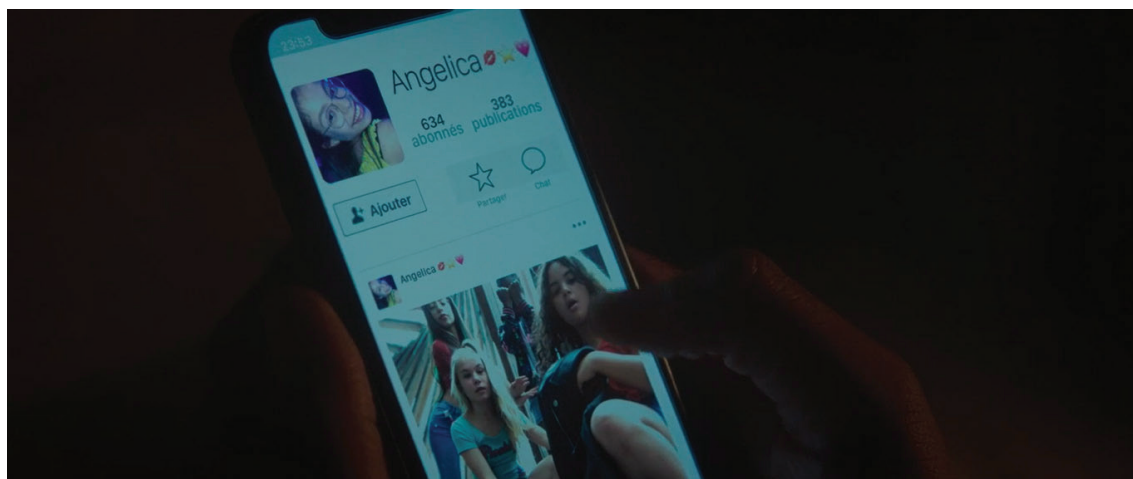
Los consumidores están corriendo detrás de sensaciones -táctiles, visuales, olfatorias- placenteras, o tras el deleite del paladar augurado por los coloridos y centellantes objetos exhibidos en las góndolas del supermercado o en las vidrieras de las tiendas departamentales, o tras las sensaciones más profundas y consoladoras prometidas por un asesor experto. Pero también tratan de escapar de la angustia causada por la inseguridad. Desean, por una vez, estar libres del temor a equivocarse, a ser desatentos o desprolijos. Por una vez quieren estar seguros, confiados, confirmados, y la virtud que encuentran en los objetos cuando salen de compras es que ellos (o así parece, al menos por un tiempo) hallan una promesa de certeza (Bauman, 2002, p.87).

Bauman, al igual que Canclini, relacionan al consumo con los ritos, destinados a exorcizar la incertidumbre y la inseguridad. Ritos cotidianos que hay que llevar adelante a diario. Lo particular de estos exorcismos es que nada exorcizan (o rara vez lo hacen), ya que no logran cortar las raíces de la inseguridad que motivó al comprador a salir a comprar y comprar esos productos (Bauman, 2002). Es mediante los rituales con lo que los grupos de personas seleccionan y fijan, gracias a unos ciertos consensos sociales, los significados y prácticas que regulan sus vidas (Canclini, 1995).

Ahora bien, en la sociedad de consumidores individuales, dice Buaman, todo debe hacerse de forma individual. En esta sociedad de consumo, la libertad individual de comprar es más que necesaria, porque también es una libertad para tener una “propia identidad” (2002). Para Castells (1996), la identidad se está convirtiendo en la principal “fuente de significado en un periodo histórico caracterizado por una amplia desestructuración de las organizaciones, deslegitimación de las instituciones, desaparición de los principales movimientos sociales y expresiones culturales efímeras” (p.2). La gente, siguiendo a Castells, no se organiza por lo que hace, sino más bien por lo que es o cree ser.

Ante la volatilidad de nuestras identidades, podemos tallarlas a través de los productos masivos, los cuales son reconocidos por todos. Si el sentido que se le da a estos productos no fuese compartido por todos los miembros de la sociedad, no servirían como instrumentos de diferenciación. De esta forma, en el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad (Canclini, 1995). Los medios masivos de comunicación sirven de fuente desde donde buscar la imagen que mejor nos pueda representar. La ubicuidad de las pantallas, señalada por Bauman, es ostensiblemente exacerbada con el panorama actual, donde muchas personas tienen sus teléfonos *smart* donde poder ver las últimas producciones de la industria cultural y el estilo de vida que proponen.

Es particular la visión que propone Byung Chul Han (2019) al respecto, cuando habla de que somos proyectos que se esbozan. Jugando un poco con la idea del labrador sometido a su tierra de Heidegger, Han dice que actualmente no somos sujetos sometidos (sujetos sujetados, para dialogar con lo anteriormente trabajado en el apartado con ese título). Para él, hoy seríamos como un proyecto que se optimiza. Han explica que el proyecto del sujeto ya existía antes del medio digital, pero es a partir de este medio (con la masividad que genera el internet) que se consuma el proceso en el cual el sujeto se acerca al proyecto. “Lo digital es un medio de proyecto” (p. 72) aclara Han. Podemos armar nuestro proyecto de sujeto a partir de todos los modelos que nos propone el mercado a través de los medios masivos de comunicación. Amy, a pesar de las fuertes tradiciones religiosas/culturales que su familia intenta imponerle, es cautivada por esas imágenes y esas apariencias que ve en los productos de la industria cultural pero, además, también ve lo que hacen sus amigas en las redes sociales, a quienes toma como referencia.



En este fotograma vemos que Amy revisa el perfil de una red social de Angelica, una de sus amigas, y ve el perfil que ha optimizado para que su público de seguidores la aprecie. Ahí ve que, de algún modo, tiene una cierta popularidad y las fotografías que ha posteado tienen aceptación con su público, graficado con los *likes* (es decir, un botón que marca un “apoyo” a dicha publicación, quien más *likes* tenga, supone mayor apoyo y popularidad). Han señala que la comunicación digital favorece la erosión de la comunidad, el nosotros:

Destruye el espacio público y agudiza el aislamiento del hombre. Lo que domina la comunica-

ción digital no es el “amor al prójimo”, sino el narcisismo. La técnica digital no es una “técnica del amor al prójimo”. Se muestra como una máquina narcisista del ego (Byung Chul Han, 2019, p. 75).

Justamente, en ese corrimiento que ha habido del Estado en varias de sus incumbencias, con ello también encontramos una crisis en varias manifestaciones que han caracterizado a la modernidad, como los movimientos de masas o la caída de los grandes relatos. Han señala que, con la revolución digital, la masa de la modernidad sufrió una transformación a un enjambre digital. Carente de un alma, la cual es congregadora según el autor, la masa hoy es el enjambre digital donde sólo hay individuos aislados que rara vez tienen fugaces congregaciones. En lugar de caracterizarse por la multitud, la sociedad actualmente se caracteriza por la soledad (Byung Chul Han, 2019). Soledad donde antes había espacio para lo comunitario, soledad para construir nuestra imagen, soledad frente a la pantalla de una computadora o, en la intimidad de nuestra habitación, mirando el celular por horas y consumiendo toda la información que en él podemos ver y escuchar. Como Amy, que es en esa soledad en la que comienza ver en las redes sociales un espacio propicio donde formar ese perfil que mejor se acople a la sociedad de consumo.

