

Silvana Iovanna Caissón, Gabriela Pedranti

COMUNICACIÓN Y TRANSFORMACIONES SOCIOCULTURALES EN EL SIGLO XXI



6° año Secundaria

Muestra distribuida por la editorial

ÍNDICE

Cómo usar este libro	7
Capítulo 1. Sociedad y cultura a través de la historia: de la posmodernidad a la posverdad	9
La modernidad en cuestión: crisis del modelo racional-instrumental. ¿Fin de las certezas?	9
La modernidad sólida	10
Disolución de la sociedad disciplinaria. La crisis de las instituciones modernas. De la sociedad disciplinaria a la sociedad de control	11
La mirada francesa I: Michel Foucault	12
La mirada francesa II: Gilles Deleuze	15
Transformaciones del espacio y el tiempo. Cultura de lo simultáneo y atemporal. El presente perpetuo. Tiempo de superficies, flexibilidades y deslizamientos	16
La modernidad líquida	16
Identidades, tiempos y espera	17
La perspectiva latinoamericana	17
El consumo como configurador de identidad en la posmodernidad: la búsqueda de la satisfacción inmediata	20
Del aura del objeto a la del objeto de consumo	21
El consumo simbólico de marcas. <i>Storytelling</i> , marcas y narrativa del producto	23
Posverdad y narrativas múltiples. Pandemia como contexto inesperado en este siglo: crisis de previsibilidad y control	26
Posverdad(es)	28
El (des)control de la pandemia: ¿una nueva época?	29
Capítulo 2. La sociedad posindustrial, las nuevas relaciones y el capitalismo cultural	32
Economía de servicios (frente a economía industrial)	32
La Sociedad de la Información: los servicios de las tecnologías de la comunicación y la información en la economía posindustrial	34
El teletrabajo	36
Los <i>freelancers</i>	37
La industria del conocimiento: investigación y desarrollo	38
Colaboracionismo y trabajo colectivo en entornos digitales	42
La gestión del capital intelectual en los países centrales y periféricos	43
La producción del conocimiento desde una mirada decolonial	45
Movimientos reactivos (nacionalismos y fundamentalismos) y movimientos proactivos (los alterglobales)	47
Capítulo 3. Incluidos, excluidos y riesgo: la “sociedad dual”	54
De la sociedad inclusiva a la sociedad dual	54
Elites articuladas a nivel global y masas fragmentadas a nivel local	59

La ciudad como territorio de fragmentación social	61
La sensación de precariedad y la sociedad del riesgo. Las tres categorías de Pierre Bourdieu: inseguridad, incertidumbre y desprotección	65
El fenómeno de la violencia urbana. Los tres factores de Slavoj Žižek: violencia subjetiva, simbólica y sistémica	68
Capítulo 4. Sociedad (en) red: sociedad, comunicación y globalización	74
Intereses y comunicación en un mundo globalizado	74
De redes e interfaces	75
La importancia de los flujos en el funcionamiento social de nuestro siglo	76
Flujos libres: comerciales, financieros e informativos. Flujos restringidos: humanos	78
El nuevo nomadismo: el fenómeno de las migraciones	79
La ilegalización de los migrantes como factor funcional al sistema	80
Movimientos reactivos, proactivos y migrantes	81
Formas de control social. Del control panóptico al control sinóptico	83
El panóptico y el sinóptico	84
Biopolítica, el cuerpo y la sociedad	85
La comunicación frente a la globalización y las sociedades de control	87
La emergencia de nuevos espacios y usos de la comunicación. Democracia y comunicación	87
La democratización de las comunicaciones como proyecto y como utopía. Brechas tecnológicas	89
De la velocidad y otras brechas	90
Capítulo 5. Movimientos de mujeres, géneros y disidencias en el siglo XXI	93
Mujeres, productividad y mercado laboral en la sociedad posindustrial	93
Construcciones alrededor de la categoría de género	100
Los nuevos modelos de familias diversas	101
Bibliografía	105

Sociedad y cultura a través de la historia: de la posmodernidad a la posverdad

LA MODERNIDAD EN CUESTIÓN: CRISIS DEL MODELO RACIONAL-INSTRUMENTAL. ¿FIN DE LAS CERTEZAS?

Como ya sabemos por haber estudiado historia y filosofía del siglo XVIII, desde entonces, es que muchos pensadores occidentales comienzan a pensar qué significan esos momentos que están viviendo, lo que se conocerá como la “modernidad”, y cuál es su impacto en la sociedad. La llamada “Ilustración” es la época en la que surge una nueva mirada, dominada por la razón, la cual genera un importante cambio social –para bien y para mal– frente a las formas sociales anteriores, con el eje en la familia y un cierto espíritu de comunidad en pequeñas sociedades rurales, que además se basaban en fuertes creencias religiosas (algo que todavía era fuerte, a pesar de la transición del Renacimiento, en los siglos XV y XVI). La modernidad, en su primera época, busca reforzar la mirada racional del mundo, la creencia de que tendemos hacia un progreso indefinido, que siempre evolucionamos, en una línea ascendente e infinita. Es interesante ver cómo las ciencias sociales que surgen en esta época –como la sociología– se rigen por los modelos científicos (los de las llamadas “ciencias duras” como la biología o la física, por ejemplo) para ser tomadas en serio. De ahí, la **dimensión instrumental** de esta forma de pensar: se plantean ciertos métodos, casi fórmulas, desde el puro raciocinio, para lograr certezas y crecimiento en diversas áreas... Suena como algo organizado y hasta deseable en algunos aspectos, pero a la hora de pensar nuestras sociedades contemporáneas, evidentemente ya no funciona. Es más, si lo pensamos bien, puede no haber funcionado nunca, pero había una narrativa social –en las conversaciones, en la escuela, en el cine, en la radio, en los diarios y revistas, en la publicidad– que lo reafirmaba como algo posible y tangible, desde el ámbito académico hasta el de la vida cotidiana (piensen en lo que pasó en Estados Unidos y, en otra escala, en las grandes ciudades latinoamericanas, después de la Segunda Guerra Mundial: familias (“tipo”) felices, con acceso a viviendas y vacaciones, consumo de nuevos electrodomésticos –fruto de la investigación y práctica científica–, logros gracias al estudio, etc.). En este sentido, es muy útil pensar a partir de los conceptos de **Zygmunt Bauman**, un pensador polaco que murió en 2017, y llama a este período **modernidad sólida** (esa época y perspectiva dominada por la industrialización y el capitalismo). Este autor propone que las sociedades occidentales ya han salido de esta etapa y hoy se encuentran en lo que él denomina **modernidad líquida**, cuya principal característica es el fin de las certezas. Estamos en un momento en el que las incertezas y el cambio nos afectan tanto a nivel global como individual (¡y pensar que no llegó a vivir la pandemia por covid-19!). Veamos un poco más en detalle esta primera definición.

¿Sabías que...?



Los grandes pensadores de la Ilustración



John Locke

John Locke (1632-1704) sentó las bases de muchas de las ideas que luego se retomarían para pensar el mundo en el siglo XVIII. Este médico y pensador inglés fue uno de los primeros en ser considerado “empirista” (teorías que priorizan la evidencia y la experiencia) y sus ideas sobre el contrato social influirían notablemente sobre los pensadores de la Ilustración. Entre ellos, podemos citar al suizo Jean-Jaques Rousseau (1712-1778), a los franceses Voltaire (François-Marie Arouet, 1694-1778), Montesquieu (Charles Lours de Secondat, 1689-1775) y Denis Diderot (1713-1784). En Alemania, la referencia entre los pensadores de la modernidad es Immanuel Kant (1724-1804), que destacó el importante papel de la razón frente a la experiencia. En Reino Unido, destacaron David Hume (1711-1776) y Adam Smith (1723-1790), cuyas ideas económicas siguen influyendo en algunas teorías hasta el día de hoy.