Pensamiento Decolonial y Globalización

Senegal fue una nación que antaño se le impuso un modelo económico y cultural de dependencia; al igual que en América, en África las potencias europeas impusieron ese modelo de dependencia incluso hasta mediados del siglo XX, cuando los países africanos comenzaron a independizarse formalmente de los países colonialistas. Según Quijano (2014), la globalización que ha signado a la actualidad es la culminación de un proceso que comenzó con la constitución de América (y posteriormente lo haría con África y Oceanía) y la del capitalismo colonial moderno y eurocentrado como un nuevo patrón de poder mundial.

La colonialidad del poder (Tranier, 2016) ha sido la pugna por dirigir los destinos de estas naciones colonizadas, silenciando cuerpos, historias, identidades, conocimientos y subjetividades; especialmente las subjetivades, las cuales según Tranier, serían capaces de poner en cuestión estas prácticas. El autor hace hincapié en intentar romper con estas relaciones de subalternidad y circuitos de violencia que aún siguen enquistados en las subjetividades. Estos resabios de la colonialidad del poder de un mundo donde el colonialismo ya no es ampliamente aceptado, producto de las luchas, revoluciones e independencias ocurridas en los diferentes países del mundo y por un cambio de juego en el capitalismo mundial, puede verse reflejados (siguiendo a Tranier), en las políticas de corte neoliberal o neoconservadoras que neutralizan al Otro, las cuales el autor las entiende como tributarias de la colonialidad del poder.

Jesús Martín Barbero (2010), retomando a Milton Santos, argumenta que la globalización es perversa pero, a su vez, puede ser una posibilidad. En esta visión, explica que la globalización es perversa por

fabular con la omnipotencia del mercado, proceso que “al mismo tiempo que uniforma el planeta profundiza las diferencias locales desuniéndolo cada día más” (p.139). Marcas de esta perversidad sistémica son para él la pobreza, el desempleo que se ha tornado crónico, etc....Pero, del mismo modo, es oportunidad por dos hechos radicalmente nuevos, los cuales son: la mezcla de pueblos, razas, culturas y gustos (aunque, contrapone, con diferencias y asimetrías) que se dan en todos los continentes.

Esta mezcla es posible por la aparición, con fuerza, de nuevas cosmovisiones que ponen en crisis la hegemonía del racionalismo occidental (Barbero, 2010). El caso de nuestra protagonista claramente puede ser un ejemplo de ello, por la diversidad cultural que la atraviesa y la necesidad de emigrar, de parte de su familia, a un país central de Europa. Algo que por nuestras latitudes en América Latina sucede con cierta frecuencia, cuando algunas personas, ya sea por buscar nuevas oportunidades u otros motivos, emigran a países europeos. El otro hecho novedoso es el de la apropiación de las nuevas tecnologías por parte de los sectores subalternos, lo que les posibilitaría una “revancha sociocultural” y la construcción de una contrahegemonía en las diferentes partes del mundo (Barbero, 2010). Barbero, coincidiendo con Milton Santos, dice que estas posibilidades pueden generar una nueva narrativa histórica. De algún modo, una respuesta de las diferentes subjetividades silenciadas por la colonialidad del poder, coincidiendo con Tranier.

Estos autores, que bajo una perspectiva latinoamericanista desarrollan conceptos como la globalización y colonialismo nos han servido para encontrar algunas similitudes y coincidencias entre la historia de la protagonista y algunas realidades de nuestro hemisferio, por vivir o haber nacido en “tierras robadas”. Al menos, lo ha hecho de una forma general. Ya veremos en particular cuando trabajemos a la juventud y el contexto actual en donde se desarrolla.

Revolución tecnológica, virtualidad y la sociedad en red.

Ahora bien, las cosas que suceden en las redes sociales no se tratan de cosas irreales o que no tienen repercusión en el mundo “real”, por llamarlo de alguna forma. De hecho, en una escena de la película, en un impulso de desesperación porque su primo quería arrebatarse el celular que ella le había robado, Amy se encerró en el baño e incompresiblemente subió una fotografía de sus genitales a las redes sociales. Este hecho le generó serias repercusiones en su vida, como maltratos de sus compañeros de escuela y el desprecio de sus ex amigas. Para Pierre Lévy (1999), lo virtual (término tan en boga por ser un recurso explotado en la pandemia) existe en potencia pero no en acto, no es lo opuesto a lo real, sino a lo actual. Es, más bien, “una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de creación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido bajo la superficialidad de la presencia física inmediata” (p8). Es gráfica la metáfora que propone del árbol, que virtualmente está en la semilla. La dinámica de la virtualización no consiste en una desrealización, sino más bien en “una mutación de identidad, un desplazamiento del centro de gravedad ontológico del objeto considerado: en lugar de definirse principalmente por su actualidad (una «solución»), la entidad encuentra así su consistencia esencial en un campo problemático” (Lévy, p11, 1999).

La separación del aquí y ahora es una de las modalidades que más nos interesan de los planteos de Pierre Lévy, donde la empresa virtual ya no puede situarse con precisión (1999); sus elementos “son nómadas, dispersos, y la pertinencia de su posición geográfica ha decrecido enormemente” (p13). La virtualidad se da en una sociedad fuertemente mediatizada como en la que vivimos en la actualidad, producto de la revolución de la tecnología de la información iniciada décadas atrás, señalada por Castells (1996). Es un mundo globalizado y conectado en redes informáticas interactivas que “crecen de modo exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación, y dando forma a la vida a la vez que ésta les da forma a ellas” (p2). Esto se ve en el gran ecosistema de medios en nuestros días, donde las pantallas ocupan un lugar central en nuestra vida diaria y no la imaginamos sin las plataformas y aplicaciones que usamos cotidianamente.

Mientras el capitalismo atravesaba un reordenamiento histórico a nivel mundial, en los años 70', esta revolución de las tecnologías de la información se difundió en el mundo y fue adoptada por diferentes países, con sus respectivas particularidades, retroalimentando la innovación tecnológica (Castells, 1999). Estas sociedades cuyo modelo de producción sigue siendo capitalista, en su mayoría, han adoptado un modelo de desarrollo diferente al industrialismo, y es el informacionalismo (Castells, 1999). Mientras el primero se orienta hacia la maximización del producto, el informacionalismo se orienta hacia el desarrollo tecnológico, la acumulación del conocimiento y llevar al procesamiento de información a niveles más complejos.

En este complejo panorama es en el que transcurre la historia de Amy, de millones de usuarios interactuando en la red, propiciada por el internet y la globalización, con la consolidación de las aplicaciones y plataformas como grandes empresas capitalistas, y la posibilidad de optimizar, en dichas aplicaciones, el perfil con el que el usuario se sienta más a gusto consigo mismo.

Constructos tecnoculturales y estructuras socioeconómicas: experiencia tiktokera

A fines de 2019, para estudiar la aplicación Tik Tok junto a un grupo de compañeros de la materia Digicom de la Licenciatura en Comunicación Social, contacté a dos jóvenes influencers de la ciudad de Rosario que eran muy conocidos en dicha aplicación. Lo que nos motivó a mis compañeros y a mí fue estudiar esa aplicación que estaba comenzando a aparecer en el mercado argentino y era, mayormente, conocido en la franja etaria que comprendía a los preadolescentes y adolescentes. Es por ello que contacté a Lautaro y Alessia, dos jóvenes que ostentaban una gran audiencia en sus redes sociales.

Para conocer mejor a estos jóvenes y la relación que tenían con sus pares tiktokers y sus seguidores, asistí a una reunión “tiktokera” que se realizó en el Monumento a la Bandera, a finales del 2019. Estos influencers y otros más que se hicieron presentes eran tomados como celebridades por parte de los fans, que no eran más que niños más jóvenes que los influencers, quienes los seguían en las plataformas y aplicaciones donde estos influencers se desempeñaban.



En la imagen de aquel día podemos ver la gran concurrencia de personas, donde no sólo estaban los influencers y sus fans, sino también las familias de los fans ya que en su mayoría eran apenas unos preadolescentes o incluso niños y niñas. Es interesante esta manifestación en los espacios públicos, ya que la aplicación posee un interfaz y una serie de límites de acción donde el usuario pueda desarrollarse pero, los hábitos que luego el usuario pone en juego, pueden ser distintos los que pensó el programador. Por eso, en aquella reunión “tiktokera” notamos prácticas originadas desde los usuarios, como el hacer un “challenge” de moda (un video desafío que sea tendencia en la aplicación Tik Tok) junto con el influencer famoso para luego poderlo subir en su propio perfil. Esto significaba una especie de acto de cariño entre el influencer y su fan, donde éste último atesoraría ese video en su perfil para siempre (o al menos hasta que lo borre). Un poco siguiendo los lineamientos de Castells, para José Van Dijck (2019) hay una relación dialógica entre usuario y programador, tecnología y sociedad,

donde ambas se influyen y no puede escindirse una de otra. Para estudiar las plataformas que en su momento eran la más populares, Van Dijck propuso y usó como herramienta de análisis, las perspectivas de las plataformas como *constructos tecnoculturales* y como *estructuras socioeconómicas* (2019). A su vez, dividió esas perspectivas en varias dimensiones, las cuales son tecnología, usuarios y contenido (en *constructos tecnoculturales*); y en propiedad, gobierno y modelo de negocio (en *estructuras socioeconómicas*). Este esquema de análisis propuesto por la autora de los Países Bajos nos permite ver a las plataforma y aplicaciones que utilizamos a diario como servicios de grandes empresas capitalistas, muchas de ellas formando grandes grupos económicos y hegemónicos pero, a su vez, también nos permite ver el rol del usuario/os como prosumidores (no meros consumidores dóciles) y cómo esa relación dialógica plataforma-sociedad está generando nuevas formas de socialidad (Van Dijck, 2019).

Nuestra protagonista, la joven Amy, se adentra y sin concesiones a las plataformas que usan sus amigas, imitando gestos y poses tal y como las ve en esas redes sociales sin, por supuesto, ser consciente de todas las variables tecnoculturales y socioeconómicas que se ponen en juego. Sin ir más lejos, una de las aristas que encontré en común al contactar a estos dos jóvenes influencers es el de los “términos y condiciones”. Los mismos son de necesaria aceptación, en la gran mayoría de los casos, para el uso de la aplicación o plataforma; a través de ellos, la plataforma da cuenta de sus políticas, aunque a veces puede ser engañosos o pocos claros. Como mucha gente, ambos influencers no habían leído los términos y condiciones, con un asterisco en el caso de Alessia, quien sí los leyó después de que le bloquearan algunos videos que aparentemente no habrían cumplido con las normas de la comunidad. Muchas veces las cuestiones de “gobierno” de las plataformas (siguiendo a Van Dijck), es decir, la política de las plataformas con respecto al uso de los datos del usuario, no es una preocupación para el usuario; al menos hasta que los cambios en las políticas generan malestar en los usuarios y eso puede generar “respuestas articuladas de los usuarios” (Van Dijck, 2019), como por ejemplo los boicots ante nuevas disposiciones de los propietarios de las plataformas y aplicaciones. La aplicación por lo que los contacté y por la que ellos tenían algo en común era Tik Tok, de hecho, ellos eran dos de los influencers “famosos” de aquella reunión tiktokera en el Monumento a la Bandera.



Usuarios

En la imagen, vemos a las y los tiktokers entre los que se encuentran Lautaro y Alessia. Ambos llegaron a Tik Tok por ser una aplicación que estaba poniéndose de moda para la gente de su edad pero, además, porque anteriormente o habían sido usuarios de la aplicación Music.ly (que la empresa china que diseña Tik Tok la compró hace unos años¹⁰) o también de Youtube. Esto habla de una experiencia y un desenvolvimiento trabajado que les da la posibilidad de poder emigrar de una plataforma a otra; por otra parte, lo parecido que es el capitalismo de plataformas con el capitalismo tradicional que conocemos, donde grupos económicos grandes se hacen más grandes.

Como señala Scolari (2018), muchos jóvenes de hoy en día poseen “competencias transmedia”, las cuales consisten en “una serie de habilidades relacionadas con la producción, el intercambio y el consumo de medios interactivos digitales. Estas competencias van desde los procesos de resolución de problemas en videojuegos hasta la producción y el intercambio de contenidos en plataformas web y redes sociales” (p8) y es interesante la complejidad que el propio Scolari presenta con su investigación, ya que no todos los jóvenes poseen esas competencias o no las manejan con la misma facilidad, como así también algunos pueden ser buenos con el uso de las herramientas que proporcionan estos medios pero tienen dificultades para identificar los estereotipos que, por ejemplo, operan y ronda por los medios (2018).

Scolari va más a fondo y hecha por tierra, al menos a partir de la comprobación empírica suya y la de su equipo, lo de los “nativos digitales” de esta forma: “En este proyecto el equipo de investigación no encontró “nativos digitales” sino un mundo complejo de interacciones, prácticas, miedos, conflictos, alegrías, participación y colaboración” (2018, p8).

Estos jóvenes de la ciudad de Rosario, al igual que el personaje de la película *Guapis*, muy a temprana edad comenzaron a interactuar en las redes sociales, a consumir los mensajes de la industria cultural y sus productos, para poder ser parte de todo un mundo que el mercado tiene preparado para ellos. Y lo hacen, a su vez, con otros jóvenes con quienes construyen comunidades o grupos, aprendiendo a utilizar esas nuevas tecnologías y construyendo nuevas formas de socialidad.