La modernidad sólida

Para Bauman, este tipo de modernidad es algo ordenado, racional, predecible y estable. Como dijimos más arriba, es una forma de organización en la que hay instituciones que organizan las sociedades en función de criterios racionales, utilizando soluciones instrumentales. Por eso, surge y se mantiene la **burocracia**, que a pesar de sus aspectos negativos (estandarizarnos a todos, sin contemplar las diversidades existentes), resulta el método conocido más eficiente para manejar a grandes volúmenes de personas, sobre todo en un sistema que prioriza el cumplimiento de tareas según ciertos objetivos, como la modernidad sólida. El gran problema de este tipo de gestión, según Bauman, es que a medida que vamos conociendo las sociedades y los individuos en profundidad, queda claro que aquella forma en la que el tipo de individuo siempre encajaba en

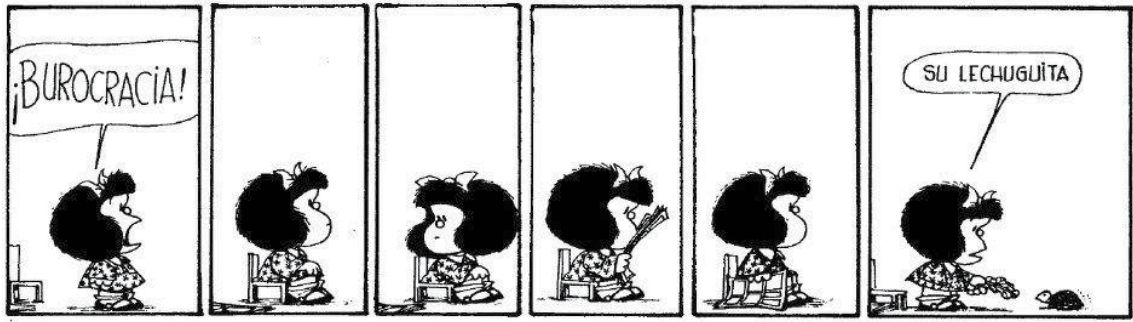
un sistema previamente organizado y estipulado casi sin quiebres (según su género, etnia, profesión, nacionalidad, estilo de vida, etc.) ya no es suficiente. (De nuevo: probablemente nunca lo fue, pero no se hablaba de ello ni se cuestionaba tan fuertemente como en las últimas décadas). La idea que este autor propone para entender nuestro mundo posmoderno y contemporáneo es la ya mencionada “modernidad líquida”, a la que volveremos más adelante.

Vocabulario



• Burocracia

Organización regulada por normas que establecen un orden racional para gestionar tareas y asuntos a su cargo.

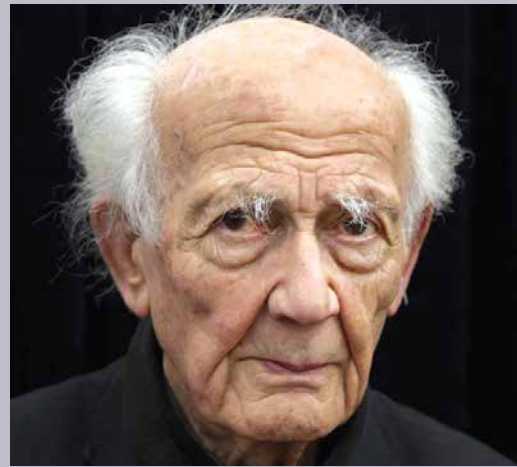


La tortuga de Mafalda, metáfora perfecta de la lenta y eterna burocracia

¿Sabías que...?



Zygmunt Bauman (1925-2017) nació en Polonia en el seno de una familia de origen judío, que fue forzada a emigrar a la Unión Soviética en 1939, después de la invasión nazi. Sirvió en la sección polaca del Ejército Rojo, después se mudó a Israel, y vivió en Inglaterra desde 1971. Con los años, se convirtió en profesor emérito en la Universidad de Leeds. Sus libros más interesantes con respecto a la temática de esta materia son *Modernidad líquida* (2000) y *La cultura en el mundo de la modernidad líquida* (2013) y *Ceguera moral. La pérdida de la sensibilidad en la modernidad líquida* (2015). Tiene artículos y libros más recientes sobre este tema, pero aún no están publicados en español.



Zygmunt Bauman

Disolución de la sociedad disciplinaria. La crisis de las instituciones modernas. De la sociedad disciplinaria a la sociedad de control

Como vamos viendo, la situación de dudas y cambios que surge en las últimas décadas del siglo XX lleva a cuestionar esas entidades estables, que durante mucho tiempo no fueron **interpeladas**, como diversas instituciones de gobierno, religiosas, o la propia concepción de qué significa ser humanos, en muchas de sus dimensiones. Hay dos autores franceses que trataron el tema del poder, el Estado y las personas y las relaciones que se establecen entre ellas, desde la caída del Medioevo hasta los años noventa del siglo XX, y que influyeron en muchos otros pensadores hasta el día de hoy: Michel Foucault y Gilles Deleuze.

Vocabulario



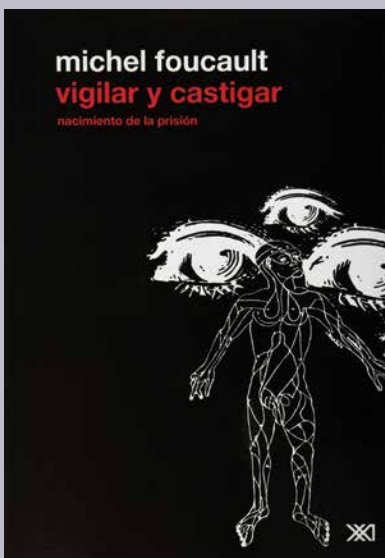
• Interpelar

Exigir explicaciones sobre algo, cuestionar.

¿Sabías que...?



Michel Foucault (1926-1984) fue un filósofo, profesor universitario y pensador francés, muy influenciado por las ideas del filósofo alemán Friedrich Nietzsche. Toda su obra cuestiona el tema del poder y las crisis de las instituciones sociales, además de darles al cuerpo y la sexualidad un lugar fundamental. Publicó un gran número de libros, entre los que podemos destacar: *Historia de la locura*, *Vigilar y Castigar*, *Historia de la sexualidad* y *De lenguaje y literatura*.



Portada de *Vigilar y castigar*, Michel Foucault

La mirada francesa I: Michel Foucault

La obra del filósofo francés **Michel Foucault** (1926-1984) es una de las más ricas con respecto a la reflexión sobre la **gubernamentalidad**, y se refiere a la forma en la que un gobierno piensa sobre sí mismo y sus roles. Lo interesante de la obra de Foucault es que a partir de estudiar los procesos y la legitimación (o no) de los gobiernos europeos entre los siglos XVI y XX, propone que el aspecto práctico es fundamental para entender cuestiones de poder; es decir, que no existe un único ideal de racionalidad absoluta a la que se puede llegar teóricamente para gobernar en forma correcta –como defendían los teóricos de la Ilustración pura–, sino que el contexto y el momento en los que se llevan a cabo esas prácticas de gobierno y poder son fundamentales. Es decir, lo que puede ser “racional” en un contexto y momento determinados, puede no serlo en otros.

De acuerdo con este autor, el tema de la **gobernanza** tiene una gran crisis a partir del siglo XVI, cuando cae el sistema feudal basado (al menos en Europa) en dos grandes “gobernantes”: el monarca, que lo era por derecho divino y se ocupaba de la seguridad y la paz en sus territorios; y la iglesia, que tenía el control de las creencias fundamentales de las personas. Es por entonces que el interés por la expansión territorial y el concepto de “imperio” empiezan a cuestionar la forma en la que se vivía hasta ese momento y, por lo tanto, hay que replantear qué y cómo se gobierna. Por lo tanto, surge una institución que aún tenemos hoy para controlar a los individuos: la policía. Es una nueva forma de control que asegura a los Estados que las poblaciones se mantengan productivas y obedientes (¡!). Foucault también plantea que hubo una crisis dentro de la iglesia: desde 1517, la reforma del protestantismo cambió el mapa del poder religioso.

Vocabulario



● Gobernanza

Acción y efecto de gobernar o gobernarse.

● Gubernamentalidad

Neologismo creado por Foucault a partir de los conceptos de “gobernador” y “mentalidad”.

Es así como a fines del siglo XVI y durante el XVII, debido a estos importantes cambios, aparece una posibilidad que no había existido hasta entonces: por primera vez, parece que los ciudadanos y los gobernantes pueden tener un acuerdo que los beneficie mutuamente. El cambio fundamental es que se pasa de una concepción del poder vinculada a “reinar” a otra, más cercana al concepto de “gobernar”. Esto también implica nuevas relaciones entre el territorio, los gobernantes y las poblaciones: si antes se regía un territorio determinado, ahora lo importante será pensar y garantizar el crecimiento de la riqueza, que está vinculada ya no al territorio, sino a una población sana, que deberá mantenerse y multiplicarse para asegurar productividad y prosperidad a largo plazo. Por lo tanto, Foucault afirma que, desde entonces, es más importante pensar la relación que los seres humanos tienen con las “cosas” (tales como riqueza, entorno, hambrunas, fertilidad, clima, etc.) que la que mantienen con la tierra en la que viven.

En el siglo XVIII, surgieron las primeras ideas liberales (planteadas por autores como John Locke o Adam Ferguson), que para Foucault son las que permitieron un gobierno/alianza de este tipo. Estas ideas ponen especial atención al rol de las poblaciones, lo que con el tiempo –sostiene Foucault– dio lugar a pensar en los individuos que formaban esas poblaciones. Este será otro concepto que lleve a pensar sobre los derechos y las responsabilidades de cada uno, así como también en cuestiones de autocontrol y control político, en un contexto donde el dominio y la explotación también son posibles. En este sentido, el autor también estudia las técnicas de control y observación –desde los ejércitos hasta la cárcel– y cómo se ejercen sobre el cuerpo, como espacio de control que, al ser disciplinado y controlado, producirá individuos dóciles.

A medida que avanza su obra, Foucault empieza a ver algunas de sus propuestas iniciales como demasiado simplistas, como la idea de que la disciplina genera docilidad (las ideas de su obra a las que se suele agrupar dentro de la llamada “sociedad disciplinaria”). Con el tiempo, empezó a plantear que el individuo tiene bastantes posibilidades de modificarse y construirse a sí mismo. Por lo tanto, incluyó en su concepto de “gubernamentalidad” a los ciudadanos, pasando a definirla como la relación entre el poder público y la libertad individual, que es lo que hay que tener en cuenta al pensar cuestiones de poder social. Y afirma que, en las sociedades modernas, el tema de gobierno y poder es complejo, una cuestión con muchas capas, que debe analizarse con cuidado y profundidad. Además, hay que tener en cuenta que el autor sostiene que, desde el siglo XVIII hasta hace algunos años, el concepto de “gobierno” es amplio y difuso: incluye ciertas guías para las familias (incluso en ciertos aspectos “espirituales”), gestión del hogar y también, algunos aspectos políticos más tradicionales.

Una de las grandes conclusiones de su obra es que, en las sociedades modernas, las estrategias coercitivas son más efectivas que el gobierno por medio del terror y la violencia. Es decir, el uso de tácticas más sutiles de control (como el uso ideológico de instituciones como la escuela, o la limitación de aparentes opciones) puede llevar a un dominio más eficaz a la hora de estructurar las decisiones y acciones que los ciudadanos puedan llevar a cabo. Aquí hemos pasado claramente de una sociedad disciplinaria a una mucho más sutil, de control, con diversas maneras de ejercerlo. Ya estamos en la posmodernidad, que amplía y sofisticada los mecanismos de control, y que los vuelve mucho menos visibles.

¿Sabías que...?

**La metáfora del control: el panóptico de Jeremy Bentham**

Foucault usa en su obra la metáfora del “panóptico” (que podría entenderse como aquel que todo lo ve) para explicar la sociedad de control, en la que todos estamos vigilados a través de formas de pensar determinadas e instituciones que las propagan e imponen –como la cárcel o la escuela–, y que van determinando los comportamientos “correctos” y “normales” de los individuos en una sociedad. El resto de las conductas son consideradas desvíos y, por lo tanto, son castigadas.

El origen del concepto del panóptico se debe a Jeremy Bentham –considerado el padre del “utilitarismo” inglés, filosofía que planea que la mejor acción es la que produce mayor felicidad y aumenta la utilidad al máximo–, que lo ideó hacia fines del siglo XVIII. Específicamente, era una estructura para construir cárceles, que permitía a un solo guardia, ubicado en una torre, observar a todos los reclusos, sin que ellos pudieran verlo, por la estructura semicircular en la que se insertaban los pabellones.



Ex presidio de Ushuaia, actualmente funciona como un complejo de museos: Museo Marítimo de Ushuaia, el Museo del Presidio y el Museo Antártico Alférez José María Sobral y Museo de Arte Marino



En Argentina, hay un penal con esta estructura: el Museo Marítimo de Ushuaia, que poco tiene de mar y bastante de prisión. Escaneen el QR para conocerlo

Actividad**Entendiendo a Foucault**

- 1 Escaneen el QR y vean el video de Canal Encuentro sobre Michel Foucault.
- 2 En equipos, debatan y resuman las ideas principales/más interesantes que plantea el video.
- 3 Piensen ejemplos contemporáneos que aún hoy representen esas ideas, incluso aunque se hayan modificado parcialmente.
- 4 Produzcan una pieza de formato libre (video, revista, perfiles sociales, actuación, canción, exposición o lo que se les ocurra) para mostrar sus conclusiones y ejemplos a sus compañeros en clase.



La mirada francesa II: Gilles Deleuze

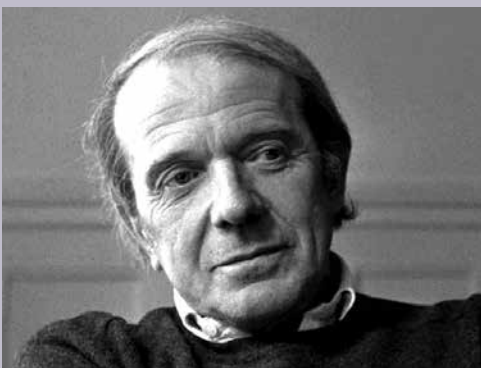
Otro autor que se ocupa de las cuestiones de control es **Gilles Deleuze** (1925-1995), que retoma parte de la obra de su amigo Foucault para pensar qué sucede con las instituciones que analizó este autor. Deleuze afirma que el análisis de Foucault de sitios de “encierro” para controlar a las personas, tales como la escuela, la cárcel o el hospital fue relevante, pero que el problema es que estas instituciones están en crisis, con respecto al análisis inicial de Foucault. En su artículo “*Post-scriptum* sobre las sociedades de control” (1990), afirma:

Todos los centros de encierro atraviesan una crisis generalizada: cárcel, hospital, fábrica, escuela, familia. La familia es un (espacio) “interior” en crisis, como lo son los demás (espacios) interiores (el escolar, el profesional, etc.).

Los ministros competentes anuncian constantemente las supuestamente necesarias reformas. Reformar la escuela, reformar la industria, reformar el hospital, el ejército, la cárcel; pero todos saben que, a un plazo más o menos largo, estas instituciones están acabadas. Solamente se pretende gestionar su agonía y mantener a la gente ocupada mientras se instalan esas nuevas fuerzas que ya están llamando a nuestras puertas. Se trata de las sociedades de control, que están sustituyendo a las disciplinarias.

Más cercano a las últimas reflexiones de Foucault, Deleuze plantea que el control hoy se da sin que nadie (aparentemente) esté controlando: trabajando desde casa, sin horarios, haciendo cursos en línea... Dice este autor que el problema ya no es salir, escapar del espacio de encierro, sino entrar, pertenecer (ya que no cualquiera puede trabajar desde casa, tener una buena conexión, pagar por cursos y maestrías...). Si en las sociedades disciplinarias se ejercía el control al encerrar a las personas, en las sociedades de control, es más sencillo y perverso: hay que endeudarlas. Y por eso es tan importante el desarrollo del pensamiento crítico en las sociedades contemporáneas: para que las herramientas de control casi “invisibles” (tales como el *marketing* y la publicidad en todas sus formas, incluyendo la propaganda política) no nos conviertan en marionetas.

¿Sabías que...?



Gilles Deleuze

Gilles Deleuze (1925-1995) fue un filósofo francés, que desarrolló su obra sobre el pensamiento, la literatura, el cine, la pintura y la política. Pensaba que la teoría tenía valor siempre que pudiera producir efectos sobre la realidad, es decir, no se quedaba en el debate académico, sino que reflexionaba sobre la utilidad práctica de lo que escribía y debatía. Desde esa perspectiva, escribió lecturas propias sobre filósofos y pensadores que le interesaban, cuestionando y dialogando con sus ideas y escritos.

Lectura interactiva

**El control en las sociedades**

- 1 Escaneen el QR y lean el texto completo de “*Post-scriptum* sobre las sociedades de control”.
- 2 ¿Cuáles son las ideas fundamentales que plantea Deleuze que creen que siguen vigentes en la actualidad? ¿Por qué?
- 3 ¿Pueden pensar ejemplos de este tipo de control en su vida cotidiana? ¿Cuáles? ¿Cómo los controlan?
- 4 ¿Se les ocurren modos de evitar este tipo de control? ¿Cuáles? ¿Son realmente posibles hoy en día?