10 TikTok: la exitosa app “de la que probablemente no escuchaste hablar si tienes más de 35 años” BBC <https://www.bbc.com/mundo/noticias-47212335>

Su estatus de influencers, es decir, personas que por algún motivo poseen una cierta relevancia en las redes sociales con respecto al resto, también los lleva a pensar qué hacer para seguir acrecentando su público. Lautaro, ante la duda sobre este punto, nos contestó que no se fijaba mucho en el tema de los seguidores como solía hacerlo, pero sabía de muchos tiktokers que constantemente veían esos números. Por su parte, Alessia manifestó que sí seguía a diario el incremento, o no, de seguidores y *likes* en sus videos porque para ella eso era una forma de saber si los contenidos que hacía eran buenos. Como veremos, esa popularidad de los influencers no es algo que las plataformas no deseen o no necesiten, como aquí lo explica Inés Dussel en el prólogo del libro de Van Dijck:

Los datos aislados, sueltos, no dicen ni valen mucho, pero la enorme masa de datos agregados con que cuentan estas plataformas adquieren un valor inusitado. Por eso los medios sociales privilegian, ante todo, la popularidad, ya sea en los buscadores que organizan una jerarquía de respuestas en función de cuáles han sido las más visitadas, como en las redes sociales que premian los perfiles y las intervenciones “populares” de sus usuarios o espectadores. Esa popularidad expresa la concentración de conexiones; por eso, los botones o funciones de las redes sociales nos guían en esa dirección. Hay al menos dos efectos: uno es favorecer las evaluaciones o adhesiones instantáneas, viscerales, emocionales y positivas, rápidamente replicables y cuantificables, como el botón “me gusta” de Facebook; otro es que los usuarios busquen promocionarse para incrementar su alcance, lo que en muchos casos lleva a borrar la distinción entre la expresión personal y la publicidad, y a mercantilizar la identidad propia como un bien que hay que vender o consumir (p.8, 2019).

Esta necesidad de generar a populares de parte de las redes sociales lo notamos cuando, en una charla con Lautaro, nos enteramos que la aplicación Tik Tok se había comunicado con él, a través de un representante en Argentina, para facilitarle información que le serviría para acrecentar su popularidad en esa red social. Un ejemplo de ello fue anticiparle cuáles serían los *hashtags* o *challenges* que estarían de moda en los meses siguientes, para de esa forma marcar tendencia. Algunos de esos *challenges* son propuestos por empresas que buscan publicitar sus productos, mostrando de esta forma lo necesarios que son los influencers para la publicidad en las redes sociales.

La “mercantilización” de la identidad” de la que habla Dussel podríamos relacionarla con algo que notó Maïmouna Doucouré¹¹, la directora de *Guapis*, mientras realizaba la investigación preliminar durante la producción de la película, y es que las niñas entrevistadas veían que cuanto más se sexualiza una mujer en las redes sociales, en tiempos donde dichas redes son tan importantes, más “éxito” tienen. Eso, después, es imitado por los niños y niñas, que muchas veces no entienden lo que están haciendo y es peligroso, según Maïmouna Doucouré.

Contenido

El contenido que estos influencers producen en la aplicación es del formato audiovisual, con videos donde generalmente abundan el humor, el uso de canciones del momento o la exaltación de algo “bonito”. Al preguntarle a estos jóvenes influencers sobre el contenido que ellos creían que producían su respuesta fue bastante parecida, ya que ambos resaltaron el uso del humor en los videos, como así

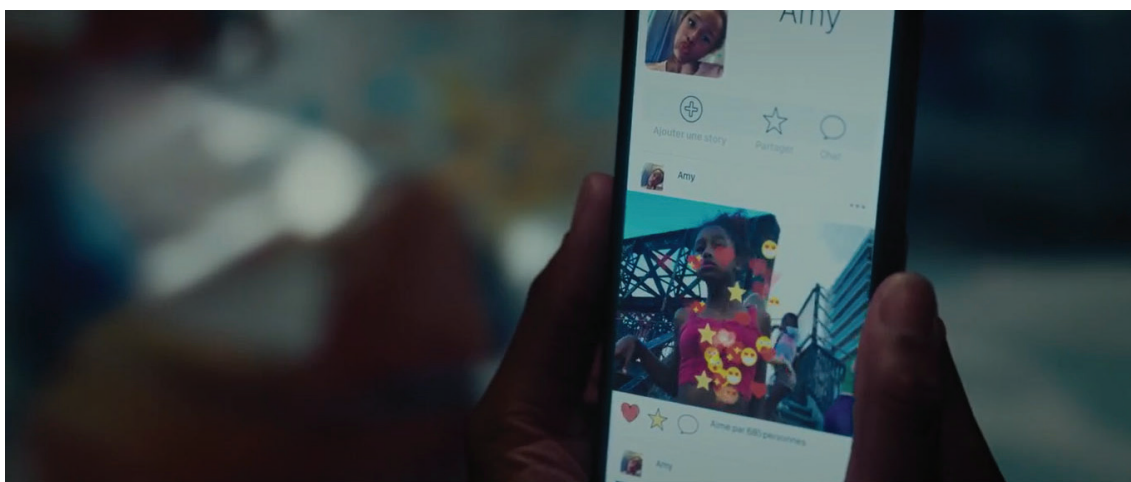
11 Why I Made Cuties? ¿Por qué hice Guapis? https://www.youtube.com/watch?v=Q8dsjAoazdY&ab_channel=NetflixFilmClub

también hacer *lipstick*¹² con las canciones que se ponen de moda en la aplicación.

El entretenimiento es uno de los ejes de la comunicación mediática según Omar Rincón, donde vemos y escuchamos “historias que buscan generar conformidad emocional y conversación pública, distensión social y placer individual” (p.22, 2006). Ahora bien, esta lógica que vemos en los medios masivos de comunicación (a lo que se refería Rincón), también podemos verla en los usuarios de las redes sociales: en la mayoría de las publicaciones en redes sociales que siguen esta lógica del entretenimiento vemos fórmulas arquetípicas, superficialidad, efectismo, etc. Esto debemos relacionarlo con lo explicado en los capítulos que anteceden con respecto a la individualización del sujeto en estos tiempos posmodernos y su búsqueda por optimizar un perfil idóneo para obtener visibilidad en las redes sociales.

Muchas de las redes sociales que mayormente los usuarios utilizan poseen una lógica narrativa donde el usuario es protagonista de su propia historia y, a través de los días, meses y años (porque toda publicación tiene una fecha) publica una serie de acontecimientos (o pseudoacontecimientos) de su propia historia. Facebook, que en ese momento era una de las plataformas con más usuarios y estaba en crecimiento, implementó esta arquitectura narrativa en la interface de su red social con su *timeline* (Van Dijck, 2019) y, con la incorporación constante de recursos de otras aplicaciones que se da en el ecosistema de medios (por ejemplo, los *hashtags* de Twitter son utilizados por casi todas las redes sociales más populares), esa arquitectura fue utilizada por las demás plataformas.

Aplicaciones como Instagram son una mina de pseudoacontecimientos que el usuario a diario comparte para seguir con las crónicas de su vida. Para Sorlin, el “pseudoacontecimiento, en cambio, era un hecho sin importancia, registrado y luego difundido sin que nadie le prestara atención; fotografías de prensa, actualidades filmadas en el tiempo en que se las proyectaba” (p.124, 1997). Constantemente vemos, en las historias de Instagram, una de sus funciones características, casos de imágenes que hablan de un suceso que pudo o no haber pasado realmente, pero que en fin de cuentas no tiene tanta relevancia. El fin de este constante uso de imágenes de este estilo no es otro que ir construyendo ese perfil en las redes sociales con el que nos sintamos más aceptados y cómodos.