TRANSFORMACIONES DEL ESPACIO Y EL TIEMPO. CULTURA DE LO SIMULTÁNEO Y ATEMPORAL. EL PRESENTE PERPETUO. TIEMPO DE SUPERFICIES, FLEXIBILIDADES Y DESLIZAMIENTOS

La modernidad líquida

Como comentábamos al principio, estamos desde hace años en lo que podemos llamar posmodernidad, aunque es un término bastante amplio y difuso, porque podría incluir todo lo que viene después de la modernidad, quién sabe hasta cuándo... Para pensar estos últimos años, nos parece más útil pensar en el ya mencionado concepto de “modernidad líquida” de Bauman, que desde otra perspectiva (y, sobre todo, porque vivió unos cuantos años más), reconoce esos quiebres institucionales y de “certezas” y “verdades” que plantean Foucault y Deleuze, y le da un punto más inquietante si cabe: estamos inmersos en una continua inestabilidad, en la que todo fluye. La definición de este tipo de modernidad puede sonar un poco paradójica: es una situación de cambio constante, fluidez e incertidumbre que nos afecta a todos, a nivel global (o al menos, occidental, aunque las reglas del juego después de la pandemia por covid-19 serán distintas, seguramente).

Aquellas instituciones que según los autores franceses se estaban quebrando y transformando, hoy tienen un rol cada vez más difuso y ambiguo; incluso, en los últimos tiempos, se puede llegar a ver a gobernantes, expertos, académicos en ámbitos universitarios y a los mismos científicos como causantes de los problemas medioambientales y políticos, en lugar de ser la solución. Está claro que esto varía según los países y sociedades, pero en muchos lugares tenemos terraplanistas, antivacunas y gente que no vota u origina nuevos movimientos políticos, además del gran cuestionamiento que sufre desde hace años la universidad como institución...

La modernidad líquida ha cuestionado y erosionado, además, espacios de la vida cotidiana que eran certezas casi absolutas (y tan fuertes que llegaban a definir la propia identidad, y a qué “grupo social” pertenecía cada uno). Por ejemplo, el “trabajo de por vida” que buscaban abuelos y bisabuelos, y que hoy no es posible (ni en muchos casos, deseable, pero el tema es que ya no existe casi esa opción “estable”). Esto también afecta al tipo de capacitación al que debemos enfrentarnos: normalmente lo debemos obtener y pagar nosotros mismos, para mantenernos actualizados en un

mundo y mercado laboral tan cambiante y competitivo. Esto complica las posibilidades de pensar en un futuro medianamente estable, en tener un lugar donde vivir, formar una familia, etc. (Y si además consideramos que la idea de “un lugar donde vivir” o de “familia” también son múltiples y difusas... puede resultar un poco desbordante).

Identidades, tiempos y espera

Las identidades, dice Bauman, también se vuelven fluidas en esta época; si además tomamos en cuenta que –tal como afirmaba Deleuze– quiénes somos está relacionado con cómo consumimos –esa idea de estar atrapados y controlados a través de las deudas–, hemos pasado de la **producción** al **consumo**. La modernidad sólida se basaba en la producción de bienes en fábricas y espacios industriales, mientras que la líquida se sostiene sobre el consumo rápido y creciente de bienes y servicios. Podríamos pensar incluso en un consumo incesante y enorme –sin ningún tipo de digestión crítica– de información y *fake news*, sin distinguirlos... pero a esto volveremos más adelante.

Todo parece ser accesible e inmediato. Aparentemente, vivimos en un tiempo continuo de consumo y poca reflexión. Es más, Bauman dice que estos tiempos líquidos nos obligan a entender el paso del tiempo de otra manera (no debe ser desperdiciado, y cada espera es una frustración), que a la vez redefinen (sobre todo en la cultura estadounidense, pero también en otros lugares de Occidente) al individuo y su forma de vida. En *Los retos de la educación en la modernidad líquida*, vuelve a la conocida idea de Benjamin Franklin de que “el tiempo es dinero”, para entender qué significa el tiempo en la posmodernidad o modernidad líquida:

El descubrimiento de Benjamin Franklin de que “el tiempo es dinero” era un elogio del tiempo: el tiempo es un valor, el tiempo es importante, es algo que debemos atesorar y cuidar, como hacemos con nuestro capital y nuestras inversiones. El “síndrome de la impaciencia” transmite el mensaje inverso: el tiempo es un fastidio y una faena, una contrariedad, un desaire a la libertad humana, una amenaza a los derechos humanos y no hay ninguna necesidad ni obligación de sufrir tales molestias de buen grado. El tiempo es un ladrón.

Si Deleuze decía que el individuo posmoderno está controlado por sus propias deudas de consumo, Bauman observa que el disfrute de esas cosas es aún más fluido y difuso: “El consumismo de hoy no se define por la acumulación de cosas, sino por el breve ‘goce’ de esas cosas”. Vivimos en el momento, en el breve disfrute de cada momento, que se caracteriza por su fugacidad y velocidad.

La perspectiva latinoamericana

Si vamos a ser sinceros, está claro que gran parte de estas preocupaciones, planteadas en estos términos, están escritas por autores europeos. Vienen de sociedades con las necesidades básicas satisfechas, que en las últimas décadas vieron un crecimiento notable, que ahora se está cuestionando, y en las que surgen terribles movimientos racistas y retrógrados en más de un sentido. Si bien en nuestras sociedades latinoamericanas esto también pasa, tenemos una ventaja relativa a la hora de vivir en una realidad no constante, fluida y con pocas certezas: esto es algo a lo que estamos acostumbrados desde hace generaciones, ya que la inestabilidad es algo cotidiano e incorporado a la vida diaria. Sería interesante leer y conocer más autores y autoras latinoamericanos que reflexionaran sobre cómo se viven estas inestabilidades de este lado del mundo. Aquí les recomendamos algunos, que hablan sobre temas vinculados a la posmodernidad desde diversos ámbitos (la tecnología, la comunicación, la sociedad y hasta la religión), pero siempre con una mirada latinoamericana. Muchos son muy activos en internet: Jesús Martín Barbero, José Joaquín Brunner, Néstor García Canclini, Martín Hopenhayn, Cristian Parker, Alejandro Piscitelli, Beatriz Sarlo y Carlos Scolari, entre otros.

Actividad



¿Acelerados o impacientes?

Bauman retoma un concepto de David Shi, profesor de la Universidad Furman de Carolina del Sur, Estados Unidos: el “síndrome de la aceleración”, que podría ser definido como la sensación del estadounidense medio sobre el deseo de algo, la espera y la “necesidad” de una satisfacción inmediata (desde preparar un té frío, comprar ropa o abrir una lata de atún, ya que esto impregna todas las dimensiones de la vida cotidiana): dice Chi que “Esperar se ha convertido en una circunstancia intolerable”. Bauman prefiere hablar del “síndrome de la impaciencia”, tal como se comenta en el texto central.

A partir de estas ideas, debatan en clase:

- 1 ¿Pueden pensar en situaciones en las que la espera se haya reducido a lo mínimo? ¿Cuáles? ¿Por qué?
- 2 ¿En qué situaciones sienten que “están perdiendo el tiempo” y les gustaría que fuese más rápido? Pensándolo bien, ¿hace falta que sea tan rápido? ¿Por qué?
- 3 El tiempo de cuarentena y la necesidad de estar más tiempo en casa, ¿ha cambiado su percepción con respecto al tiempo y la velocidad? ¿Por qué?
- 4 En equipos, definan, expliquen y fundamenten cinco ejemplos en los que el tiempo y la espera tienen valores diferentes. Compartan los ejemplos (en el formato que elijan) con el resto de la clase. (Piensen en qué les pasa cuando alguien “les clava el visto” en WhatsApp pero no les contesta, cuánto tiempo esperan al enviar un mensaje, cuánto esperan para que les respondan, qué pasa durante ese tiempo, etc.).

Lectura



Veinte años después

Por Beatriz Sarlo

Buenos Aires, enero de 2014

La primera edición de este libro es de 1994. Empecé a escribirlo en octubre de 1993 y lo terminé en el verano del año siguiente, velozmente, a partir de varias libretas de apuntes que me habían acompañado en una especie de viaje etnográfico urbano durante el año anterior. Recorrí una cultura que me incluía, pero que se mostraba singularmente distinta. (...)

A comienzos de los años noventa, en Buenos Aires, el mall Alto Palermo era una innovación. La “forma shopping” todavía no se había impuesto como modo dominante de circulación de las mercancías ni como sintaxis de un imaginario nacido en el mercado. En Argentina, estudiar un *shopping center* implicaba escribir sobre ese tema casi por primera vez. Como la televisión color, los *shoppings* llegaron primero a otras ciudades de América Latina. (...)