Finalmente, ante la pregunta de si se consideraban *tiktokers*, tanto Lautaro como Alessia dijeron que

12 Hacer como una especie de mímica del canto sobre la pista original de una canción, como si el usuario estuviera cantando.

sí, y este punto me llama la atención más que nada por una cuestión de identidad y de forma de expresión. Hoy en día el trabajo en redes sociales es bastante más común y podemos ver miles de casos de *streamers* o *youtubers* que viven de ese trabajo, pero en el caso de estos jóvenes influencers eran, en ese momento, apenas unos niños de 15 y 16 años, que se divertían siendo tiktokers y no lo veían como un trabajo, más inocentes. Por lo visto, las plataformas y aplicaciones se han convertido en una fuerza fundamental para la construcción de socialidad (Van Dijck, 2019), donde los propietarios de esas tecnologías y los usuarios han contribuido a dar forma a esta construcción y, a su vez, fueron influidos por ella, en una relación dialógica entre tecnología y sociedad.

Instituciones educativas modernas en la época de la ubicuidad del internet.

Como hemos señalado anteriormente, durante las últimas décadas ha habido una erosión de la hegemonía que ostentaba el Estado en la mayoría de las incumbencias de la sociedad, hecho por el que el mercado ha ido ocupando terreno y ganando mayor influencia. En la escuela, ese hecho no ha sido ajeno, y una gran cantidad de problemáticas han aparecido o se han profundizado a finales del siglo pasado y a comienzos de este nuevo siglo. Sin embargo, esta institución que vio su origen en la modernidad continúa existiendo y aún ostenta un lugar importante en la formación ciudadana y la facilitación del conocimiento, aunque compita con las facilidades del internet y su colosal caudal informativo. Una institución por la que la mayoría hemos pasado y ha dejado sus marcas en nuestra subjetividad. Pero, a su vez, esa tradición plasmada en una estructura institucional está atravesando traumáticas transformaciones en un momento del mundo que ya no condice con los andamiajes de la modernidad, época de su institucionalización. Ese programa cuyos valores eran la civilización, la razón, la ciencia y el progreso, se ha resquebrajado y necesita acuciantemente una transformación (Alliaud, 2017).

En un momento como el que acontece, la enseñanza convive con una flagrante desigualdad socioeconómica, con un avance de la tecnología que ha transformado muchos de nuestros hábitos, al hecho de existir nuevas formas de relacionarse con la escuela. Como señala Alliaud: “Es la permanencia casi intacta de esta estructura moderna lo que explica su disfuncionalidad en el presente y exacerba las contradicciones que llevó inscriptas desde su origen” (Alliaud, 2017, p.25).

Además, se ve una creciente distancia entre la cultura juvenil con respecto a la cultura escolar (Jacinto & Terrigi, 2007). La misma, más que ser despreciada o ignorada por la misma institución escolar, debe ser un punto a tener en cuenta si la educación quiere construir un nuevo sujeto pedagógico acorde a la coyuntura en la que estamos inmersos:

Los cambios socioculturales, en general y en las culturas juveniles en particular, las crisis económicas y su efecto sobre la educación, y la llegada de nuevos sectores sociales a la escuela secundaria desafían las funciones y la organización tradicional de la educación de ese nivel. Hoy debe enfrentar nuevos tiempos y nuevos públicos (Jacinto & Terrigi, 2007, p.5).

En el fotograma que sigue podemos ver un ejemplo de una manifestación de la cultura juvenil en la escuela. Como vemos, en el centro modelando como estatuas están las amigas de Amy, a quien ella mira con asombro por la actitud “en onda” que muestran. A la izquierda, un niño con un celular empieza a filmar todo y vemos que la gente que está detrás y a los costados también están fríos, estáticos, como si fueran estatuas, mientras la maestra con traje formal pregunta “¿qué está pasando?” y suelta unos retos al camino. Lo que esos jóvenes están haciendo es el conocido *Mannequin Challenge*, un “desafío” al estilo de los Tik Tok en el que todos los que participan en el video tienen que mantenerse congelados, estáticos, mientras una persona va captando toda la escena: luego, el video es subido a

una plataforma con la que era la música que solía ir en estos desafíos.



Ejemplos como estos hay varios, porque los jóvenes de hoy en día, a diferencia de otras generaciones, se entran en diferentes actividades, desde educativas hasta de entretenimiento, independientemente del espacio o el contexto y la escuela también puede ser un lugar donde se entran esas actividades. Generaciones anteriores lo hacían pero de una forma más fragmentaria e intermitente durante gran parte del día (Igarza, 2016). Ostensiblemente podemos ver con el incremento sideral de usuarios de internet móvil con respecto a los de internet fijo, donde en cada “tiempo muerto” que uno tiene en la ciudad (como colas para ser atendidos o en un transporte público) estamos conectados a nuestras redes sociales favoritas, recibiendo información interesante para nosotros e interactuando con nuestros contactos.

Esto se logra en la Nube, un espacio virtual constituido por una “cantidad inconmensurable de información, datos estructurados y no estructurados, contenidos editorializados, curados y catalogados, tanto como contenidos abiertos y distribuidos descentralizadamente, dispersos y codificados en múltiples lenguajes” (Igarza, p.9, 2016). Obviamente, esto es posible por la sociedad en red, la hiperglobalización que hemos descrito más arriba, donde continuamente se introducen nuevas mediatizaciones con nuevos dispositivos desde los cuales los usuarios puedan conectarse e interactuar.

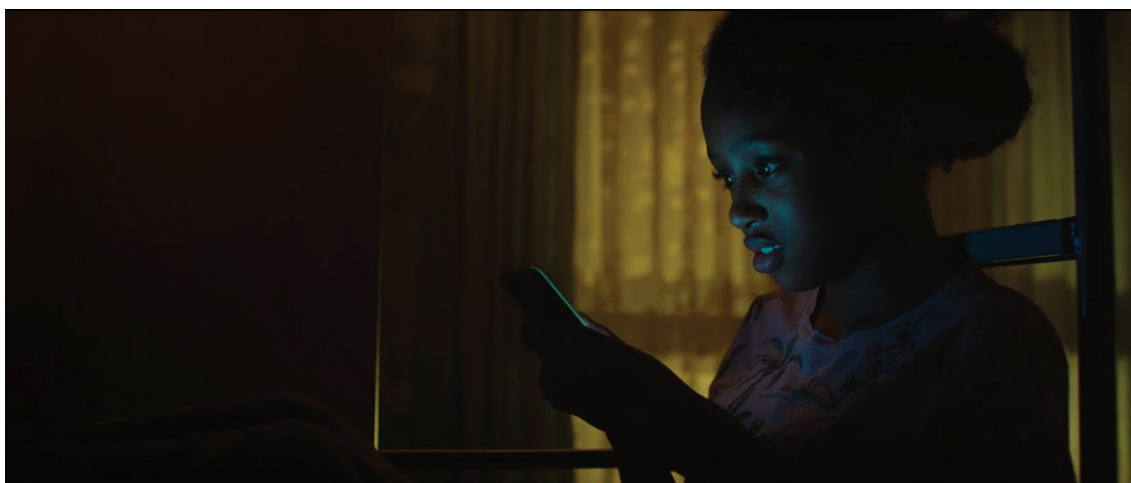
Ante este panorama, Alliaud propone mayor diálogo, consenso, quitar la “sacralidad” del docente para que tanto él como los estudiantes pasen a ser de “obedientes” a “constructores” y protagonistas de su propia experiencia (2017). Por su parte, Jacinto y Terrigi (2007) señalan que es conveniente “introducir en el currículo nuevas componentes, que permitan incorporar temáticas ausentes en los planes de estudio vigentes, y que abran algunas optatividades en la formación de los estudiantes” (p.12), en lugar de hacer grandes reestructuraciones de los curriculums. Entendemos que estos aportes ayudan a incorporar la cultura juvenil, tratar de entender qué ven los chicos y las chicas, como así también incorporar esas visiones en los curriculums sin hacer grandes reformas. En los últimos años, se han incorporado materias en los diferentes diseños curriculares que tratan sobre, por ejemplo, las tecnologías de la información y alfabetización mediática y transmedia, lo que nos da cuenta de la preocupación ante este fenómeno. Igarza hablaba de una búsqueda de un paradigma de transición de las instituciones educativas donde seguramente la relevancia no vendrá del ejercicio meritocrático

tradicional, sino más bien en la dinamización del sistema de acceso a los conocimientos “poniendo énfasis en las competencias de las personas para seleccionar, jerarquizar y analizar contextualizada-mente ese caudal continuo de información con la finalidad de alcanzar sus objetivos dándole sentido a las decisiones que adoptan” (p.9, 2016).