Creo, sin embargo, que cuando escribía este libro no me sentí perdida ni me alejé demasiado de lo que buscaba. Estaba convencida de la novedad de las prácticas y de los objetos sobre los que escribía, y esa cualidad de “nuevos” me fascinaba tanto como el shopping atrajo a sus primeros usuarios, los pioneros de esa máquina en la que todo, desde los desplazamientos hasta los olores, termina tipificado e idéntico. O, como se dice ahora, globalizado. Este libro describe las configuraciones culturales sobre las que hoy se sobrevuela, porque todos (desde los consumidores hasta los diseñadores) repetimos que se vive en un mundo globalizado. La palabra no se usaba en 1994, y lo que exploré fueron espacios, modas, juegos, ideales de belleza, mitologías, prejuicios y conceptos que se universalizaban a una velocidad desconocida. (...)

Por supuesto, en 1994, el mundo de pantallas anunciaba el futuro, pero todavía no existía internet. De modo que “lo nuevo” era la tecnología del control remoto, que permitía operar sobre los canales de televisión cortando y editando sus materiales. El *zapping* parecía un modo original de uso de la televisión, que ya había reorganizado la cultura. Traté de imaginar el futuro mirando la televisión a comienzos de los años noventa y, sobre todo, tratando de captar los nuevos usos de ese medio. Los estilos televisivos iban a cambiar (eso era evidente), pero la tecnología, primitiva si se la compara con el dispositivo contemporáneo, mostraba que la innovación del consumo pasaba por el control remoto y por los primeros experimentos con el video. Allí estaba una nueva forma de hacer y, sobre todo, de ver imágenes: el VHS (*video homesystem*). (...)

Menciono estos ejemplos, que los lectores encontrarán en los capítulos que siguen, para señalar que la escritura de *Escenas...* fue un experimento, una exploración de lo que entonces se llamó posmodernidad (palabra furiosamente a la moda en los años noventa). Por eso, *Escenas...* es un análisis crítico y, al mismo tiempo, un síntoma que podría resumir con una pregunta: ¿cómo reacciona una intelectual del Cono Sur frente a las grandes transformaciones culturales de Occidente que ya son perceptibles en su propio país y forman parte de un nuevo colectivo de experiencias? Yo quería explicar –en primer lugar, a mí misma– algo que me resultaba desconcertante y que no quería aplanar con un optimismo banal ni con un pesimismo nostálgico. (...)

Escenas... tiene el impulso crítico y la voluntad descriptiva de quien está observando un fenómeno y está escribiendo sobre él por primera vez. Libre de la gigantesca masa bibliográfica (del periodismo a la academia) que se produjo desde entonces en América Latina, este libro fue mi bitácora y mi brújula en una cultura urbana que estaba cambiando con más rapidez de la que yo misma había supuesto. Tuve la fortuna de escribirlo en un momento temprano, cuando los escenarios, los objetos y las prácticas presentaban el atractivo de su novedad. Por eso aparecen nítidos, con los contornos precisos de lo que todavía no se ha incorporado a la costumbre. Hoy, en cambio, son la arqueología de un paisaje conocido.

Actividad**Un diario del tiempo presente**

- 1 Lean estos fragmentos del prólogo a la reedición de 2014 de *Escenas de la vida posmoderna* de Beatriz Sarlo, “Veinte años después”.
- 2 La autora afirma que el libro tiene una perspectiva de análisis crítico que podría resumirse en una pregunta: “¿cómo reacciona una intelectual del Cono Sur frente a las grandes transformaciones culturales de Occidente que ya son perceptibles en su propio país y forman parte de un nuevo colectivo de experiencias?” ¿Qué entienden ustedes por esto? ¿Cuál es el tipo de mirada que propone Sarlo?
- 3 Ahora vamos a convertirnos en “detectives culturales”, por equipos: el mundo –incluso el llamado posmoderno– está cambiando. Intenten hacer un recorrido de observación y desarrollo crítico como el que hizo Sarlo en 1993/94. Podemos partir de estas preguntas como guía (pero sería ideal que cada docente acordara con los alumnos una propuesta más detallada, vinculada al contexto y momento en el que se realice el ejercicio):
 - a. ¿Qué cosas del entorno social y comunicacional han cambiado después de la pandemia del covid-19? ¿A qué se deben estos cambios?
 - b. ¿Hay modificaciones en las formas en las que nos relacionamos entre nosotros? ¿A qué creen que se deben?
- 4 Les proponemos que el formato sea el de un “diario de viaje”, con imágenes, comentarios y *collage* que expliquen y justifiquen la investigación y observación crítica, así como también las conclusiones. Puede ser en papel, digital, grabado con el celular o como se les ocurra. Compartan su análisis con la clase, para debatir qué es lo que encontró cada equipo.



Escenas de la vida posmoderna,
Beatriz Sarlo

EL CONSUMO COMO CONFIGURADOR DE IDENTIDAD EN LA POSMODERNIDAD: LA BÚSQUDA DE LA SATISFACCIÓN INMEDIATA

Como hemos visto, varios autores hablan de esta búsqueda de la satisfacción inmediata, en el que el consumo se extingue en un goce fugaz; pero sería interesante pensar de dónde viene esto. ¿En qué momento y por qué el consumo de objetos, de cosas tangibles, deja de ser el eje central de lo que compramos y pasamos a una forma más etérea? ¿Qué es lo que buscamos consumir en el mundo de lo inmediato?

Aquí volveremos a un clásico, que sigue teniendo vigencia: **Walter Benjamin** (1892-1940), filósofo alemán que reflexionó sobre el arte y su reproducción técnica, desde una perspectiva que aún hoy nos ayuda a entender el valor simbólico del consumo, más allá de los bienes concretos. Para entender su concepto central de “aura”, pensemos que la relación entre la obra de arte (pintura, por ejemplo), única y exclusiva, con su dueño y espectadores cambia radicalmente en el momento en el que el original y “la copia” no se distinguen. Hasta ese momento, había algo de presencia casi religiosa, trascendente, en la contemplación de algo único y por parte de unos pocos privilegiados.

Aquel vínculo que existía con el arte hasta la invención de la fotografía, en la primera mitad del siglo XIX (si consideramos el **daguerrotipo**, podemos hablar concretamente de 1839), se modifica para siempre. Es más, pasaron décadas hasta que la fotografía y el cine fueran considerados arte, ya que en sus inicios eran vistos como documentos familiares o pasatiempos para el pueblo.

Del aura del objeto a la del objeto de consumo

Benjamin plantea que las obras de arte tradicionales tienen un “aura”, que les es propia. En su famoso escrito “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, la define como “la manifestación irrepetible de una lejanía (por cercana que pueda estar)”. ¿Qué quiere decir esto? Que la producción de la obra de arte única encerraba en sí misma “huellas” o “marcas” de sus condiciones de producción. Es decir, ofrece el eco del contexto en el que se produjo, de las manos que la tallaron o pintaron... el aura, afirma Benjamin, está ligada al “aquí y ahora” de la obra, y eso no se puede reproducir, incluso en la mejor de las falsificaciones, porque se produce en otras condiciones. Frente a una fotografía o a las películas, no existe esa distinción entre original y copia, con lo cual el aura en ese sentido, se pierde: ya no hay ni obra ni contexto únicos e irrepetibles. Pero el autor también reconoce que estos nuevos formatos tienen algo que interesa al ser humano del siglo XX: la capacidad de ofrecer una recepción simultánea y colectiva. Algo que en principio no debería ser un problema, pero con la aceleración del consumo durante todo ese siglo, y la forma de pensar el mundo que lo acompaña y promueve, las cosas se han complicado bastante.

Vocabulario



• Daguerrotipo

Primera forma de fotografía, en la que la imagen se formaba sobre una superficie lisa y pulida de plata. Fue creado por Louis Daguerre (de ahí el nombre) y difundido formalmente a partir de 1839.

Actividad



Dioses, cultura y consumo

Para entender rápidamente cómo la sociedad actual se ha apropiado y ha modificado aquellas auras de las que hablaba Benjamin, podemos ver los títulos de apertura de la serie *American Gods*, basada en la novela del mismo título, escrita por Neil Gaiman.

- 1 Escaneen el QR y vean la secuencia de los títulos.
- 2 ¿Qué referencias religiosas reconocen?
- 3 ¿Qué referencias culturales (cine, televisión, libros, etc.) reconocen?
- 4 ¿Hay alguna otra referencia?
- 5 Tal como aparecen en esta secuencia, ¿qué significan esas referencias? ¿El sentido es el mismo o es diferente de su sentido original? ¿Por qué?