Posiblemente después de la crisis del covid-19, la cual todavía estamos atravesando al momento de escribir estas líneas, y toda esta experiencia con la virtualidad de parte de personas que no estaban habituadas, entre ellas varios docentes y directivos escolares que trabajan con los niños y las niñas, haya algún acercamiento a la cultura juvenil o, al menos, algún tipo de entendimiento del lenguaje que los jóvenes manejan con las nuevas tecnologías.

Educomunicación, alfabetización mediática y alfabetismo transmedia: respuestas educativas para esta cultura de la conectividad.

Aparici (2005) advertía que los niños y niñas pasaban más horas en contacto con la televisión, las radios y las computadoras que en la escuela. Los medios de comunicación y las tecnologías digitales de información, dice Aparici, “ofrecen no sólo información y entretenimiento, sino también formas y contenidos que afectan al sistema de percepción de valores y actitudes” (p.86, 2005). Además, el autor también advierte que “el conjunto de los medios de comunicación y las tecnologías digitales de la información conforman un sistema educativo informal que actúa como escuela paralela a la convencional con sus propios códigos, lenguajes, normas y valores” (p.87, 2005). Ahora bien, ¿cómo vemos esto que señala Aparici con lo que venimos describiendo, con la ubicuidad de la Nube, con la masificación de usuarios en internet móvil donde los productos de la industria cultural llegan hasta espacios donde antes no solía llegar?



El consumo de los medios masivos, en los niños, para los padres y docentes hace mucho tiempo ha sido tema de preocupación, y han surgido respuestas pedagógicas como la Educomunicación para ayudar a esos jóvenes a conocer las construcciones de la realidad que realizan los medios como así también ofrecer los instrumentos para expresarse a través de ellos (Aparici, 2005). Prueba de ello es la institucionalización de materias que estudian los medios masivos de comunicación en, por ejemplo, el Diseño Curricular de la Provincia de Santa Fe (2014), fundamentalmente en su orientación en comunicación, donde vemos materias como “Historia de los medios” y “Tecnologías digitales de la comunicación”. Aunque no de una forma abarcativa para toda la población educativa, es sintomática esa institucionalización de asignaturas relacionadas con los medios masivos. Aparici, sin embargo argumenta que la escasa atención a estos nuevos lenguajes de parte de las instituciones educativas está generando un “nuevo analfabeto”, a saber: “aquellos individuos que no conocen los instrumentos básicos para analizar los mensajes de los medios de comunicación y de las tecnologías de la información” (p.87, 2005). ¿Cuánto ayudaría una enseñanza que ayudara a niños y niñas como Amy, nuestra protagonista, a elevar la mirada por sobre los mensajes y valores que la industria cultural quiere para

ellos, con sus intereses empresariales, pero sin que con eso se renuncie al disfrute de lo estético y lo emotivo? No se trata de la prohibición como la primera opción.

Inés Dussel hace sus aportes al respecto, como una serie de desafíos para la escuela, al señalar que debería ampliarse la idea de “alfabetizaciones básicas”, para “incluir los saberes, relaciones y tecnologías que hoy son dominantes en nuestra sociedad, y formar a las nuevas generaciones para que puedan vincularse con ellas de formas más creativas, más libres y más plurales” (2009, p3). La escuela, detalla Dussel, históricamente fue pensada como “el ámbito donde se transmitirían los conocimientos básicos necesarios para la vida en sociedad” (2009, p.2). También propone romper con la idea de que la lectoescritura y la matemática son técnicas ahistóricas, que por ello mismo poseen una cierta hegemonía en los programas pedagógicos. Más bien, las prácticas de lectura y escritura “deben comprender la multiplicidad y complejidad de las maneras en que lo escrito, lo oral, lo gestual y lo audiovisual se integran en sistemas de hipertextos accesibles en la Internet y la red mundial” (Dussel, 2009; p.3).

Hoy debe ponerse en juego temas como el acceso, la comprensión y la creación, elementos que “tienen que ver con mejorar las capacidades de los estudiantes de producir sentidos en torno a los textos multimodales o multimediales que pueblan nuestro nuevo “paisaje textual” (Dussel, 2009, p.5).

Scolari nos ayuda a ahondarnos aún más en nuestra preocupación y habla del Alfabetismo Transmedia que es “conjunto de habilidades, prácticas, valores, sensibilidades y estrategias de aprendizaje e intercambio desarrolladas y aplicadas en el contexto de las nuevas culturas colaborativas” (p.3, 2018). El mismo nace de una lectura diferente sobre la realidad de los adolescentes, de dóciles cabritos que deben ser inmunizados de los mensajes de los medios, por una visión de esos jóvenes como “prosumidores”, no meros consumidores. Esta lectura, según Scolari, viene a ampliar los postulados del alfabetismo mediático. El mismo se focaliza en “lo que los jóvenes están haciendo con los medios y los considera prosumidores (productores + consumidores), personas potencialmente capaces de generar y compartir contenidos de diferentes tipos y niveles de complejidad” (Scolari, p.4, 2018). Esto es interesante porque busca integrar a sus investigaciones lo que los adolescentes hacen afuera del aula con esos medios, para así recuperar esos conocimientos y competencias dentro de la misma. De alguna forma, también, sería una iniciativa para incorporar la cultura juvenil. Recordemos, antes de la pandemia y el uso de virtualidad como emergencia para no detener totalmente el sistema educativo, existían muchas personas, entre ellos docentes y directivos (personas que trabajan con jóvenes), que no estaban habituados a varios lenguajes de las plataformas y aplicaciones, y esa experiencia podría servir de base para un mayor acercamiento de la cultura juvenil.

Conclusiones y algunos apuntes sobre ciudadanía y educación liberadora.

Lo que venimos describiendo y analizando hasta aquí habla de un cambio de época iniciado hace décadas con la crisis del Estado de Bienestar, el avance de políticas neoliberales, el posmodernismo marcado gran parte de las producciones culturales, la hiperglobalización y el hiperconsumo, con un sujeto que es parte de un enjambre digital, en una sociedad con redes mundialmente conectadas a través de internet. Varias de estas cosas, como hemos visto, ha erosionado algunas de las marcas de la modernidad, como la idea de ciudadanía. Canclini habla de consumidores del siglo XXI y ciudadanos del siglo XVIII, que descreen de las instituciones y la política, donde otras formas de participación ganan fuerza:

Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos – a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses- se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos (Canclini, p.13, 1995).