Si Benjamin reflexionaba sobre la desaparición del aura en los objetos de arte, hay autores contemporáneos que plantean cómo esto se da en el mundo del consumo, es decir, en esa dimensión de nuestra vida en la que no solo acumulamos objetos, sino que –incluso con más cuidado en muchos casos– seleccionamos marcas, y no siempre por la calidad o durabilidad de lo que compramos (aunque lo pongamos como excusa). ¿Qué es lo que está en juego aquí? El valor simbólico de esas marcas, algo que no tiene precio ni es tan tangible como los objetos. Se trata de un juego de demostración y reconocimiento. Puro valor etéreo que funciona si todos reconocemos qué comunica y significa una marca.

Bruno Remaury, investigador y profesor francés, en su libro *Marcas y relatos*, plantea que desde la segunda mitad del siglo XIX hemos pasado del objeto al objeto de consumo, porque se ha aislado al “objeto” de su aura. Con lo cual, si el objeto en sí mismo ya no comunica su propia historia (sus condiciones de producción, su contexto), estamos en una situación en la que debe hablar por sí mismo. ¿Y qué es lo que sucede? Que el aura se transforma y “se desplaza del objeto al dispositivo narrativo que la rodea”. Empiezan a surgir narrativas, historias y mecanismos que nos dan información y crean relatos alrededor del objeto de consumo, que buscan llegar a un público masivo para ser elegidos. Y sí, ya estamos en los albores de la publicidad y la comunicación comercial.

Dice Remaury que desde mediados del siglo XX este proceso se sofisticaba e intensifica, y ya se establecen ciertos significantes (la señalética de la marca, como el logo, los colores, etc.); se enuncia un discurso (desde el eslogan a lo que hoy llamamos *storytelling*, es decir, todas las historias sobre la marca); y también se regula la distancia (en particular, en los negocios o lugares de venta), en el sentido de establecer entre el objeto y el consumidor un diálogo a medio camino entre una distancia suficiente, que suscite el deseo (mostrador, vidriera) y una proximidad suficiente para permitir la compra (precio indicado).

Como la marca pasa a tener el valor simbólico de aquello que es deseado –y ya no el objeto en sí mismo–, se transforma en parte del valor del objeto de consumo, dando origen a una historia cada vez más compleja, hasta convertirse en ella misma en su propio relato.

Actividad



Marcas, logos y comunicación

- 1 En equipos, elijan una marca que consideren muy buena en su comunicación gráfica y otra que consideren muy mala.
- 2 Analicen la coherencia del logo, la última campaña de publicidad y la comunicación en redes más reciente (10 últimas publicaciones, por ejemplo).
- 3 ¿Por qué creen que una funciona y la otra no? ¿Cuáles son las principales diferencias?
- 4 ¿Qué debería hacer la marca con mala comunicación para mejorar? ¿Por qué?
- 5 ¿Es relevante el tema del precio en alguna de las dos? ¿Por qué?

El consumo simbólico de marcas. *Storytelling*, marcas y narrativa del producto

Hasta ahora estamos describiendo un proceso que han hecho la mayoría de las marcas durante años. Parece casi una fórmula sencilla para poder vender alguna cosa. Y, sin embargo, no es tan simple. Piensen, por ejemplo, la cantidad de gente que muestra el logo de Apple Macintosh (en el celular, en las computadoras, incluso con logos autoadhesivos en carpetas...) pero, ¿cuántos hacen lo mismo con el logo de Windows o Microsoft? Está claro que hay dimensiones mucho más profundas en juego, que hacen que personas con intereses parecidos, que viven en zonas parecidas, que tienen ingresos económicos parecidos, elijan cosas distintas (o iguales, y eso también tiene sus razones). Remaury lo explica de una manera muy clara: plantea que las marcas que mejor funcionan no son relatos puros en sí mismas, es decir, que inventan una historia “desde cero”, sino que son vías de entrada a relatos que ya existían en la sociedad. Dice literalmente que las marcas “son pioneras en construir su legitimidad sobre la **agregación** de su discurso a alguno de los ‘grandes relatos culturales’”.

Y nos brinda un ejemplo fantástico, que toma del libro *Manhattan Transfer*, de John Dos Passos. El fragmento del libro dice:

En la esquina de Canal Street se paró ante una droguería amarilla y se quedó mirando la cara pintada en un anuncio. Era una cara afeitada, distinguida, con cejas arqueadas y un bigotazo bien recortado: la cara de un hombre que tiene dinero en el Banco, portentosamente colocada sobre un cuello de pajarita ceñido por amplia corbata negra. Debajo, en letra inglesa, se leía la firma KING C. GILLETTE. Sobre la cabeza campeaba el lema: **no stropping no honning**. El hombrecillo barbudo se echó el **hongo** atrás descubriendo su frente sudorosa, y se quedó largo rato mirando los ojos de KING C. GILLETTE, llenos del orgullo que da el dólar. Luego apretó los puños, sacó pecho y entró en la droguería.

Su mujer y sus hijas habían salido. Calentó un jarro de agua en el gas. Después, con las tijeras que encontró encima de una repisa, se cortó los largos rizos de la barba. En seguida empezó a afeitarse muy cuidadosamente con la nueva maquinilla de níquel. Estaba en pie, tembloroso, pasándose los dedos por las mejillas blancas y suaves, frente al espejo empañado, y comenzaba a recortarse el bigote, cuando oyó ruido detrás. Volvió hacia ellas una cara lisa como la cara de KING C. GILLETTE, una cara que sonreía con el orgullo que da el dólar. Los ojos de las dos niñas se salían de las órbitas.

Remaury analiza esta situación (tengan en cuenta que la novela se publicó en 1925, y es considerada una de las primeras grandes narrativas sobre la ciudad de Nueva York) e intenta ver qué es lo que compra y obtiene, más allá de la maquinilla de afeitar moderna, el “hombrecillo” de la novela:

Vocabulario



● Agregación

En este caso, acción de añadir, incorporar, sumar.

● Hongo

Un tipo de sombrero redondeado, también llamado “bombín”.

● *No stropping no honning*

Eslogan de la marca Gillette. Son conceptos muy vinculados al mundo de los cuchillos y las navajas. Podría traducirse como “no hay que afilar ni pulir”, ya que vendían maquinillas de afeitar, un nuevo método frente a las navajas.

Al comprar una maquinilla, el hombrecillo de Dos Passos intenta simultáneamente identificarse con su deseo personal de éxito, contribuir al éxito de King C. Gillette, y así, por el hecho de aportar su dólar, participar en la consecución del proyecto social y económico americano del que ambos son actores, ya que su éxito depende del de los demás y del de King C. Gillette en particular.

Por lo tanto, hay algo que trasciende lo que cuenta la marca: significa y comunica mucho más de lo que dice. En este ejemplo, Remaury afirma que se trata de

La fe en una sociedad que permite a inventores ser jefes de la industria y hacer funcionar una economía de la que, a su vez, sacarán provecho.

Ni más ni menos que la fe ciega en el “*American Dream*” (sueño americano), en ese proyecto económico y social estadounidense. Algo que vemos todo el tiempo en películas y series clásicas (aunque algunas más recientes lo estén cuestionando). Aquí se da esta agregación, esta acumulación o suma entre el relato, la historia individual y la colectiva: no es algo que el protagonista proyecta porque se le ocurre a él solo, sino que existe un relato social previo con el que la narrativa de Gillette y la experiencia personal del hombrecito conectan profundamente, aunque no esté explícito en la narrativa de la marca, que funciona más bien como una puerta de entrada a esos relatos preexistentes y ya asentados. Si se logra esa conexión, la marca funciona, porque nos cuenta y refuerza algo en lo que ya creemos. (Por supuesto, aquí entra una dimensión ética para todos los que trabajan en publicidad y distintas formas de comunicación comercial: ¿hasta dónde se puede o se quiere llegar con esto? ¿Hay límites o se manipula sin criterio?).

Pensemos en ejemplos más cercanos: Coca-Cola es pionera en un relato de marca que hace décadas que no habla del producto (seguramente porque vender el mismo producto durante años y años lleva a que, en algún momento, no se pueda decir nada más de él). ¿De qué habla? De la familia, de los afectos con los amigos, de la Navidad... Y esto les ha funcionado durante mucho, mucho tiempo. ¿Por qué? Porque los relatos a los que se refiere eran más o menos iguales en todas partes del mundo: la gente quiere a su familia y amigos, se reúnen para las Fiestas aunque no sean religiosos... Todo funcionaba muy bien cuando la familia, por ejemplo, era más o menos la misma. ¿Pero qué pasa en la actualidad, cuando las familias ya no son como las que planteaba Coca-Cola desde la década del cincuenta, un modelo llamado “tipo”, con una mamá, un papá y unos hijos claramente mujeres o varones? Hoy tenemos una gran variedad de familias, elegidas y sanguíneas, que tienen distintas combinaciones entre padres, madres, hijos, hijas, *hijas*... Y entonces, el relato tiene que ser contado y representado de otra manera. Si miran las campañas recientes de Coca-Cola, están empezando a hablar de otras cosas (y de diferentes maneras), porque los relatos sociales con los que quieren conectar están cambiando. Y es por eso que también surgen campañas de comunicación de marca más locales, que son más relevantes para cada sociedad en particular. Ya no todos aceptamos que hay una sola forma de vivir ni de expresar las cosas. Hay diversidad –cada vez más aceptada–, y se manifiesta de distintas maneras en cada sociedad y contexto. Y las marcas que lo entienden y conectan con eso, son las que más consumidores atraen.