Cristina Mata, en sintonía con Canclini, ve que el ejercicio de la ciudadanía se ha desbordado, donde el Estado-Nación “ya no es capaz de contener problemas que lo sobrepasan como lo expresan los movimientos ecológicos o de género –para dar sólo dos ejemplos clásicos- ni resulta el proveedor sustantivo de imágenes colectivas” (p.65, 2002). La autora señala que hay una redefinición de la ciudadanía en términos de múltiples campos de su ejercicio y, en esta remozada noción de ciudadanía, ve que la comunicación ha adquirido un estatuto polivalente y de primer orden (Mata, 2002).

Creo dable retomar aquella definición de la comunicación como una argamasa (Valdettaro, 2015) capaz de moldear vínculos más democráticos y dar sustento al engrosamiento de una idea de ciudadanía, capaz también de colectivizar intereses, necesidades y propuestas: “Ese reconocimiento de la comunicación como condición de posibilidad de la ciudadanía es, al tiempo, condición de posibilidad de la política” (Mata, 2002, p. 67).

Roger Silverstone (2007), retomando a McLuhan, dice que los medios de comunicación generan un medio ambiente cultural mediatizado que es tan importante para la condición humana como lo es el medio ambiente físico, el natural. El mismo también nos proporciona “los recursos para llevar adelante la vida social y es el fundamento de su posibilidad misma” (Silverstone, p.248, 2007), donde podemos hacer buen o mal uso de ellos. En el complejo panorama que el autor describe como somos parte de una gran polis en los medios masivos, en la que como corolario a la modificación espacio-temporal que propiciaron los medios y la virtualidad, hay una inadecuada distancia entre las personas que no rinde cuentas por los daños que pueden ocasionarse entre ellas y otras culturas (Silverstone, 2007).

Por eso propone una “distancia adecuada” que sí busca comprender y conocer al otro en el torbellino de información que efímeramente fluye por los medios.

Byung-Chul Han (2019) también señaló algo similar cuando habla de falta de distancia que propician los medios digitales, como una falta de respeto hacia el otro. Como parte de un proyecto más grande e integrador, Silverstone remarca la necesidad de regulaciones con intervenciones gubernamentales para que los poderosos del mercado no socaven las voces de los débiles, la cual siempre será tema de controversia, pero además detalla otros puntos interesantes, ya que esas regulaciones podrían centrarse en la mera gramática (qué se dice en lugar de cómo se lo dice o qué se quiere representar).

Al igual que en la consolidación de los Estados, la “alfabetización básica”, la de la lectoescritura, que sirvió para homogenizar e incorporar a la población bajo un conjunto de reglas comunes, una alfabetización mediática masiva podría generar una cultura mediática de ciudadanos críticos de la representación mediática (Silverstone, 2007). Esto también hace principal hincapié al individuo, nosotros los ciudadanos, qué hacemos en esta polis de los medios por buscar una justicia mediática, ya que las regulaciones institucionales tiene sus limitaciones ante una ubicua propuesta de la industria cultural. Para el autor, llegó el momento de que “el ambiente mediático global cuente con un movimiento propio de defensa si pretendemos confiar en la capacidad humana de garantizar el futuro del planeta” (Silverstone, p.263, 2007).

Situarnos en este lugar, a modo de epílogo, el de poder reconocer al otro, es coincidente con la visión de Freire de una educación liberadora (Freire, 2005), una en la que los alumnos produzca interrogantes que los haga identificar y problematizar su lugar, su rol, en esta sociedad y poner en cuestión las determinaciones sociales que operan sobre ellos. Torcer esos destinos fijados que dependen del lugar en el que naciste, romper con los intereses que el mercado tiene sobre ellos, emanciparse de esas determinaciones que nos encadena y rutiniza, a veces de forma despiadada, en este corto, agobiante, feliz, sufrido y esperanzador viaje que es la vida misma.

Sobre el final, nuestra protagonista Amy, después de haber transitado por esa tortuosa experiencia entre dos caminos, el de una familia religiosa conservadora y una sexualización “liberadora” propuesta por la industria cultural, encuentra un punto donde ella pueda ser una niña que atraviesa su preadolescencia, aparentemente, a gusto consigo misma.

Guapis

Una niña en el ecosistema de medios Tensiones en el mundo globalizado



Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

Rosario, 2022

Bibliografía

Baeza, P. (2001) El escenario general de la imagen en la prensa. En *Por una función crítica de la fotografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A

Bauman, Z. (2002) Modernidad Líquida. Buenos Aires: Fondo de cultura económico de Argentina S.A.

Byung-Chul Han (2019) En el enjambre. España. Reinbook.

Castells, M. (1996) Prólogo: la Red y el Yo. En *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. México.

Dussel, I., (2009) Los nuevos alfabetismos en el siglo XXI. Desafíos para la escuela, conferencia en Virtualeduca 2009. Revista Latinoamericana de Lectura.

Freire, P. (2005) Pedagogía del Oprimido. México: Siglo XXI Editores.

Igarza, R. & otros (2016) Futuro busca presente: la educación en la nube. En *Revista Ciencia e Investigación*. Buenos Aires: Asociación Argentina para el Progreso de las Ciencias (AAPC).

Padua, J. (1979) Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales. México: Fondo de cultura económico.

Scolari, C.A (2018) En la nueva ecología de los medios. Transliteracy.

Mata, M. A (2002) Comunicación, ciudadanía y poder: apuntes para pensar su articulación. En *Revista Diálogos de la comunicación* 64.

Silverstone, Roger (2010) La regulación de los medios y la alfabetización mediática. En *La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios*. Buenos Aires. Amorrortu.

Kiel, L. (2005) De sin límites a limitados. Buenos aires: Centro de pedagogías de anticipación.

Duschatzky, S. & Corea, C. (2009) Chicos en banda. Los caminos de la subjetividad en el declive de las instituciones. Buenos Aires: Paidós.

Minzi, V. & Dotro, V. (2005) Los niños de “hoy” no son como los de “antes”. En *Revista Colección de 0 a 5- La educación en los primeros años*. Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativas.

Van Dijck, J. (2016) La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Ediciones.

Tranier, J. (2016) Pensamiento decolonial y praxis pedagógica: repensar la(s) violencia(s) y sus modos de subalternidad para liberar la escuela. En *Sociedad y violencia: sujetos, prácticas y discursos*. Editorial El Manual Moderno.

Quijano, A. (2014) Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. En *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Rincón, O. (2006) Narrativas Mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento.

Sorlin, P. (1997) El siglo de la imagen analógica. Los hijos de Nadar. Buenos Aires: la marca editora.

Alliaud, A. (2017) “Sobre las instituciones. Las escuelas ya no son lo que eran”, en Los artesanos de la enseñanza. Buenos Aires: Paidós.

Jacinto & Terigi. (2007) ¿Qué hacer ante las desigualdades en la educación secundaria?: aportes de la experiencia latinoamericana. Buenos Aires: UNESCO-IIFE Santillana.

Rodolfo, R. (1992) Estudios clínicos. Del significante al pictograma a través de la práctica del psicoanálisis. Buenos Aires: Paidós.

Anexos

Anexo - Entrevistas

Entrevista al tiktoker Lautaro L.