Actividades



Relatos culturales subyacentes

1 Escaneen los QR y vean estas dos publicidades de Coca-Cola y Diet Coke: “Estamos más cerca” (Argentina, 2017) y “Unlabeled” (Estados Unidos, 2019).

2 Debatan en equipos qué ideas y relatos principales se narran en cada campaña.

3 A partir del punto anterior, intenten analizar qué relatos sociales y culturales se conectan profundamente con lo que narran las publicidades. ¿Son eficaces? ¿Por qué? ¿Qué percepción de la marca tenemos a partir de todo esto?

4 Preparen una presentación de sus hallazgos en un formato interesante para el resto de la clase y compártanla.



Coca-Cola: “Estamos más cerca” (Argentina, 2017)



Diet Coke: “Unlabeled” (Estados Unidos, 2019)

Misma empresa, distintas narrativas

1 Escaneen los QR y vean las publicidades recientes de Sprite en Argentina, las del hashtag #NoEstásSolo/x.

2 Debatan en equipos qué ideas y relatos principales se narran en cada campaña.

3 Sprite pertenece a la misma empresa que Coca-Cola. ¿Por qué creen que plantean narrativas distintas? ¿A qué se debe? ¿Qué opinan, funciona bien o mal? ¿Por qué?

4 ¿Les parece que la forma en la que Sprite habla de estos temas es la mejor? ¿Por qué? ¿Cambiarían o mejorarían algo? ¿Qué y cómo?

5 Si deciden mejorar esta campaña, preparen una propuesta y preséntenla al resto de la clase. Pueden organizar una votación para decidir qué propuesta es más original y está mejor justificada.



Sprite: “No estás solx” (Argentina, 2019)



Sprite: “No estás solo” (Argentina, 2019)

El boicot a Facebook

- 1 Busquen noticias e información desde junio de 2020 en adelante sobre el boicot de las empresas grandes que hacían publicidad en Facebook.
- 2 ¿Cuáles son las razones principales que dan empresas como Coca-Cola, Starbucks o Levi's para suspender la publicidad en Facebook?
- 3 ¿Cómo podemos aplicar lo que propone Remaury sobre los relatos de marca y las narrativas sociales preexistentes? ¿Con qué no se quieren vincular estas marcas? ¿Por qué?
- 4 Debatan en clase lo que entendieron y analizaron de este caso. ¿Todos entendieron lo mismo o hay diversidad en sus puntos de vista? ¿Por qué?

POSVERDAD Y NARRATIVAS MÚLTIPLES. PANDEMIA COMO CONTEXTO INESPERADO EN ESTE SIGLO: CRISIS DE PREVISIBILIDAD Y CONTROL

La reflexión y los ejemplos anteriores sobre el valor simbólico de las marcas nos dejó algo bien claro: tendemos a identificarnos con aquello en lo que creemos, con las propuestas que encajan con nuestra mirada del mundo. Y, obviamente, esto no es algo que solo sucede cuando hablamos de marcas. Pasa (¡y cómo!) con la información y las noticias. Llevamos años hablando de *fake news* o noticias falsas, y a veces es muy difícil distinguirlas, sobre todo si coinciden con lo que nosotros pensamos o creemos. Tenemos que tener en cuenta que la noticia no son los hechos “en crudo”, sino una narración de los mismos, que siempre implica un determinado punto de vista. Además, hay un grado creciente de multiplicidad de voces y narrativas sobre lo que pasa a nuestro alrededor; y aunque esté muy bien que no tengamos una sola versión sobre las cosas que pasan, a veces es difícil saber qué creer y qué no.



Daniel Paz, reflexionando sobre nuestra relación con las noticias falsas

Por eso, es fundamental mirar de dónde viene la información que recibimos –sea en medios, redes sociales, porque me lo contaron o mandaron por WhatsApp–, para no creernos algo que no es cierto o difundir información falsa. Frente a la enorme cantidad de información, tenemos que desarrollar nuestra capacidad crítica, mantenernos atentos y rastrear cuáles son las fuentes, los puntos de vista, los datos y los intereses detrás de esa noticia. Podemos empezar a hacerlo con acciones tan sencillas como no quedarnos con los dos primeros resultados en Google. Más allá de lo práctico (la fuente, el tono, los datos, quién me pasó la información), hay una pregunta

fundamental para ver las intenciones detrás de ese relato, que la filósofa española Marina Garcés siempre propone como algo básico: ¿quién habla? Es decir, no solo las fuentes originales, sino saber qué intereses y mirada del mundo tiene quien o quienes están construyendo esa versión de los hechos, esa noticia en particular. Es una buena forma de rastrear por qué lo cuentan de esa manera, y qué mirada del mundo está detrás.

Ver, oír y pensar



Perspectivas sobre el mundo en la ficción: el caso *Euphoria*

La serie estadounidense *Euphoria* tuvo un gran éxito entre adolescentes y jóvenes. Aparentemente, es una propuesta que proclama la libertad de ser quienes somos, y apuesta por la diversidad y la tolerancia. Pero, si miramos más allá de la superficie, podemos hacernos unas cuantas preguntas para entender la dimensión ideológica de la serie, que responde a una mirada clara sobre el mundo, muy vigente en la sociedad estadounidense:



Euphoria

- 1 ¿Son realmente plenas y felices las protagonistas de la serie? ¿Por qué?
- 2 ¿Qué les pasa cuando “se liberan” y no siguen lo que se supone que deben hacer las chicas adolescentes “educadas” y “correctas”?
- 3 ¿Y los demás personajes? ¿Qué historias y deseos personales tienen? ¿Qué les pasa con respecto a ellos?
- 4 Debatan estas cuestiones en clase y traten de llegar a conclusiones sobre la profunda mirada de la serie sobre cómo deberían ser en realidad las jóvenes, por qué las presentan de esta manera, y si realmente son personajes libres y liberadores. ¿Cómo definirían en una frase “quién habla” y “qué dice” en la serie?

¿Sabías que...?



En Argentina, una de las grandes referentes sobre el tema de las *fake news* es Natalia Aruguete (@natyaruguete en Twitter). Junto con Ernesto Calvo, esta investigadora y periodista publicó un libro interesante en 2020: *Fake news, trolls y otros encantos*, en el que –a través del análisis de casos y ejemplos concretos– explican y recorren muchas de las razones por las que tenemos una extraña relación de amor-odio con las redes sociales.

Fake news, trolls y otros encantos,
de Ernesto Calvo y Natalia Aruguete

Posverdad(es)

El término “posverdad” parece haber sido usado por primera vez por David Roberts, un periodista digital –lo que ya indica que algunas tradiciones se van quebrando, las ideas y el saber no tienen por qué venir de los lugares de siempre–, en 2010. Fue en la revista estadounidense *Grist*, que aún hoy se define como un faro en el smog –un canal de noticias independiente e irreverente, y una red de innovadores que quieren un planeta que no se queme y un futuro que no sea un asco.

Hablando sobre política y la falta de conocimiento de los votantes sobre la misma en Estados Unidos, Roberts comenta que estamos en la época de la posverdad: “una cultura política en la que la política (opinión pública y narrativas mediáticas) prácticamente se han desconectado de las políticas (la sustancia de la legislación)”. Es una definición sencilla pero inquietante, ya que históricamente, la opinión pública y las noticias estaban conectadas con el espacio de lo público y los temas legislativos. Se buscaba dar información para formar una opinión, siempre desde un punto de vista, nunca inocente ni objetivo, pero la mayoría de las veces, se conectaba con los hechos. En los últimos años, estamos en una situación en la que se dice cualquier cosa, los ciudadanos las propagan sin comprobarlas, y así, se van desconectando de la realidad. Es más, en muchos casos, esa conexión ni siquiera existe, porque hay “noticias” y “opiniones” basadas en narrativas que son, en una manera sencilla de decirlo, mentiras. Se cuentan y difunden historias sobre cosas que no sucedieron, sobre hechos inventados, para favorecer ciertas opiniones y comportamientos, en la política y en otros espacios de la vida.