P: ¿Compartís el contenido de Tik Tok, en otras redes? ¿Cuáles?

R: Sí, en mis historias de instagram.

P: ¿Dejaste de usar otras redes sociales para usar Tik Tok? ¿Por qué?

R: No, uso la mayoría de las redes sociales.

P: ¿Qué tiene de particular Tik Tok que otras redes no tengan?

R: Podés hacer videos de playback con audios que vos quieras.

P: ¿Por qué / Para qué usas Tik Tok?

R: Porque tengo una cuenta donde tengo muchos seguidores a los que les tengo que dar contenido constantemente.

P: ¿Le cambiarías algo a la aplicación?

R: Sí, pero realmente no se me viene ninguna cosa a la mente.

P: ¿Sentís que podés publicar lo que quieras?

R: No claramente no, hay cosas, como por ejemplo usar cuchillos o decir malas palabras, que no nos dejan, directamente nos bajan el video.

P: ¿Cuáles son los principales contenidos/temas que se producen? ¿Por qué crees que es así?

R: Depende demasiado, hubo mucho tiempo donde era todo comedia, otro año era lypsync, me parece que es así porque la audiencia se renueva y se cansan de ver siempre lo mismo y lo que tratamos de hacer son cosas nuevas y no siempre lo mismo.

P: ¿Te definirías como un Tik Toker?

R: Sí, me defino tiktoker no solo xq tiktok ya me ha contactado si no también porque hace más de dos años estoy y tengo una cantidad de seguidores a quienes les tengo que dar contenido y tendencias nuevas, como lo hacen muchos youtubers o instagramers.

P: ¿Te fijás en la cantidad de seguidores qué tenés? ¿Es una meta conseguir más seguidores?

R: Antes me fijaba demasiado pero ahora no tanto. Depende el/la tiktoker, hay muchos tiktokers que solo ven los números de me gusta o seguidores.

P: ¿Al crearte la cuenta, leíste los “términos y condiciones” de Tik Tok?

R: Te soy sincero, no.

P: ¿Sabías que TikTok en su “política de privacidad” dice que puede usar tus datos con fines comerciales?

R: Más o menos sabia sobre eso, pero mayormente estoy al tanto de varias cosas.

P: ¿TikTok te contactó una vez que pasaste una cantidad importante de seguidores?

R: Tiktok te contacta cuando tenés una cuenta activa y con videos originales e interesantes.

P: ¿Conocés/usás toda la parte de monedas, regalos y diamantes?

R: Sisi conozco, eso se usa más cuando hacés lives y los seguidores te regalan monedas.

Entrevista a la tiktoker Alessia M.

P: ¿Compartís el contenido de Tik Tok, en otras redes? ¿Cuáles?

R: Muy pocas veces comparto videos de Tiktok en las historias de Instagram.

P: ¿Dejaste de usar otras redes sociales para usar Tik Tok? ¿Por qué?

R: No deje de usar por completo otras redes sociales por Tiktok, solo que las uso menos porque estoy mucho tiempo en esta app porque tengo que ver qué videos puedo subir y me parece divertida.

P: ¿Qué tiene de particular TikTok que otras redes no tengan?

R: Lo particular que yo le veo a Tiktok que a otras aplicaciones no, es que son videos cortos que no pueden durar más de 60 segundos y podés usar tu voz o puedes hacer la mímica.

P: ¿Por qué / Para qué usas Tik Tok?

R: Yo Tiktok la uso para despejarme, me parece divertida, puedo hacer el contenido que yo quiera y también me gusta mucho el tema de las redes sociales.

P: ¿Le cambiarías algo a la aplicación?

R: Lo que cambiaría de la app es que muchas veces te borran videos o te sacan los videos sin ningún sentido y otros videos que no cumplen con sus normas los dejan.

P: ¿Sentís que podés publicar lo que quieras?

R: Yo siento que como poder sí puedo subir lo que yo quiera, solo que hay cosas que no subo, porque me siguen nenes más chicos y siento que hay cosas que no tienen que ver.

P: ¿Cuáles son los principales contenidos/temas que se producen? ¿Por qué crees que es así?

R: El contenido que más se hacen es comedia y canciones, yo creo que comedia porque son graciosos algunos videos y canciones porque son las que se escuchan en el momento.

P: ¿Te definirías como un tiktoker?

R: Sí, me definiría como una tiktoker.

P: ¿Te fijás en la cantidad de seguidores que tenés? ¿Es una meta conseguir más seguidores?

R: Yo sí me fijo en los seguidores que tengo porque eso significa que a la gente le gusta lo que hago y por eso me sigue. Para mí es una manera día a día seguir subiendo de seguidores.

P: ¿Al crearte la cuenta, leíste los “términos y condiciones” de Tik Tok?

R: Al crearme la cuenta no lo leí pero después cuando vi que me borran videos si los leí.

P: ¿Sabías que TikTok en su “política de privacidad” dice que puede usar tus datos con fines comerciales?

R: No, no sabía.

P: ¿TikTok te contactó alguna vez por pasar una cantidad importante de seguidores?

R: No, nunca me mandaron ningún mensaje.

P: ¿Conocés o usás toda la parte de monedas, regalos y diamantes?

R: Todavía no puedo usar la parte de monedas porque tenes que tener \$50 dólares para poder sacar el dinero y todavía no llegué a ese número, pero los regalos sí me los dan.

Anexo 2: citas y enlaces.

- Fichas de Taxi Driver en los portales para usuarios IMBD y Filmaffinity IMBD <https://www.imdb.com/title/tt0075314/> y Filmaffinity <https://www.filmaffinity.com/ar/film396074.html>
- Fichas de El Perfecto Asesino en los portales de usuarios IMBD y Filmaffinity MBD https://www.imdb.com/title/tt0110413/?ref_=nv_sr_srsrg_0 y Filmaffinity <https://www.filmaffinity.com/ar/film629496.html>
- Reunión del elenco de Taxi Driver a 40 años de su estreno https://www.youtube.com/watch?v=SoSsh-67drok&ab_channel=TODAY
- Pornografía Infantil, ¿qué dice la ley? https://www.argentinacibersegura.org/pornografia-infantil-que-dice-la-ley-argentina_227
- La Argentina, entre los países con más tráfico de imágenes de abuso sexual en la infancia: cómo prevenirlo <https://www.lanacion.com.ar/arquitectura/denunciar-y-no-compartir-que-hacer-si-vemos-videos-o-fotos-de-chicos-victimas-de-abuso-sexual-nid26082021/>
- El discurso de Natalie Portman en la Marcha de las Mujeres | Gente – El País https://www.youtube.com/watch?v=CzkKKp-zopU&ab_channel=ElPa%C3%ADs
- Puntaje de Lolita (1962) en Filmaffinity <https://www.filmaffinity.com/ar/film560132.html>
- Puntaje de Lolita (1997) en Filmaffinity <https://www.filmaffinity.com/ar/film923147.html>
- Why I Made Cuties https://www.youtube.com/watch?v=Q8dsjAoazdY&t=4s&ab_channel=NetflixFilmClub y en castellano disponible en Netflix.
- TikTok: la exitosa app “de la que probablemente no escuchaste hablar si tienes más de 35 años” BBC <https://www.bbc.com/mundo/noticias-47212335>