Esto se debe a que todos compartimos y producimos contenido, y –como decíamos antes– deberíamos ser críticos y analíticos antes de hacerlo, pero la verdad es que muy poca gente lo hace. La mayoría prefiere creer lo que encaja en su mirada del mundo, y difundirlo sin comprobarlo. Este es el escenario ideal para la posverdad, en la que no solo intereses políticos o económicos de los gobiernos, estados o medios ponen en juego estas narrativas poco fiables, sino en el que los ciudadanos la propagan y expanden.

Lo grave de esta situación es no solo que cada vez cuesta más distinguir realidad de historias sin fundamento en hechos, opiniones sin bases claras... a menos que estemos muy atentos, comprobemos fuentes y nos hagamos algunas de las preguntas de las que veníamos hablando, antes de creernos o difundir información o contenido.

Actividades



Chequeando la información

En varios países del mundo, existen asociaciones de periodistas que se dedican a combatir la desinformación (algo interesante de la posmodernidad: esto no existía cuando los medios comprobaban los hechos). En Argentina, una de las más importantes es Chequeado. Son activos en redes sociales y tienen distintos formatos para ayudarnos a no creernos cualquier cosa. Por ejemplo, “El *podcast* de Chequeado” que pueden escanear el QR para escucharlo en forma gratuita.



Podcast de Chequeado

- 1 Elijan un episodio del *podcast* de Chequeado y escúchenlo.
- 2 Anoten los temas de los que se habla y los datos concretos (idealmente, con fuentes) que dan para comprobarlos.
- 3 Lleven sus notas a la clase y debatan los temas y los datos: ¿son suficientes para construir noticias basadas en hechos? ¿Faltaría algo más? ¿Qué y por qué?
- 4 Definan (en equipos o entre toda la clase) un manual básico de 5-10 consejos para no creernos cualquier cosa (puede ser un audio, algo escrito, una infografía, un video, una canción...). Difúndalo en la escuela y entre sus familiares y amigos.

¿Cómo creamos contenido?

Vamos a hacer una actividad que requiere reflexión y honestidad. Muchas veces nos quejamos de lo que vemos en redes sociales, decimos que la gente publica fotos y videos de una vida idealizada que en realidad no es cierta, que se propagan formas de identidad y de cuerpos que no son reales, entre varios otros temas. Por eso, los invitamos a que miren sus propias redes sociales y respondan a estas preguntas:



Antes y después. Incluso entre nubes, en redes nada es lo que parece. Foto: Calob Castellon

- 1 ¿Qué tipo de contenido publican? ¿Es auténtico o trata de seguir las normas de la mayoría de las cuentas de redes sociales? ¿Por qué?
- 2 ¿Cuántas veces sacan una foto o graban un video antes de publicarlo? ¿Por qué?
- 3 ¿Podrían generar un contenido más interesante y definido, que encaje de verdad con quiénes son? ¿Por qué? Y si no lo hacen, ¿por qué no lo hacen?
- 4 ¿Qué contenido creen que sería realmente interesante producir y compartir para ayudar a visibilizar cosas que consideran importantes? ¿Por qué? ¿Van a hacerlo de ahora en más, si es que todavía no lo hacen? ¿Por qué?

El (des)control de la pandemia: ¿una nueva época?

Las reflexiones sobre el tiempo “pos” o “líquido” funcionaban muy bien hasta hace muy poco tiempo; pensar una sociedad menos estructurada alrededor de los grandes ejes de la modernidad. Pero, como suele sucedernos desde hace siglos, los seres humanos olvidamos que además de seres culturales, somos criaturas biológicas. Nuestra realidad, loca y veloz, pero con una cierta organización, se vino abajo en cuestión de días cuando un virus produjo una de las pandemias más desconcertantes del siglo XXI. En situaciones extremas como esta se ven las costuras, el detrás de la escena de toda la organización del mundo, que es siempre ideológica, es decir, que responde a una mirada determinada. Años escuchando que internet y las redes nos separan y aíslan... ¿Qué hubiera sido de

nosotros sin internet durante el confinamiento? Muchísimas empresas e instituciones que decían que no se podía trabajar a distancia... y vimos que claramente se puede. Opiniones que niegan que la economía informal sea tan importante en algunos sectores, cuando el covid-19 demostró que lo sigue siendo... Como dirían las abuelas, la pandemia puso nuestras creencias y organización del mundo “patas para arriba”. Entonces, ahora hace falta pensar nuestra realidad y sociedad de otra forma. Esta situación de pandemia no viene de la nada, sino de una forma de organización capitalista, occidentalista y de ver al consumo excesivo como “único” motor de la economía... ¿Queremos seguir viviendo así? Es más, ¿es la única manera posible?

Frente a lo inevitable, surgen un montón de nuevas preguntas, muchas sin respuesta aún. Pero hacernos esas preguntas y reflexionar sobre ellas, puede abrir nuevas perspectivas, sobre todo para salir de la ilusión de control que los seres humanos creemos que tenemos sobre nosotros mismos, nuestras sociedades y el planeta. Da tranquilidad, pero no es totalmente cierto. Podemos planificar algunas cosas, tener en cuenta otras, pero no podemos seguir pensando que tenemos control absoluto sobre cualquier tipo de situación. El virus nos obligó a repensar cómo vivimos, cómo queremos seguir viviendo y cómo convivir con lo inesperado de la mejor manera posible.

Lecturas interactivas



Control, pero no tanto



Escaneen el QR y lean “La (des)ilusión del control”, un artículo que Gabriela Pedranti publicó en el blog *Hipermediaciones*.

- 1 ¿Habían pensado estas cosas alguna vez?
- 2 ¿Están de acuerdo con lo que se plantea en el texto? ¿Por qué?
- 3 ¿Cómo creen que tendríamos que pensar sobre el mundo que se viene? ¿Habrá cambios fuertes en la sociedad? ¿Por qué?
- 4 ¿Qué se dirían a ustedes mismos dentro de 10 años, para acordarse de lo que reflexionaron hoy frente a esta nueva situación?

Repensar la sociedad



Escaneen el QR y lean esta entrevista al filósofo chileno Martín Hopenhayn.

- 1 ¿Qué les parece lo que dice del “frenazo” por la pandemia? ¿Por qué?
- 2 ¿Qué opina de nuestra especie y el control? ¿Están de acuerdo? ¿Por qué?
- 3 ¿Por qué dice que lo que está pasando es “un golpe de regresión”?
- 4 ¿Qué comenta sobre volver a pensarse como sociedad? ¿Están de acuerdo? ¿Por qué?
- 5 ¿Qué piensan ustedes sobre “pensarse como sociedad”? Explíquenlo y justifiquenlo.

Sopa para todos los gustos



- 1 Escaneen el QR y descarguen el libro gratuito *Sopa de Wuhan*, donde varios filósofos reflexionan durante los primeros días de la pandemia del covid-19.
- 2 Por equipos, elijan capítulos distintos del libro. Debatan y resuman qué dice el autor elegido.
- 3 Preparen un resumen, con conclusiones y análisis propios, de lo que han leído. Puede ser en cualquier formato: visual, escrito, audiovisual (acuerden duración, longitud, etc.). Preséntelo

en clase y, a partir del trabajo de todos los equipos, debatan lo que dicen los distintos autores elegidos, para llegar a una conclusión grupal sobre lo que les parece más interesante.

Actividad



¿Y nuestra experiencia?

Hace años que son parte del sistema educativo (educación inicial, escuela primaria y secundaria). Es una estructura por la que pasan la mayoría de las personas, para aprender y estudiar lo que la sociedad considera relevante en ese momento. Vamos a reflexionar sobre esto en función de las ideas de las que hablamos en este capítulo.

- 1 ¿Cómo vivieron y sintieron el tránsito por las aulas y las clases, desde que tenían 5 o 6 años hasta hoy? ¿Sintieron situaciones de disciplinamiento? ¿Cuáles y por qué?
- 2 ¿Sintieron que la institución de la escuela estaba o está en crisis? ¿En qué aspectos? ¿Qué sugerirían para adaptar el sistema a los intereses de chicos, chicas y jóvenes en la “modernidad líquida”?
- 3 Preparen un fotorrelato con las situaciones analizadas y las propuestas. Pueden ser fotos propias o de otras fuentes, pero tiene que verse claramente qué quieren decir.
- 4 Compartan y expliquen el fotorrelato en clase.

ISBN 978-987-8321-90-5



9 789878 321905



**EDITORIAL
MAIPUE**

CULTIVANDO CULTURAS

Muestra distribuida por la editorial